INSTITUTO TECNOLOGICO
"CORDILLERA"

INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACION INDUSTRIAL Y PRODUCCION

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TÉ A BASE DE FRUTAS Y HIERBAS MEDICINALES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA

Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Tecnólogo en Administración Industrial y de la Producción

AUTORA: GRECIA GUERRERO

TUTOR: ING. FERNANDO BUITRÓN

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.

_____

Mayra Grecia Guerrero Aguas

CC 100351778-4

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, la estudiante ***MAYRA GRECIA GUERRERO AGUAS*** 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 Administración de empresas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Industrial y de la Producción, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE TÉ A BASE DE FRUTAS Y HIERBAS MEDICINALES EN EL DISTRITO METROPOLOTANO DE QUITO PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA.** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se hará cargo, 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 proyecto 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 usará el proyecto 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 reproducción del proyecto por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del libro; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del libro; d) Cualquier transformación o modificación del libro; e) La protección y registro en el IEPI del libro a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del libro; 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 del que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del libro 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 21 días del mes de Noviembre dos mil catorce.

f)_____ f)_____

C.C. Nº ***1003517784*** Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE **CESIONARIO**

DEDICATORIA

Esta dedicatoria es especialmente para mis padres y hermana quienes me apoyaron y acompañaron en todo este tiempo en los buenos y malos momentos quienes también fueron mi ejemplo y fortaleza para culminar este nuevo reto de mi vida y darme valor cuando quería darme por vencida y poder terminar mi meta propuesta.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento profundo y sincero a Dios que jamás me ha dejado en las pruebas difíciles, a mis padres y hermana por la amistad brindada que cualquier hijo y hermana/o desearía tener, y a toda mi familia y amigos por estar siempre junto a mí apoyándome.

A todos mis profesores que con su conocimiento hicieron que este sueño se haga realidad, especialmente a mi tutor el Ing. Fernando Buitrón que supo guiarme con paciencia y sabiduría en este camino.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por abrirme las puertas en todo este tiempo para poder cumplir mi meta y salir adelante.

Índice general

DECLARATORIA ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL iii
DEDICATORIA vii
AGRADECIMIENTO viii
Índice general ix
Índice de figuras xiv
Índice de figuras xvii
ABSTRACT xix
RESUMEN xx
INTRODUCCIÓN xxi
Capítulo I 1
1.01 Justificación. 1
1.02 Antecedentes. 3
Capitulo II 8
Análisis Situacional 8
2.01 Ambiente Externo. 8
2.01.01factor económico 8
2.01.01.01 inflación. 8
2.01.01.02 tasa de interés 9
2.01.01.03 PIB 12
2.01.01.04 balanza comercial. 13
2.01.02 factor social. 14
2.01.02.01 poblaciones 15
2.01.02.02 población económicamente activa (PEA). 15
2.01.02.03 migración. 16
2.01.03 factor legal. 17

2.01.03.01 la junta nacional del artesano. 17
2.01.03.02 la cámaraartesanal de pichincha. 19
2.01.03.03 ruc (registroúnico de contribuyentes). 19
2.01.03.04 patente municipal. 20
2.01.03.05 uso delsuelo. 20
2.01.03.06 LicenciaMetropolitana de Funcionamiento. 21
2.01.03.07 Afiliación al IESS como Empleador Artesano. 21
2.01.03.08 permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos. 22
2.01.03.09 requisitosdebuenas prácticas de manufactura. 22
2.01.03.10 registro sanitario. 22
2.01.04 aspecto tecnológico. 24
2.02 Entorno local 25
2.02.01 Clientes. 25
2.02.01.01 poder de negociación con los clientes. 25
2.02.02 proveedores. 25
2.02.02.01 poder de negociación con los proveedores. 26
2.02.03 competidores. 27
2.02.03.01. competencia directa. 27
2.02.03.02. competencia indirecta. 27
2.03 AnálisisInterno 29
2.03.01 filosofía corporativa. 29
2.03.01.01 misión. 29
2.03.01.02 visión. 29
2.03.01.03 objetivos corporativos. 29
2.03.01.04 principios y valores. 30
2.03.02 gestión administrativa. 31
2.03.02.01 Planificación. 31
2.03.02.02 organización. 31
2.03.02.03 dirección. 33
2.03.02.04 control. 34
2.03.02.04 gestión operativa. 34

2.03.02.05 gestión comercial.....36
2.03.04.01 producto.....36
2.03.04.02 precio.....36
2.03.04.03 plaza.....37
2.03.04.04 promoción.....38
2.03.04.04.01 publicidad.....39
2.04 AnálisisFoda....42
Capitulo III....43
3.01 Análisis del Consumidor....43
3.01.01 determinación de la población y muestra.....43
3.01.02 técnicas de obtención de información.....44
3.01.03 Encuesta.....46
3.01.04 análisis de la información.....49
3.01.05 resultados de la encuesta.....50
3.02 Demanda....65
3.02.01 demanda histórica.....65
3.02.02 demanda actual.....66
3.02.03 demanda proyectada.....66
3.03 Oferta....66
3.03.01 oferta histórica.....67
3.03.02 oferta actual.....67
3.03.02 oferta proyectada.....68
3.04 Balance Oferta-Demanda....68
3.04.01 balance actual.....68
3.04.02 punto de equilibrio de mercado.....69
Capitulo IV....70
ESTUDIO TÉCNICO....70
4.01 Tamaño del Proyecto....70
4.01.01 capacidad instalada.....70
4.01.02 capacidad óptima.....71
4.02 Localización....72

4.02.01 macro-localización. 72
4.02.02 micro localización. 72
4.03 Distribución de Planta 73
4.03.01 proceso productivo. 78
4.03.02 simbología del diagrama de flujo 79
4.03.03. actividades. 80
4.04 Maquinaria y Equipos 82
Capitulo v 83
ESTUDIO FINANCIERO 83
5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales 83
5.01.01 ingresos operacionales. 83
5.01.01.01 materia prima directa. 84
5.01.01.02 mano de obra directa. 84
5.01.01.03 costos indirectos de fabricación. 85
5.01.01.04 ingresos. 85
5.01.01.05 ingresos proyectados. 86
5.01.02 ingresos no operacionales. 86
5.02. Costo 86
5.02.01. costo directo. 86
5.02.02. costo indirecto. 87
5.02.03. gastos administrativos. 88
5.02.04. costo de venta. 89
5.02.05. costos fijos y variables. 90
5.02.05.01. costos fijos. 90
5.02.05.02. costo variable. 90
5.03 Inversiones 91
5.03.01 Inversión fija. 91
5.03.01.01 activos fijos. 92
5.03.01.02 activos nominales. 93
5.03.02 capital de trabajo. 93
5.03.03 fuentes de financiamiento y uso de fondos. 94

5.03.04 amortización de financiamiento. 95
5.03.05 depreciaciones. 96
5.03.06 estado de situación inicial. 97
5.03.07 estado de resultados proyectados. 98
5.03.08 flujo de caja. 99
5.04 Evaluación....100
5.04.01 (tmar) tasa de descuento. 100
5.04.02 van (valor actual neto). 101
5.04.03 tir (tasa interna de retorno). 102
5.04.04 periodo de recuperación de la inversión (pri). 102
5.04.05 relación costo beneficio (rbc). 103
5.04.06 punto de equilibrio. 104
5.04.07 análisis de índices financieros. 105
5.04.07.03. endeudamiento. 105
5.04.07.04. retorno sobre el capital propio. 105
5.04.07.05 Roa. 106
Capítulo VI 107
Análisis de Impactos....107
6.01 Impacto Ambiental....107
6.02 Impacto Económico 109
6.03 Impacto Productivo....110
6.04 Impacto Social 110
Capítulo VII 112
Conclusiones y Recomendaciones....112
7.01 Conclusiones....112
7.02 Recomendaciones 113
BIBLIOGRAFIA 114
WEBGRAFIA 115
ANEXOS 116

Índice de figuras

Tabla 1 Evolución de la Inflación 9

Tabla 2 tasa de interés activa 10

Tabla 3 Tasa de interés pasiva 11

Tabla 4 Proveedores 26

Tabla 5 Competencia Directa 27

Tabla 6 Competencia Indirecta 28

Tabla 7 Cronograma de Actividades 31

Tabla 8 Costo unitario de fabricación 37

Tabla 9 Matriz FODA 42

Tabla 10 Primera pregunta de la encuesta 50

Tabla 11Primera pregunta de la encuesta 51

Tabla 12 Primera pregunta de la encuesta 52

Tabla 13 Primera pregunta de la encuesta 53

Tabla 14 Segunda pregunta de la encuesta 54

Tabla 15 Tercera pregunta de la encuesta 55

Tabla 16 Cuarta pregunta de la encuesta 56

Tabla 17 Quinta pregunta de la encuesta 57

Tabla 18 Sexta pregunta de la encuesta 58

Tabla 19 Séptima pregunta de la encuesta 59

Tabla 20 Octava pregunta de la encuesta 60

Tabla 21 Novena pregunta de la encuesta 61

Tabla 22 Decima pregunta de la encuesta 62

Tabla 23 Decima primera pregunta de la encuesta 63

Tabla 24 Decima primera pregunta de la encuesta 64

Tabla 25 Demanda Histórica 65

Tabla 26 Demanda Actual 66

Tabla 27 Demanda Proyectada 66

Tabla 28 Oferta Histórica 67

Tabla 29 Oferta Actual 67

Tabla 30 Oferta Proyectada 68

Tabla 31 Demanda Insatisfecha 68

Tabla 32 Punto de Equilibrio 69

Tabla 33 Distribución de áreas de la planta 70

Tabla 34 Macro-localización 72

Tabla 35 Códigos de cercanía 73

Tabla 36 Factores del proceso 73

Tabla 37 Maquinaria y equipos 82

Tabla 38 Materia Prima Directa 84

Tabla 39 Mano de Obra Directa 84

Tabla 40 Costos Indirectos de Fabricación 85

Tabla 41 Ingresos 85

Tabla 42 Ingresos Proyectados 86

Tabla 43 Costos Directos 87

Tabla 44 Costos indirectos 87

Tabla 45 Proyección de costos de producción 87

Tabla 46 Gastos de Personal 88

Tabla 47 Proyección Gastos Administrativos 89

Tabla 48 Gastos de Venta 89

Tabla 49 Proyección Gastos de Venta 90

Tabla 50 Proyección de Costos Fijos y Variables 91

Tabla 51 Cuadro de activos 92

Tabla 52 Activos nominales 93

Tabla 53 Capital de trabajo 94

Tabla 54 Cuadro de inversiones 94

Tabla 55 Amortización de financiamiento 95

Tabla 56 Amortización de gastos de constitución 96

Tabla 57 Depreciaciones 97

Tabla 58 Estado de Situación Inicial 97

Tabla 59 Estado de resultados Proyectado 98

Tabla 60 Flujo de caja proyectado 99

Tabla 61 Valor actual neto (VAN) 101

Tabla 62 Tasa interna de retorno (TIR) 102

Tabla 63 Periodo de recuperación de la inversión 102

Tabla 64 Relación costo beneficio 103

Tabla 65 Punto de equilibrio mensual 104

Tabla 66 Punto de equilibrio mensual 105

Índice de figuras

Figuras 1 Evolución de la Inflación 9
Figuras 2 Evolución de la Inflación 9
Figuras 3 Tasa de interés pasiva 10
Figuras 4 Tasa de interés pasiva 11
Figuras 5 PIB 12
Figuras 6 balanza comercial 13
Figuras 7 Balanza Comercial Exportaciones Totales 13
Figuras 8 Balanza Comercial Petrolera y no Petrolera 14
Figuras 9 Población 15
Figuras 10 Población económicamente activa 16
Figuras 11 Tasa de migración 17
Figuras 12 Croquis de Ubicación 38
Figuras 13 Primera pregunta de la encuesta 50
Figuras 14 Primera pregunta de la encuesta 51
Figuras 15 Primera pregunta de la encuesta 52
Figuras 16 Primera pregunta de la encuesta 53
Figuras 17 Segunda pregunta de la encuesta 54
Figuras 18 Tercera pregunta de la encuesta 55
Figuras 19 Cuarta pregunta de la encuesta 56
Figuras 20 Quinta pregunta de la encuesta 57
Figuras 21 Sexta pregunta de la encuesta 58
Figuras 22 Séptima pregunta de la encuesta 59
Figuras 23 Octava pregunta de la encuesta 60

Figuras 24 Novena pregunta de la encuesta 61

Figuras 25 Decima pregunta de la encuesta 62

Figuras 26 Decima primera pregunta de la encuesta 63

Figuras 27 Decima primera pregunta de la encuesta 64

Figuras 28 Macro-localización 72

ABSTRACT

The present elaborated project has purpose of implementing a handmade company dedicated to the elaboration and commercialization of tea of fruits and grasses dehydrated to the North of the city of Quito, parish Guayllabamba whose managerial activity was developed in the Industrial sector, therefore is necessary to carry out a market study that allows to give to know this new product.Product with which generated economic revenues in the parish according to the carried out investigation and I eat company it generated employment sources being their main supplying people of the same sector. To offer product of quality and to an acceptable price it is our objective.

RESUMEN

El presente proyecto elaborado tiene finalidad de implementar una empresa artesanal dedicada a la elaboración y comercialización de té de frutas y hierbas deshidratadas al Norte de la ciudad de Quito, parroquia Guayllabamba cuya actividad empresarial se desarrollara en el sector Industrial, por lo tanto es necesario realizar un estudio de mercado que permita dar a conocer este nuevo producto.Producto con el cual de acuerdo a la investigación realizada generara ingresos económicos en la parroquia y como empresa generara fuentes de empleo siendo sus principales proveedores gente del mismo sector. Ofrecer producto de calidad y a un precio aceptable es nuestro objetivo.

INTRODUCCIÓN

Nuestro país cuenta con un extenso potencial en el sector agrícola esto gracias a su riqueza de suelo, apto para la producción de un sin fin de cultivos, lo cual nos otorga la facilidad de tener visión para implementar un proyecto que involucre la utilización de dichos productos nacionales y a la vez impulsar el consumo interno de la fruta en otros mercados pero con reducida presencia en el nuestro.

La necesidad de volver a lo natural impera como algo urgente. Es de gran importancia el aprender a utilizar los recursos naturales y no desaprovecharlos. Por este motivo, queremos aprovechar la capacidad de producción existente de esta fruta tropical, poniendo así al alcance del consumidor un producto natural, que mantenga la calidad en sabor y además conserve su riqueza nutricional.

Escogimos este proyecto de elaboración y comercialización de té de frutas y hierbas deshidratadas, con el enfoque de desarrollar una cultura inclinada hacia el consumo de alimentos sanos; además de ser una alternativa innovadora frente a la tradicional oferta de sabores existentes.

Para el desarrollo de este proyecto fue necesaria la puesta en práctica de conocimientos, valores éticos, morales, herramientas y experiencias valiosamente adquiridas en diferentes áreas durante la formación académica en la carrera de Administración Industrial y de la Producción.

Capítulo I

1.01 Justificación.

En Ecuador, desde hace mucho tiempo se viene practicando la agricultura, la cual representa gran parte de la población centralizada en la Sierra. En la parroquia de Guayllabamba sus habitantes se dedican también a esta actividad cultivando de esta forma aguacates, chirimoyas, tomate de árbol, pepino, granadilla, limón, tomate riñón, sandía, mora, arveja, fréjol, pimiento, caña de azúcar, chilguacanes, babacos, naranjas, mandarinas, frutilla y pepinillo así como existe el cultivo de plantas medicinales como son yerba luisa, menta, cedrón, toronjil, entre otras.

La importancia social del cultivo de frutas en general en la parroquia de Guayllabamba radica en los elevados requerimientos de mano de obra que demanda su proceso productivo; pues, en la mayor parte de los casos interviene la mano de obra familiar presente, contribuyendo de esta manera a mejorar sus ingresos, aun cuando la producción se lleve a cabo en pequeños espacios de terreno.

En vista de que la parroquia de Guayllabamba está llena de una gran variedad de cultivo de frutas para comercializar he visto la necesidad de crear una empresa de

producciónycomercialización de té de frutas y hierbas medicinales deshidratadas conservando sus nutrientes y proteínas y sobre todo entregar productos 100% naturales que no causen daño a la salud de nuestros clientes.

La preferencia de hoy por hoy de los consumidores se inclina más por aquellos productos de alimentación sana.

La deshidratación es una forma de procesar las frutas, el objetivo de esta es eliminar la humedad del producto, para que pierda peso y no sea perecible, los productos deshidratados contribuyen en la salud de las personas, puesto que cada fruta y hierba medicinal aportan con algún beneficio para el organismo de las personas que consuman el producto.

Ejemplos:

- La manzanilla sirve para hacer infusiones como también para curar irritaciones en la vista.
- La menta sirve para dar sabor a las comidas, así como para aliviar la mala digestión y cólicos.
- La hierba luisa lo utilizamos como infusión, para bajar de peso.

Hoy en día las microempresas aportan a la matriz productiva ofreciendo al mercado nacional e internacional productos con alto valor agregado a su vez fortaleciendo los mecanismos de comercialización directa con los mercados.

A su vez el gobierno con el Plan Nacional del Buen Vivir fomenta la creación de empresas y microempresas impulsando y fortaleciendo la oferta de productos artesanales y de servicio, consolidando la transformación productiva de los

sectores industriales y manufactura que generen un valor agregado y sea innovador.

1.02 Antecedentes.

Se tienen datos que este procedimiento se realiza desde el año 400 A. C. Los primeros pueblos en deshidratar las frutas (uvas, ciruelas y dátiles)al aire libre con los rayos del sol, fueron los fenicios y egipcios. Secaban las frutas, para poder conservarlas en tiempo de escasez y transportarlas más fácilmente.

Posteriormente las culturas occidentales fueron adquiriendo la técnica de deshidratación. Cristóbal Colón las trajo por primera vez a América. Actualmente, en México es costumbre comerlas durante las fiestas decembrinas, solas o en postres como el pastel de frutas. (http://www.chef911.com/, "cultura" 2006).

BENEFICIOS QUE POSEEN ALGUNAS FRUTAS DESHIDRATADAS

Importancia en vitaminas.-Entre las vitaminas más importantes que podemos encontrar en muchas frutas, destacan la vitamina C, la provitamina A, nutriente de acción antioxidante y el beta caroteno.

Eso sí, en pequeñas proporciones también podemos encontrar algunas vitaminas del grupo B.

Ricas en minerales.-Las frutas también destacan por su alto contenido en minerales. Abunda por ejemplo el potasio, el cual es imprescindible para mantener un sistema nervioso sano.

Contienen también magnesio, que ayuda a mejorar el funcionamiento intestinal.

Gran cantidad de fibra.-Las frutas contienen un elevado valor de saciedad porque contienen mucha fibra. Destaca en este caso la pectina, soluble en agua. Lo más recomendable es que las frutas no sean peladas, ya que la mayoría de la fibra la encontramos en las cáscaras.

Alto contenido en agua.-Las frutas, además de contener gran cantidad de fibra, vitaminas y minerales, destacan porque contienen una elevada proporción de agua, lo que les confiere un alto valor y poder depurativo.

Además, ayuda a desintoxicar el organismo, a la vez que junto con la fibra da sensación de saciedad, ayudando a controlar el apetito.

También contienen fitoquímicos.-Los fitoquímicos vienen a ser los pigmentos que le dan el color y el aroma a todas las frutas. Igualmente poseen propiedades y beneficios antioxidantes, que ayudan a retrasar el deterioro de los tejidos orgánicos, y previenen la aparición del cáncer a la vez que retrasan el envejecimiento.(http://www.natursan.net , "propiedades de las frutas", 2008).

PLANTAS MEDICINALES: BENEFICIOS Y PROPIEDADES

Las plantas medicinales son uno de los remedios totalmente caseros y naturales que más beneficios y propiedades aporta al organismo, principalmente para el tratamiento y alivio de diferentes enfermedades, trastornos o molestias.

Por ello, resulta útil saber cuáles son los más importantes beneficios de plantas medicinales, así como sus propiedades igualmente destacadas.

Antiinflamatorias.-Ayudan a aliviar tanto las inflamaciones internas (que son las que padecen diversos órganos, como el hígado o los riñones), y externas (cuando

afectan a la piel o a la musculación). Este beneficio pasa porque alivian la dolencia a la vez que eliminan su origen.

Antitérmicas.-Ayudan a bajar la temperatura, motivo por el cual resultan interesantes para aquellasenfermedades que provoquen fiebre, una reacción positiva que de hecho contribuye a la defensa del organismo ante procesos infecciosos.

Astringentes.-Producen una contracción de los tejidos orgánicos a la vez que ejercen una acción tónica excitante de las propiedades vitales. Son útiles, por ejemplo, a la hora de combatir la diarrea.

Carminativas.-Ayudan a facilitar la expulsión de los gases y las flatulencias, que principalmente se producen como consecuencia de una mala digestión (o una digestión pesada).

Diuréticas.-Aumentan las secreciones de orina, ayudando a eliminar toxinas, e ideales contra la retención de líquidos. Por este motivo, no pueden faltar en casos de creatinina alta, o en dietas de adelgazamiento.

Sudoríficas.-Tienen casi la misma función que las diuréticas, con la diferencia que éstas provocan un aumento del sudor.

Estimulantes.-Ayudan a combatir los efectos de la fatiga, mejorando siempre de forma puntual nuestro estado general.

Expectorantes.-Ayudan a facilitar, como su propio nombre indica, las expectoraciones, por lo que son ideales a la hora de eliminar las mucosidades bronquiales como consecuencia de un proceso infeccioso que se desarrolle en el aparato respiratorio.

Tranquilizantes.-Son ideales a la hora de relajar y tranquilizar el organismo y la mente, ayudando a relajar el sistema nervioso cuando éste se encuentra alterado debido a una excitación.

Laxantes.-Favorecen la evacuación de los intestinos, siendo ideales, por ejemplo, en casos de estreñimiento.(http://www.natursan.net/, " plantas medicinales beneficios y propiedades" 2008).

DESHIDRATACIÓN

La deshidratación o el secado de las frutas y hortalizas consisten en eliminar la mayoría del agua contenida en ellas. La cantidad de agua que se debe eliminar depende del producto.

La humedad residual promedio, que asegura una buena conservación, es de 16% para la mayoría de frutas.

SECADO NATURAL

El secado por medio del sol necesita un clima con elevada temperatura y baja humedad. El secado al sol es lento y no reduce el contenido de humedad a menos de 15%, por lo que es apto para la deshidratación de frutas como uva, ciruela y durazno.

DESHIDRATACIÓN POR AIRE CALIENTE

Aplicando aire caliente al producto, el agua en los tejidos vegetales se evapora. El vapor es absorbido por el aire y alejado del producto. La deshidratación por aire forzado se efectúa en instalaciones de construcción similar a las de

congelación por aire forzado. La humedad relativa del aire debe ser mantenida alrededor del 60%. La temperatura máxima que se puede utilizar es 70º C.

PRODUCTOS DESHIDRATADOS

A nivel semiindustrial, la deshidratación se efectúa en un armario de deshidratación. Antes de iniciar la deshidratación, el producto se somete al azufrado para reducir la coloración, el oscurecimiento y las pérdidas de vitamina C.

Algunas frutas como la manzana y la ciruela se re hidratan parcialmente hasta el 24% de humedad, antes de su comercialización. Esto mejora la presentación y suaviza los tejidos.

Para deshidratar manzanas, se prefiere variedades con una elevada acidez. Las manzanas se mondan manualmente. Luego se cortan en rodajas de 1,5 cm de grosor y se sumergen en una solución de 1,5 de meta bisulfito para evitar oxidaciones (Felipe Duran Ramírez, 2009)

El té es una de las bebidas más consumidas alrededor del mundo, por lo cual a formando parte fundamental en este proyecto, porque gracias amuchos beneficios sobre nuestra salud cada día más personas han hecho de beber té un hábito fundamental en su rutina diaria. En sus variedades más famosas, encontramos el té negro, el verde, el rojo y el blanco, cada uno con aportes diferentes, la microempresa Guayate presentara el té de frutos rojos, entre otros.

Capitulo II

Análisis Situacional

2.01 Ambiente Externo.

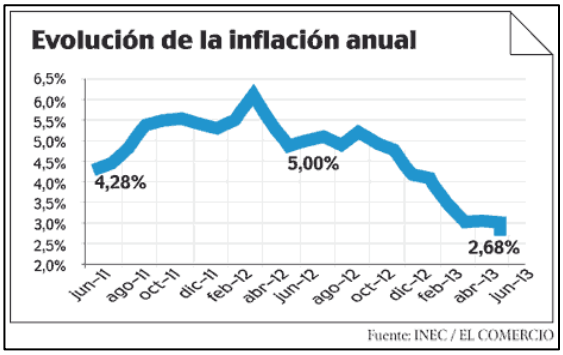
2.01.01factor económico

2.01.01.01 inflación.

La inflación es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de una economía en un periodo determinado. Para su cuantificación se usa el "índice de precios al consumo". (e-conomic.es/ 2014).

Tabla 1 Evolución de la Inflación

Año	Evolución
2011	4,28
2012	5,00
2013	2,68



Figuras 1 Evolución de la Inflación

Análisis

Debido a que los últimos años la inflación en el Ecuador se ha mantenido de manera moderada, para el presente proyecto representa una amenaza, ya que la materia prima dependerá del alza o baja de los precios y por este factor influirá en el comportamiento de los clientes al momento de adquirir el producto.

2.01.01.02 tasa de interés

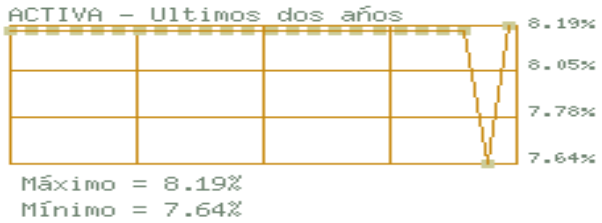
(Buena Ventura V, 2011) las tasas de interés manifiestan que este representa el importe del alquiler del dinero.

- **Tasa de interés activa**

Las tasas activas serán las que las que entidades financieras cobren en los créditos que otorgue a sus clientes y el monto de intereses resultante representará su ganancia en las operaciones financieras.

Tabla 2 tasa de interés activa

FECHA	VALOR
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %
Diciembre-31-2012	8.17 %
Noviembre-30-2012	8.17 %
Octubre-31-2012	8.17 %
Septiembre-30-2012	8.17 %
Agosto-31-2012	8.17 %
Julio-31-2012	8.17 %



Figuras 3 Tasa de interés pasiva

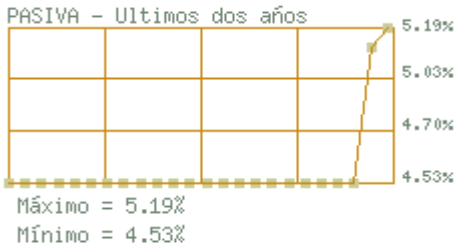
- **Tasa de interés pasiva**

  Las tasas pasivas serán las que entidades financieras deban pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de

- inversiones.

Tabla 3 Tasa de interés pasiva

FECHA	VALOR
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	4.53 %
Diciembre-31-2012	4.53 %
Noviembre-30-2012	4.53 %
Octubre-31-2012	4.53 %
Septiembre-30-2012	4.53 %
Agosto-31-2012	4.53 %
Julio-31-2012	4.53 %



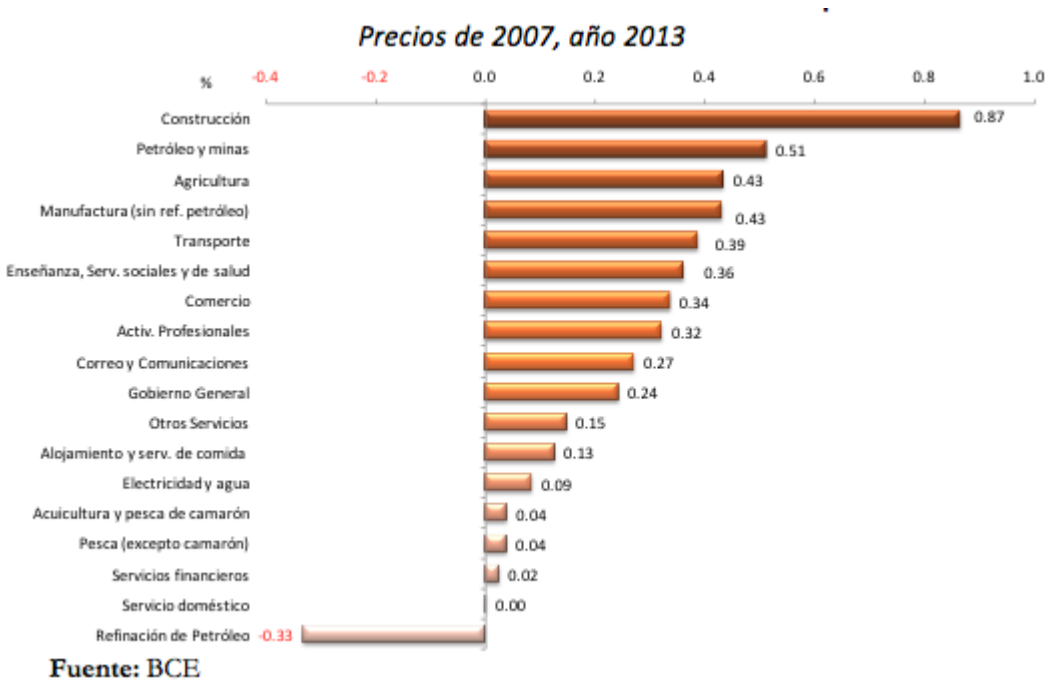
Figuras 4 Tasa de interés pasiva

Análisis

La tasa de interés para el presente proyecto representa una amenaza de carácter alto. Debido a que el sector micro empresarial no puede acceder fácilmente a un crédito por los altos interesesque las entidades financieras otorgan.

2.01.01.03 PIB

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas.(economia.com.2013)



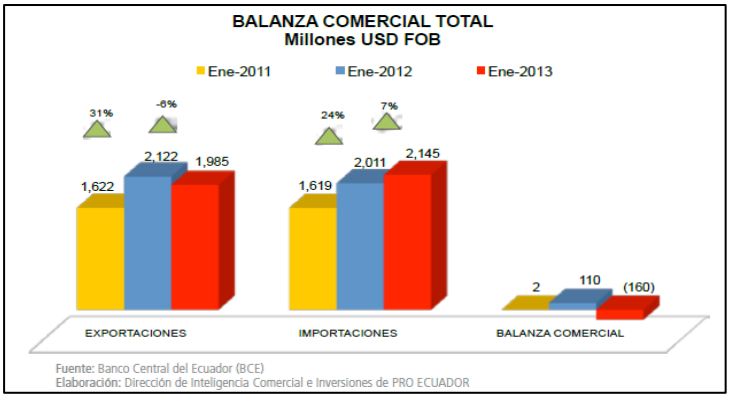
Figuras 5 PIB

Análisis

El PIB para el presente proyecto representa una oportunidad, porque según las estadísticas en los últimos años han mostrado una tendencia de crecimiento, aportando positivamente a los ingresos totales del país, por ende el implementar la microempresa ayudaría a seguir contribuyendo en la economía del sector.

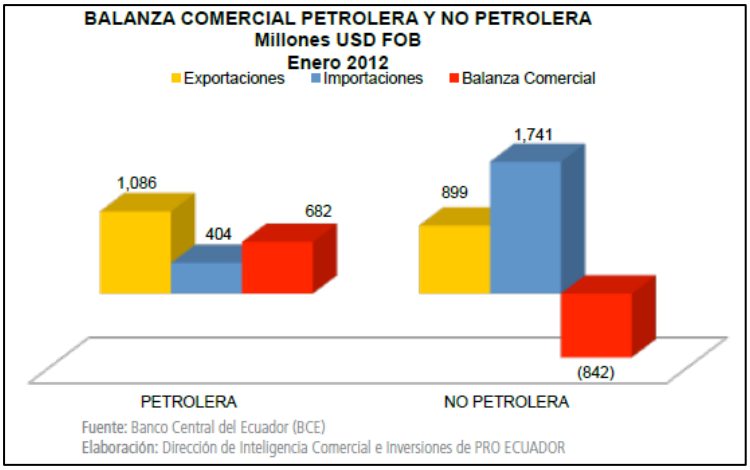
2.01.01.04 balanza comercial.

La balanza comercial está representada por exportaciones, importaciones y saldo comercial.



Figuras 6 balanza comercial

Figuras 7 Balanza Comercial Exportaciones Totales



Figuras 8 Balanza Comercial Petrolera y no Petrolera

Análisis

La balanza comercial para el presente proyecto representa una amenaza, debido a que si las importaciones son mayores que las exportaciones se está dando mayor preferencia a la producción internacional, por ende no se compraría productos elaborados en el país.

2.01.02 factor social.

En la parroquia de Guayllabamba laagricultura y ganadería han sido por tradición las principales fuentes de ingreso y subsistencia para los pobladores, entre otras fuentes de ingreso son el sector comercial y de prestación de servicios.

En lo referente a la agricultura los moradores de la parroquia de Guayllabamba se han dedicado al cultivo de árboles frutales tales como: tomate de árbol, babaco, mandarina, naranja, mora, manzana, entre otros lo cual sus productos son presentados para la venta en diferentes ferias como son el mercado de la parroquia, mercado San Roque, la feria de Calderón, para vender dichos productos.

En el presente proyecto la comunidad agrícola se beneficiará con la creación de fuentes de empleo, generando mayores ingresos, al mismo tiempo ser nuestros proveedores, con eso obtener una materia prima a menor costo podemos de igual manera distribuir nuestro producto a un precio considerable.

2.01.02.01 poblaciones

Grupo de personas que viven en un espacio geográfico.

	POBLACIÓN SEGÚN CENSOS						
	1950	1962	1974	1982	1990	2001	2010
PICHINCHA	381.982	553.665	885.078	1.244.330	1.516.902	2.388.817	2.576.287
DMQ	314.238	475.335	768.885	1.083.600	1.371.729	1.839.853	2.239,191
GUAYLLABAMBA	1.999	3.048	4.148	5.692	7.103	12.227	16.213

Figuras 9 Población

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

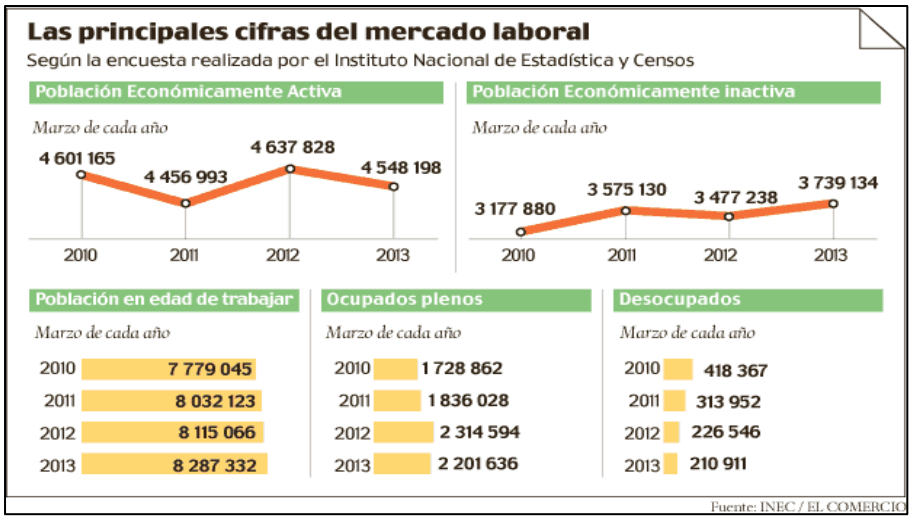
Análisis

La población del Ecuador ha ido evolucionando significativamente, por lo cual para el presente proyecto representa una Oportunidad, debido a que las futuras generaciones puedan o no adquirir el producto.

2.01.02.02 población económicamente activa (PEA).

El primer concepto clave, que solemos escuchar con frecuencia, es el dela PEA, que es la abreviación de Población económicamente activa; y serefiere a todas

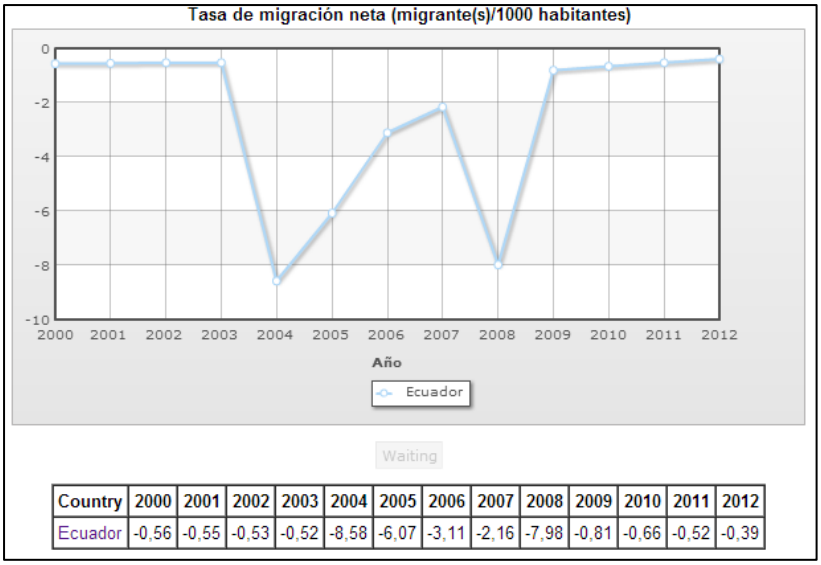
las personas en edad de trabajar, que se encuentranejerciendo o buscando algún puesto de trabajo en la actualidad.(http://www.scribd.com/Que es la PEA 2013)



Figuras 10 Población económicamente activa

2.01.02.03 migración.

Se denomina migración al proceso mediante el que un individuo se desplaza de una zona geográfica hacia otra. Esto puede responder a infinitud de motivos, aunque los más frecuentes son los económicos y sociales. A su vez, la migración conlleva una serie de consecuencias, entre ellas, por supuesto, también las de carácter económico y social. Esto ha significado que muchos gobiernos del mundo se preocupen para evitar las consecuencias negativas de este fenómeno y aprovecharlo a su favor.(http://www.definicionabc.com/"migración", 2014)



Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ecuador	-0,56	-0,55	-0,53	-0,52	-8,58	-6,07	-3,11	-2,16	-7,98	-0,81	-0,66	-0,52	-0,39

Figuras 11 Tasa de migración

Análisis

De acuerdo a los gráficos podemos observar que la migración en los últimos años ha ido bajando debido a la crisis que se está viviendo actualmente, es por esta razón por la cual están retornando a su país de origen en busca de plazas de trabajo; la migración para el presente proyecto representa una amenaza de carácter medio debido a que ya no envían las remesas como en los años anteriores por esta razón los recursos económicos son más escasos

2.01.03 factor legal.

2.01.03.01 la junta nacional del artesano.

La Junta Nacional del Artesano es la institución rectora de la información, titulación y calificación artesanal a nivel nacional, que garantiza los derechos profesionales y socioeconómicos de los artesanos.

La Calificación Artesanal es la certificación que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos.

Los Maestros de Taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede.

ART.56 Numeral 19 de la Ley de Régimen Tributario

Señala que: Se encuentran grabados con tarifa cero los servicios prestados por los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

También tendrán tarifa cero de IVA los servicios que presten los talleres, operarios, bienes producidos y comercializados por ellos.

El Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno

Según el ART. 1 EN l71 manifiesta: los artesanos calificados por la JNDA, en la venta de bienes producidos por ellos y en la prestación de su servicio, emitirán sus comprobantes de ventas considerando tarifa 0% del IVA, siempre que cumplan entre los siguientes requisitos:

- ✓ Mantener actualizada la calificación por la JNDA.
- ✓ Mantener actualizada su inscripción en el registro único de contribuyentes.
- ✓ Presentar semestralmente su declaración del valor agregado y anualmente la declaración del impuesto a la renta.

El artesano que reúne los requisitos señalados, el SRI le conferirá un certificado que indica que esta facturado a emitir comprobantes de ventas con tarifa 0%.

- ❖ Requisitos de calificación artesanal autónoma
- ❖ Requisitos de calificación de taller artesanal
- ❖ Requisitos de recalificación taller artesanal

2.01.03.02 la cámaraartesanal de pichincha.

Es una entidad autónoma, de derecho privado con finalidad social, con personería jurídica y capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones.

La Cámara establece alianzas estratégicas interinstitucionales con: universidades, fundaciones, gobiernos seccionales, instituciones del sector público y privado, organismos de cooperación nacional e internacional, organizaciones sociales y culturales, empresas y entidades afines.

- ✓ Requisitos para la afiliación a la Cámara (artesano)
- ✓ En caso de no tener título de artesano se debe entregar:
  - ➢ Requisitos para la calificación en Mic (Taller)
  - ➢ Calificación de artesano y del taller
  - ➢ Beneficios de los afiliados

2.01.03.03 ruc (registroúnico de contribuyentes).

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

- ❖ Requisitos para personas naturales

2.01.03.04 patente municipal.

Obligación:

Obtener el permiso de patente, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón así también como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo:

Hasta el 31 de Enero de cada año y tiene validez de un año.

Base Legal

Ley de regimiento municipal art. 381 – 386

Código municipal para el DMQ, ORDENANZA 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 Zonal La Delicia
- ❖ Requisitos para personas naturales

2.01.03.05 uso delsuelo.

Obligación:

Obtener el permiso de Uso del Suelo para desarrollar una actividad comercial.

Plazo:

Validez de un año.

Base Legal

Ordenanza 0095, R.O. 187-S, 10-X-2003, ORDENANZA 0018, R.O 311,12-VII-2006 (Sector La Delicia)

- ❖ Requisitos

2.01.03.06 LicenciaMetropolitana 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, inspecciones y controles realizados por el Cuerpo de Bomberos, Dirección Metropolitana de Salud.

2.01.03.07 Afiliación al IESS como Empleador Artesano.

Para realizar la afiliación se debe acudir 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 de la planta
- ✓ Nombre de la empresa o del representante legal del mismo
- ✓ Calificación artesanal

2.01.03.08 permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

Para obtener el permiso son necesarios los siguientes documentos:

- ✓ Informe de la inspección
- ✓ Copia de la cedula de identidad del representante
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de la Patente Municipal

2.01.03.09 requisitosdebuenas prácticas de manufactura.

Capítulo I

DE LAS INSTALACIONES

Art. 3.DE LAS CONDICIONES MÍNIMAS BASICAS: Los establecimientos donde se producen y manipulan alimentos serán diseñados y construidos en armonía con la naturaleza de las operaciones y riesgos asociados a la actividad y al alimento, de manera que puedan cumplir con los siguientes requisitos:

- ✓ a.-Utilizar los equipos adecuados según la actividad que realice la empresa;
- ✓ -b. Que el diseño y distribución de las áreas permita un mantenimiento adecuado tanto equipo como la infraestructura;
- ✓ Utilizar el uniforme limpio para no contaminar el producto de ;
- ✓ c. Que las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos, no sean tóxicos y estén diseñados para el uso pretendido, fáciles de mantener, limpiar y desinfectar;

2.01.03.10 registro sanitario.

El registro sanitario es un proceso al cual debe someterse todo alimento procesado, aditivo, cosmético, productos higiénicos, medicamento e insumo médico

producido y comercializado para consumo humano, garantizando su eficacia e inocuidad ante las autoridades sanitarias.

Plazo

Validez de cinco años

De la obtención del Registro Sanitario por certificación de buenas prácticas de manufactura

Art. 15.- Para la obtención del Registro Sanitario con aplicación de las buenas prácticas de manufactura de acuerdo con el reglamento respectivo, bastará presentar la solicitud de Registro Sanitario que contendrá la siguiente información:

a) Nombre o razón social de la persona natural o jurídica a cuyo nombre se solicita el Registro Sanitario y su domicilio;

b) Nombre o razón social y dirección del fabricante;

c) Nombre y marca (s) del producto;

d) Descripción del tipo de producto; y,

e) Lista de ingredientes utilizados en la formulación (incluyendo aditivos), los ingredientes deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas.

Se anexarán los siguientes documentos:

1. Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal y, cuando se trate de persona natural, cédula de ciudadanía o de identidad.

2. Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal o matricula mercantil del fabricante, cuando el producto sea fabricado por persona diferente al interesado.

3. Recibo de pago, por derechos de Registro Sanitario, establecidos en la ley.

4. Certificado de operación de la planta procesadora sobre la utilización de buenas prácticas de manufactura, de acuerdo al respectivo reglamento.

2.01.04 aspecto tecnológico.

El aspecto tecnológico hoy en día es muy importante ya que nos ayuda a solucionar muchos problemas en el ámbito de producción, en lo referente a la transformación de la materia prima en un producto terminado, medir tiempos de proceso, empaques de productos, es decir a llevar toda una línea de proceso de un producto.

La tecnología desempeña un papel importante en el desarrollo del país, ya que la mayoría de empresas y microempresas la utilizan para el logro de sus objetivos y metas en el área deproducción.

Guayllabamba también ha implementado tecnología en sus negocios por lo que cada vez va mejorando la calidad de los mismos y a la vez satisface sus necesidades como la de los clientes con un mejor producto o servicio.

Análisis

El aspecto tecnológico en el presente proyecto representa una oportunidad de carácter medio ya que los productos que se elaborara son en la mayor parte de los procesos artesanalmente. Aunque evaluando la posibilidad de ingresar al mercado con bebidas de envasadas de té frío como Ice-Tea, de distintos sabores, ahí la tecnología tendría que mejorar, para ofrecer productos de calidad, este tipo de bebidas en el mercado, son mayormente valorados y pueden generar mayor rentabilidad. Nuestro producto se diferenciaría por la variedad de sabores y el aspecto tecnológico sería muy útil para la investigación y creación de nuevos Tés.

2.02 Entorno local

2.02.01 Clientes.

Son personas naturales o jurídicas que consumen los productos o servicios. Los posibles clientes para la empresa Guayate serán las tiendas y los moradores de Guayllabamba y de sus alrededores.

2.02.01.01 poder de negociación con los clientes.

Para los clientes de la microempresa Guayate habrá ofertas acordes a su consumo del producto ya que son la parte fundamental para seguir en el mercado.

Análisis

Los clientes representan una Oportunidad de carácter alto para la micro empresa, ya que son la razón de la misma, tomando en cuenta que el producto se encontrará en tiendas y micro mercados donde acuden constantemente los consumidores.

2.02.02 proveedores.

Son personas naturales o jurídicas que proveen materia prima e insumos. Para la microempresa Guayate sus proveedores serán:

Tabla 4 Proveedores

Material	Empresa	Ubicación	Teléfono
Materia prima Hierba Luisa	Productores directos de la Zona (Elisa Guerrero)	Guayllabamba, barrio San Pedro	2130824
Materia prima Cedrón	Luz Huaquerain	Guayllabamba, barrio Santa Mónica	2368127
Materia Prima fruta Mora	Rubén Larrea	Guayllabamba barrio Santa Mónica	2368662
Materia Prima fruta Manzana, Mortiño	Blanca Tipan	Quito, Iñaquito y Amazonas	0981272445
Frascos de vidrio y sus respectivas tapas	Disproquim S. C	Av. América N16-40 y Buenos Aires (Quito)	(02)3216008 2224996
Materia Prima Menta	Mónica Carvajal	Quito, Iñaquito E3-172 y Amazonas	0995464630
Etiquetas	Creativeprint	Av. República E5-22 e Inglaterra	2459898 3520080

Elaborado por: Grecia Guerrero, 2014

2.02.02.01 poder de negociación con los proveedores.

La micro empresa Guayate seleccionara a los proveedores más competentes que ofrezcan una materia prima de calidad, precios cómodos, facilidad de pago y que nos puedan dar descuentos, de igual manera se mantenga una estrecha relación empresa-proveedor.

Análisis

Al obtener variedad de proveedores se podrá seleccionar al proveedor más competente esto constituye una oportunidad de carácter alto que nos proporciones materia prima e insumos de calidad para la elaboración del producto terminado.

2.02.03 competidores.

Son las personas naturales o jurídicas que se dedican a ofrecer ovenderproductos o servicios de similares condiciones en el mercado.

2.02.03.01. competencia directa.

(Ribera Camino &López Rúa, 2012) Indica que la competencia directa está formada por las marcas que ofertan productos similares.

Tabla 5 Competencia Directa

Empresa	Dirección
Compañía Ecuatoriana del Té CETCA	Ave. 12 de Octubre Nº 26-97 y Lincoln, Ed. Torre 1492, piso 12-1202

Compañía Ecuatoriana de Té	
Estrella	**Vaca Lechera**
TéMatico Llantén	Té de Manzanilla Miel
Hueso	**Incógnita**
Té de Cedrón	Té de Fresa y Cereza

Estudio de Mercado; Grecia Guerrero, 2014

2.02.03.02. competencia indirecta.

(Ribera Camino &LópezRúa, 2012) La competencia indirecta indica que está formada por las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente.

Tabla 6 Competencia Indirecta

Empresa	**Dirección**
Sangay	Av. Interoceánica Km 21 1/2 y pasaje Guachamin - La Libertad – Quito
Industria Lojana de Especierías	•Loja- Ecuador • Barrio Consacola Km 1 Vía a Cuenca

Empresa Sangay	
Estrella	**Vaca Lechera**
Té de Anís	Té de Manzanilla
Hueso	**Incógnita**
Té de Horchata	Té de Fresas

Estudio de Mercado; Grecia Guerrero, 2014

Empresa ILE	
Estrella	**Vaca Lechera**
Té de Horchata con Limón	Té de Anís Común
Hueso	**Incógnita**
Té de Manzanilla	Té de Canela Molida

Estudio de Mercado; Grecia Guerrero, 2014

Análisis

Para la micro empresa Guayate la competencia representa una oportunidad de carácter alto, ya que existe ninguna empresa produce el mismo producto.

2.03 AnálisisInterno

2.03.01 filosofía corporativa.

La filosofía corporativa identifica el ser de la empresa con sus principios y valores que la identifica de las demás.

2.03.01.01 misión.

La Empresa Guayate produce y comercializa té de frutas y hierbas medicinales deshidratadas con materia prima de calidad con buenas prácticas de manufactura, con personal técnico y capacitado para brindar productos saludables a los clientes de Guayllabamba y sus alrededores.

2.03.01.02 visión.

La empresa Guayate dentro de 2 años espera serlíder en el mercado nacional y ofrecer una diversidad de combinación de tés de frutas y hierbas deshidratadas como también ha visto la necesidad de presentar tés fríos con una variedad de sabores primeramente en la parroquia de Guayllabamba para luego a nivel provincial con productos de calidad.

2.03.01.03 objetivos corporativos.

La empresa Guayate tiene los siguientes objetivos planteados

- Posesionarse en el mercado nacional.
- Llegar a ganar clientes.
- Fidelizar clientes.

- Minimizar costos y maximizar sus utilidades.

2.03.01.04 principios y valores.

- **Principios**

Trabajo en equipo

Compartimos nuestros conocimientos para mejorar el proceso y entregar productos que satisfagan al cliente.

Calidad

La calidad es nuestro mayor compromiso y responsabilidad de la empresa, garantizando los productos que ofrecemos a nuestros clientes.

Respeto con el medio ambiente

Nuestro compromiso en cumplir con las normas de buena práctica ambiental y colaborar con el medio ambiente.

- **Valores**

Respeto

Trabajamos en conjunto para lo cual el respeto entre los integrantes de la empresa es la base para seguir adelante.

Comunicación

Constante y efectiva con todos los miembros de la empresa así como con proveedores y clientes.

Honestidad

Aseguramos que nuestro trabajo es transparente y con buenas relaciones tanto internas como externas.

2.03.02 gestión administrativa.

La gestión administrativa es la combinación de actividades que permitirán llegar al objetivo propuesto mediante la aplicación PODCE.

2.03.02.01 Planificación.

La planificación implica que se define con antelación algún método, plan o estrategias para alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Tabla 7 Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES												
ACTIVIDAD	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Documentos Legales (RUC, permisos)	X	X	X									
Inspección para sacar los permisos necesarios.			X	X								
Adquisiciones de equipos y maquinaria		X	X	X								
Reclutamiento y selección del personal			X	X	X							
Instalación de equipos					X							
Contacto con los proveedores			X	X	X							
Registro de materia prima y equipos					X	X	X	X	X	X	X	X
Capacitación al personal				X		X			X			
Inicio de operaciones											X	
Evaluación						X						X

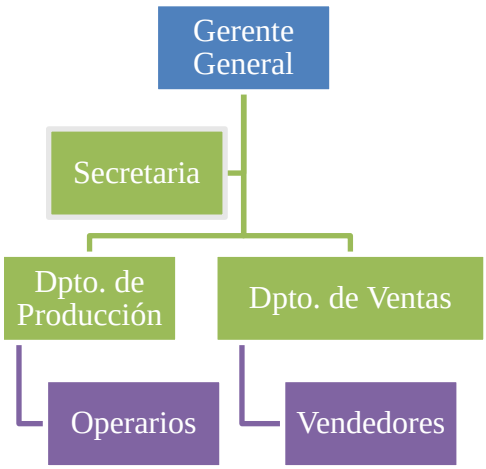
Elaborado por: Grecia Guerrero, 2014

2.03.02.02 organización.

La organización es el proceso que nos permite ordenar y distribuir el trabajo entre personas que interactúan entre sí, mediante recursos humanos y financieros

diseñados por los miembros de la microempresa de tal manera que podamos alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Organigrama estructural



Estructura funcional

Gerente General

El Gerente General se encargara de dirigir, controlar todas las funciones y actividades que desempeñan los diferentes departamentos, con el objetivo de tener mejor desarrollo organizacional y cumplimiento de metas.

Secretaria

Se encarga de recibir, registrar, organizar la correspondencia y la documentación recibida, además documentación relativas a los asuntos de competencia del Director, atender, realizar, registrar llamadas telefónicas para mantener informado a los jefes sobre sus compromisos.

También se encargara de todo lo respecto a dinero, deberá presentar los registros del diario, mayor, inventario, cuentas de bancos, estados financieros a presentar o indicadores financieros.

Departamento de Producción

Se encarga de toda la operación de la productora en la realización del producto, de planear, organizar y dirigir la elaboración del producto y de ofrecer un excelente producto, también se encarga de la innovación y desarrollo de nuevas tecnologías para la eficiencia de la producción.

Operarios.- El operario es quien tiene la función de realizar el producto, con el conocimiento requerido y la materia prima necesaria.

Departamento de Ventas

Se encarga de mantener el producto y aumentar las ventas mediante la administración eficiente del recurso humano disponible y del potencial de clientes en un determinado plazo, con el fin de lograr excelentes resultados.

Vendedor.- Se encargara de establecer un vínculo cliente-empresa e integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa, cumpliendo con los requerimientos del cliente.

2.03.02.03 dirección.

La dirección para el presente proyecto estará a cargo de Gerencia, la cual implica dirigir, influir y motivar a todos los colaboradores para que realicen las

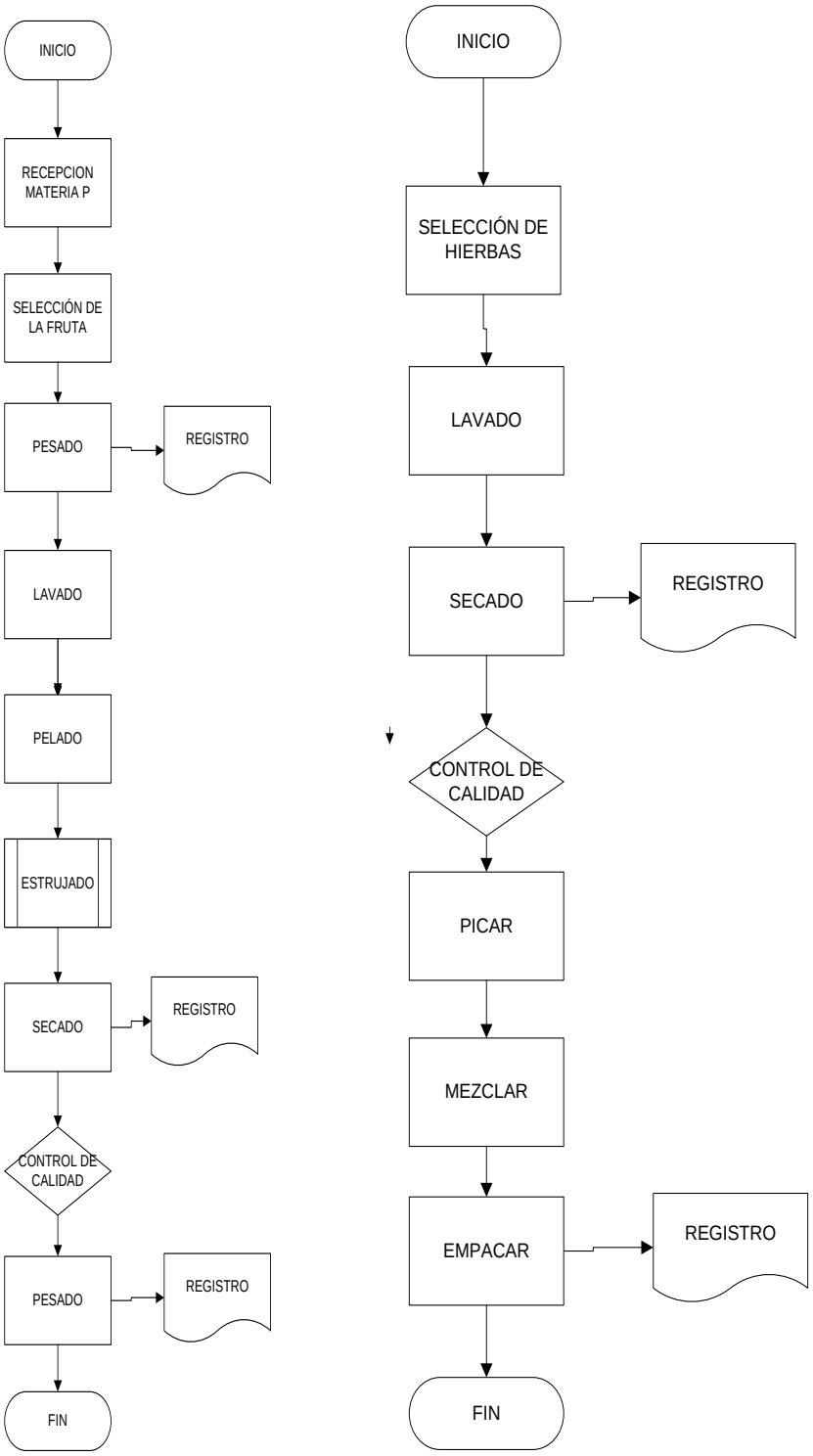
tareas encomendadas, manteniendo un buen clima laboral y puedan cumplir las metas fijadas.

2.03.02.04 control.

El control de la micro empresa Guayate será el proceso para asegurarse que las actividades reales se ajusten a la actividades planificadas. Con el fin de señalar las debilidades y errores a fin de rectificarles e impedir que se produzcan nuevamente.

2.03.02.04 gestión operativa.

La Gestión Operativa de la microempresa tiene que ver con principal proceso de producción de té de frutas y hierbas medicinales deshidratadas que está reflejado en el siguiente proceso.


INICIO
RECEPCION MATERIA P
SELECCIÓN DE LA FRUTA
PESADO
REGISTRO
LAVADO
PELADO
ESTRUJADO
SECADO
REGISTRO
CONTROL DE CALIDAD
PESADO
REGISTRO
FIN
INICIO
SELECCIÓN DE HIERBAS
LAVADO
SECADO
REGISTRO
CONTROL DE CALIDAD
PICAR
MEZCLAR
EMPACAR
REGISTRO
FIN

Políticas del departamento operativo

Todo el personal operativo deberá contar con su equipo de trabajo en el cual consta:

Utilizar guantes.

Su uniforme de trabajo.

Utilizar gorros.

Hojas de registro

Mascarilla

En caso de que alguna de estas cosas no utilicen los operarios serán multados.

2.03.02.05 gestión comercial.

Para la Gestión Comercial se utilizara la herramienta de Marketing mix o las cuatro P, producto, precio, plaza y promoción.

2.03.04.01 producto.

La microempresa Guayate se caracterizará por entregar un producto de calidad, satisfaciendo las necesidades de nuestro cliente, ya que el té es un producto formulado a base de fruta y hierbas medicinales deshidratados, fundamentalmente sus frutas son seleccionadas al igual que las hierbas medicinaleslo que le otorga al productoconservar su naturaleza especial.

2.03.04.02 precio.

El precio es un factor significativo en la economía, en la mente del consumidor y en las empresas individuales. El precio es un regulador básico del sistema económico porque incide en las utilidades pagadas por los factores de producción; mano de obra, terrenos, capital y empresarios. Para el cálculo del precio del té elaborado por la microempresa Guayate se realizó los siguientes costos de producción.

Tabla 8 Costo unitario de fabricación

COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	
MPD	0,06
MOD	0,20
CIF	0,20
C.U.F	**0,46**

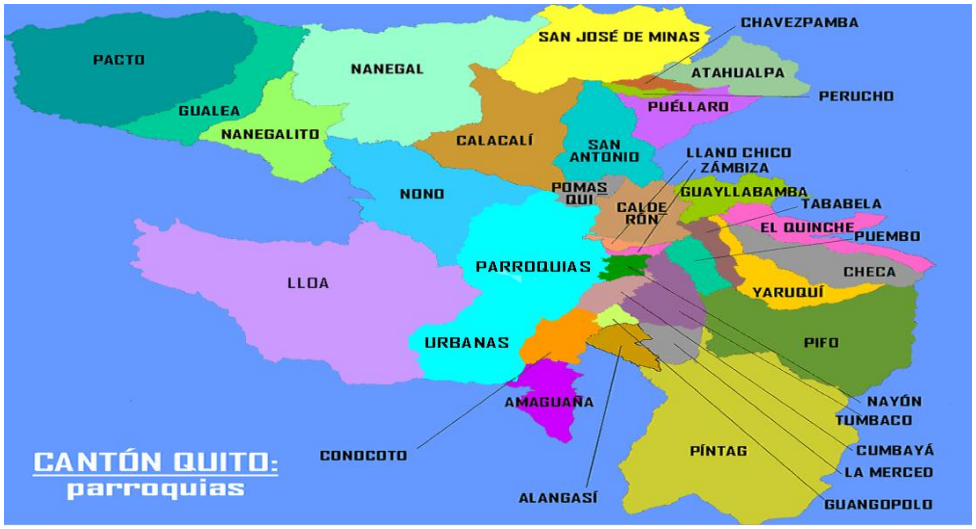
Elaborado por: Grecia Guerrero, 2014

TÉ DE FRUTAS Y HIERBAS	
Costo de producción unitario	0,46
Utilidad 50%	0,23
P.V.P	**0,69**

Elaborado por: Grecia Guerrero, 2014

2.03.04.03 plaza.

La decisión de ubicar a la micro empresa Guayate en el sector de Guayllabamba es principalmente por la cercanía a los productores directos de la materia prima en este caso algunas frutas (mora, naranja), lo que hace que el producto lo obtengamos de una manera rápida, de calidad y en menor costo de producción.



Figuras 12 Croquis de Ubicación

2.03.04.04 promoción.

Es el conjunto de actividades dirigidas a impulsar los productos de la microempresa en el mercado.

Estrategias de promoción

Son acciones que pueden proporcionar incremento de ventas a corto plazo.

Estrategias dirigidas a los consumidores

Guayate ofrecerá las siguientes promociones:

Por la compra de 2 fundas de té la tercera gratis.

Por la inauguración de la microempresa y fechas especiales se regalaran obsequios como llaveros, esferos, gorras y camisetas.

Al realizar compras al por mayor se otorgara el 5% de descuento.

2.03.04.04.01 publicidad.

La Ley General de Publicidad define la publicidad como “toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones”. (http://www.mailxmail.com/"publicidad concepto", 2013).

Logotipo

Slogan

Siente el irresistible sabor del té

Hoja membretada

Carpeta empresarial

Tarjeta comercial

Cd

Caja comercial

2.04 AnálisisFoda

Tabla 9 Matriz FODA

AMBIENTE INTERNO				**AMBIENTE EXTERNO**			
FORTALEZAS				**OPORTUNIDADES**			
	NIVEL			**DESCRIPCIÓN**	**NIVEL**		
DESCRIPCIÓN	**ALTO**	**MEDIO**	**BAJO**		**ALTO**	**MEDIO**	**BAJO**
Misión	X			PIB	X		
Visión	X			Población		X	
Políticas		X		PEA	X		
Objetivos Corporativos	X			Aspecto Tecnológico		X	
Gestión Administrativa	X			Político Legal		X	
Planificación	X			Clientes	X		
Organización	X			Proveedores	X		
Dirección	X			Competencia	X		
Control		X					
Gestión Operativa		X					
Gestión Comercial	X						
AMBIENTE EXTERNO							
AMENAZAS							
	NIVEL						
DESCRIPCIÓN	**ALTO**	**MEDIO**	**BAJO**				
Inflación	X						
Tasa de Interés	X						
Balanza Comercial		X					
Migración		X					

Capitulo III

3.01 Análisis del Consumidor

El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demáscaracterísticas de los consumidores que conforman el mercado objetivo.(http://www.crecenegocios.com/ análisis del consumidor 2014).

En la parroquia de Guayllabamba la población tiene una tendencia de consumo media en base al té ya que la gran mayoría toma el café y el té es un sustituto del mismo que por lo general lo remplaza en fiestas y reuniones familiares.

3.01.01 determinación de la población y muestra.

Población

Se denomina población a la suma de personas que conviven dentro de un pueblo, provincia, país, u otra área geográfica, y poseen comúnmente, características en común. También se dice "población" a la acción o acto de poblar.(http://sobreconceptos.com/ población 2009).

Muestra

(Murria R. Spiegel, 1991). Define que muestra es una parte de la población a estudiar qué sirve para representarla. (pág.).

Fórmula para calcular la muestra

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

Dónde:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

E^2 = Error máximo admisible (5%)

p = Probabilidad de éxito (50%)

q = Probabilidad de fracaso (50%)

z = Distribución normal en estadística cuando el NC = 95%

$$n = \frac{16213 * (0,5) * (0,5) * (1,96)^2}{(16213 - 1) (0,05)^2 + (0,5) * (0,5) * (1,96)^2}$$

n = 385

Luego de aplicar la fórmula para calcular la muestra se obtuvo como resultado 385.

Personas los cuales se debe aplicar las encuestas en el Sector de la parroquia Guayllabamba

3.01.02 técnicas de obtención de información.

Son todas las formas posibles de que se vale el investigador para obtener la información necesaria en el proceso investigativo. Hace relación al procedimiento,

condiciones y lugar de recolección de datos, dependiendo de las distintas fuentes de información. (Gómez, J. 2011)

Para el presente proyecto se utilizara la técnica de la ENCUESTA.

(Díaz de Rada, V. 2005) Define que la encuesta es la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que se desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados. (pág. 13).}

3.01.03 Encuesta.

INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TECNOLOGIA DE PRODUCCION INDUSTRIAL

Encuesta con fines académicos

1.-DATOS GENERALES

Género Masculino ( ) Femenino ( )

Edad: Menor de 25 ( ) Entre 25 y 35 ( ) De 35 en adelante ( )

Ocupación: Trabaja ( ) Lugar de trabajo……

Estudia ( ) Lugar de estudio……

Estado civil: Casado ( ) Soltero ( ) Otro ( )

2.- Considera Ud. oportuno que en la parroquia de Guayllabamba se implemente una empresa de producción y comercialización de té de frutas y hierbas medicinales.

SI ( ) NO ( )

3.- Con qué frecuencia Ud. consume té de frutas y hierbas medicinales.

Diariamente ( ) Mensual ( )

Semanalmente ( ) Semestral ( )

Quincenal ( ) Anualmente ( )

4.-Que presentación le gustaría para el té de frutas y hierbas medicinales.

En funda grande ( )

En caja que lleven presentación para una tasa ( )

En frasco de vidrio ( )

5.- Que precio estaría dispuesto a pagar por una caja de té de frutas y hierbas medicinales de 25 paquetes individuales.

1,00 ( )

1,25 ( )

1,50 ( )

6.- Esta Ud. satisfecho con los productos o servicios que le ofrece la competencia.

Sangay ( )

Ile ( )

Alexander Coffee ( )

7.- En que lugares adquiere estos productos.

Tiendas ( )

Micro mercados ( )

Supermercados ( )

8.- Que le atrae más al momento de adquirir el producto

Precio ( )

Cantidad ( )

Calidad ( )

Sabor ( )

9.- Le gustaría degustar otros sabores diferentes de tés como:

Frutos rojos ( ) Frutos cítricos ( )

10.- Según la degustación cual es el nivel de aceptación.

Excelente ( )

Muy bueno ( )

Bueno ( )

No le gusto ( )

11.- Al dar su punto de vista Ud. lo recomendaría.

Si ( ) No ( )

Porque……..

Gracias por su colaboración.

3.01.04 análisis de la información.

El análisis de la información es la decodificación de datos obtenidos en un documento, para ello se debe seguir los siguientes pasos:

- ✓ Determinación de la población y muestra.
- ✓ Selección del instrumento que se utiliza para la recolección de la información, en este caso la encuesta.
- ✓ Diseño del cuestionario en base a la información requerida de la investigación.
- ✓ Ejecutar la encuesta.
- ✓ Tabular los resultados.
- ✓ Interpretación de datos.
- ✓ Análisis y conclusiones.

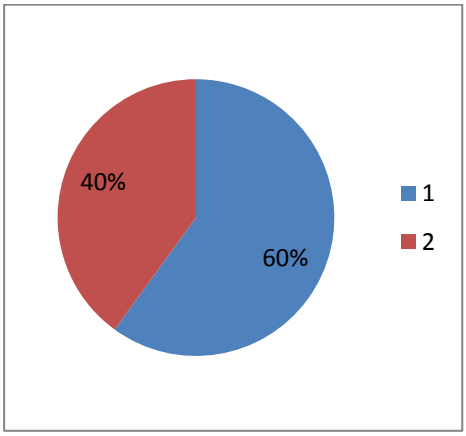
3.01.05 resultados de la encuesta.

1.-DATOS GENERALES

Género Masculino ( ) Femenino ( )

Tabla 10 Primera pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	231	60%
Femenino	154	40%
Total	385	100%



Figuras 13 Primera pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

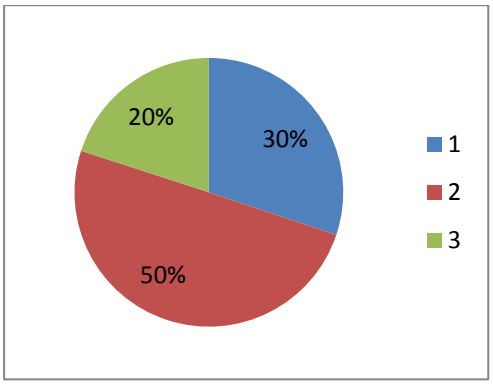
ANALISIS

Según los gráficos podemos determinar que según el género el 60% son hombres y el 40% son mujeres.

Edad: Menor de 25 ( ) Entre 25 y 35 ( ) De 35 en adelante ( )

Tabla 11Primera pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Menor 25	116	30%
25-35	192	50%
35 Adelante	77	20%
Total	385	100%



Figuras 14 Primera pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

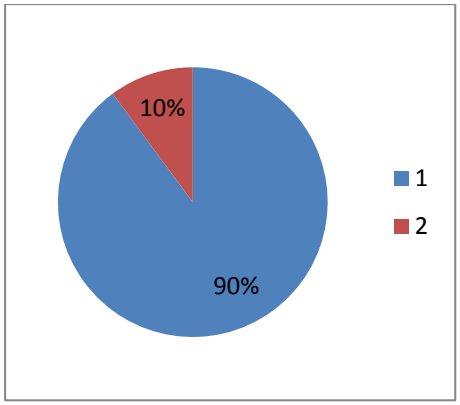
Según los gráficos determinamos que el 50% de la población tiene entre 25 y 35 años de edad el 30% tiene menos de 25 años y el 30% dice que tiene más de 35 años de edad.

Ocupación: Trabaja ( ) Lugar de trabajo……

Estudia ( ) Lugar de estudio……

Tabla 12 Primera pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Trabaja	346	90%
Estudia	39	10%
Total	385	100%



Figuras 15 Primera pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

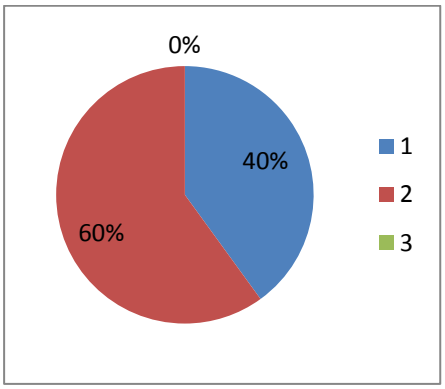
ANALISIS

De acuerdo a los gráficos podemos determinar que el 90% de la población trabaja y el 10 % estudia.

Estado civil: Casado ( ) Soltero ( ) Otro ( )

Tabla 13 Primera pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Casado	154	40%
Soltero	231	60%
Otros	0	0%
Total	385	100%



Figuras 16 Primera pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

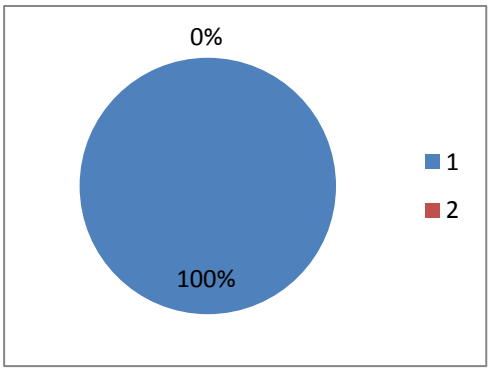
De acuerdo a los gráficos podemos determinar que el 40% de la población es casada y el 60% de la población es soltera.

2.- Considera Ud. oportuno que en la parroquia de Guayllabamba se implemente una empresa de producción y comercialización de té de frutas y hierbas medicinales.

SI ( ) NO ( )

Tabla 14 Segunda pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	385	100%
NO	0	0%
Total	385	100%



Figuras 17 Segunda pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

Según los gráficos determinamos que el 100% de la población está de acuerdo que se implemente una empresa de producción y comercialización de té.

3.- Con qué frecuencia Ud. consume té de frutas y hierbas medicinales.

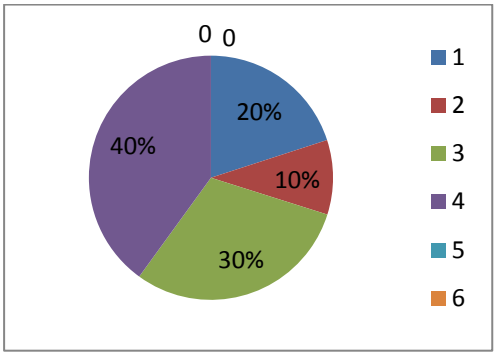
Diariamente ( ) Mensual ( )

Semanalmente ( ) Semestral ( )

Quincenal ( ) Anualmente ( )

Tabla 15 Tercera pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	77	20%
Semanal	38	10%
Quincenal	116	30%
Mensual	154	40%
Semestral	0	0
Anual	0	0
Total	385	100%



Figuras 18Tercera pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

De acuerdo a los gráficos determinamos la frecuencia de consumo de té de la población de Guayllabamba está distribuida de la siguiente manera el 40% consume mensualmente el 30% consume quincenalmente el 20% consume diariamente y el 10% consume semanalmente.

4.-Que presentación le gustaría para el té de frutas y hierbas medicinales.

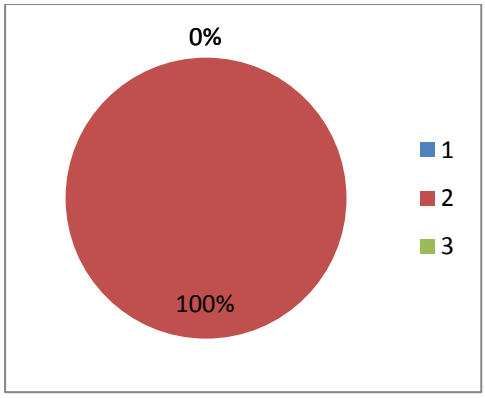
En funda grande ( )

En caja que lleven presentación para una tasa ( )

En frasco de vidrio ( )

Tabla 16 Cuarta pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Funda grande	0	0%
Para una tasa	385	100%
Frasco vidrio	0	0%
Total	385	100%



Figuras 19 Cuarta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

De acuerdo a los gráficos determinamos que el 100% de la población desearía que el envase del té sea en caja con presentación para una tasa.

5.- Que precio estaría dispuesto a pagar por una caja de té de frutas y hierbas medicinales de 25 paquetes individuales.

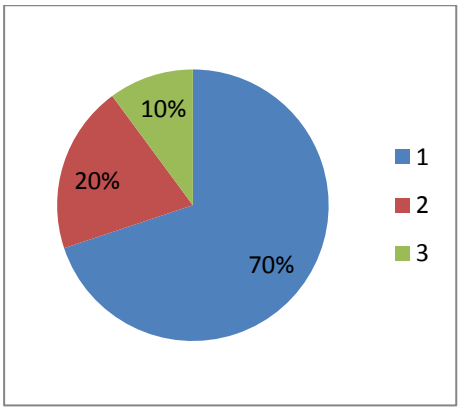
1,00 ( )

1,25 ( )

1,50 ( )

Tabla 17 Quinta pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
1	269	70%
1,25	77	20%
1,5	39	10%
Total	385	100%



Figuras 20 Quinta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

Según los gráficos podemos observar que el 70% estaríadispuesto a pagar $1,00 por una funda de 50g. , el 20% pagaría $1,25 por la funda y el 10% dice que pagaría $1,50 por la funda de 50g.

6.- Esta Ud. satisfecho con los productos o servicios que le ofrece la competencia.

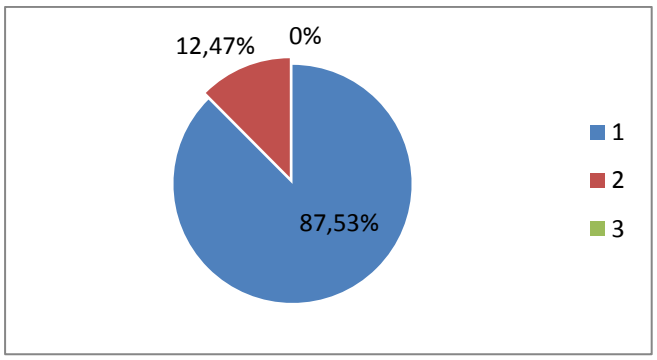
Sangay ( )

Ile ( )

Alexander Coffee ( )

Tabla 18 Sexta pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Sangay	337	87,53%
Ile	48	12,47%
Alexander C	0	0%
Total	385	100%



Figuras 21 Sexta pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

De acuerdo al grafico determinamos que el 87,53% de la población está satisfecha con la competencia de la empresa Sangay y el 12,47% dice que está satisfecha con Ile.

7.- En que lugares adquiere estos productos.

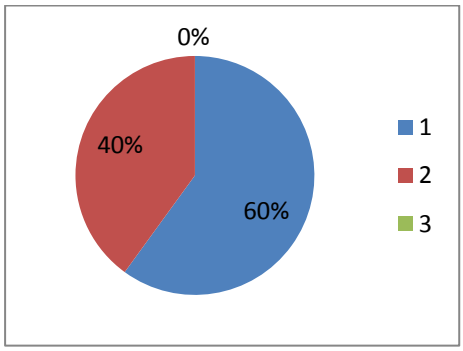
Tiendas ( )

Micro mercados ( )

Supermercados ( )

Tabla 19Séptima pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Tienda	231	60%
Micro mercado	154	40%
Supermercado	0	0%
Total	385	100%



Figuras 22 Séptima pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

Según los gráficos podemos determinar que el 60% de la población compra el té en tiendas, y el 40% dijo que en micro mercados.

8.- Que le atrae más al momento de adquirir el producto

Precio ( )

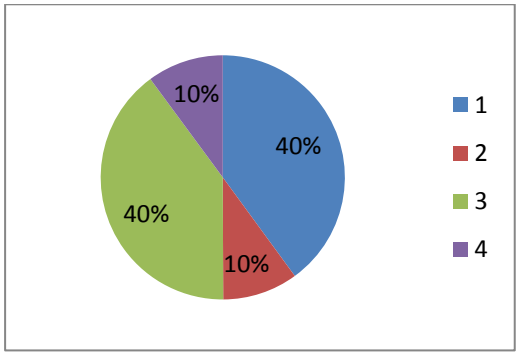
Cantidad ( )

Calidad ( )

Sabor ( )

Tabla 20 Octava pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Precio	154	40%
Cantidad	38	10%
Calidad	154	40%
Sabor	39	10%
Total	385	100%



Figuras 23 Octava pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

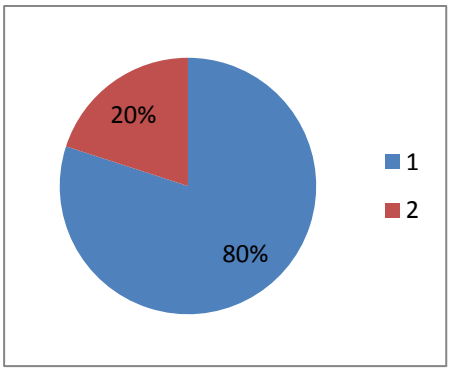
De acuerdo a los gráficos podemos determinar que el 40% de la población le atrae el precio antes de adquirir un producto, el otro 40% dijo que le atrae la calidad del producto, el 10% dijo que le atrae la cantidad, y el otro 10% dijo que le atrae el sabor al momento de adquirir el producto.

9.- Le gustaría degustar otros sabores diferentes de tés como:

Frutos rojos ( ) Frutos cítricos ( )

Tabla 21 Novena pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Frutos rojos	308	80%
Frutos cítricos	77	20%
Total	385	100%



Figuras 24 Novena pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

De acuerdo a los gráficos determinamos que al 80% de la población le gustaría degustar el té de frutos rojos y el 20% dijo que le gustaría el té de frutos cítricos.

10.- Según la degustación cual es el nivel de aceptación.

Excelente ( )

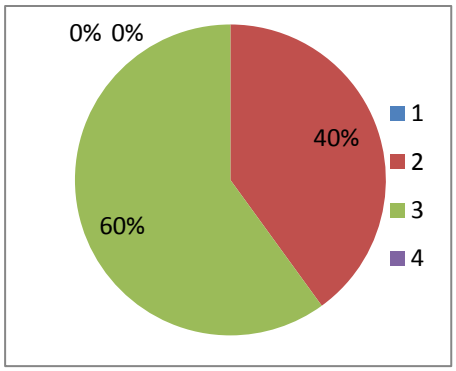
Muy bueno ( )

Bueno ( )

No le gusto ( )

Tabla 22 Decima pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Muy Bueno	154	40%
Bueno	231	60%
No le gusta	0	0%
Total	385	100%



Figuras 25 Decima pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

Según los gráficos podemos determinar que según la degustación su nivel de aceptación fue el 60% Bueno y el 40% dijo que era Muy Bueno.

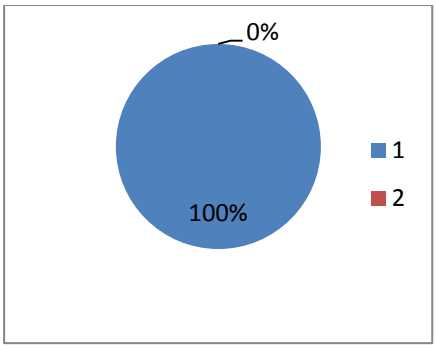
11.- Al dar su punto de vista Ud. lo recomendaría.

Si ( ) No ( )

Porque……..

Tabla 23 Decima primera pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	385	100%
NO	0	0%
Total	385	100%



Figuras 26 Decima primera pregunta de la encuesta

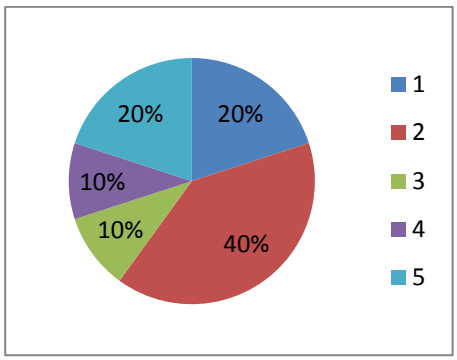
Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

De acuerdo a los gráficos el 100% de la población dejo que lo recomendaría.

Tabla 24 Decima primera pregunta de la encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	77	20%
Salud	154	40%
Innovación	38	10%
Facilidad	39	10%
Parece bien	77	20%
Total	385	100%



Figuras 27Decima primera pregunta de la encuesta

Fuente: Estudio de mercado

ANALISIS

De acuerdo al análisis del porque lo recomendaría el 40% de la población dijo por salud, el 20% dijo por el sabor, el otro 20% dijo que le parece bien, el 10% dijo por innovación, el otro 10% dijo por facilidad de preparación.

3.02 Demanda

(Guevara Samaniego, 2014) al referirse a la demanda define como la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. (Material de clase)

Para la empresa Guayate la demanda está dada por las personas que habitan en la parroquia Guayllabamba.

3.02.01 demanda histórica.

Tabla 25 Demanda Histórica

FRECUENCIA DE CONSUMO

	FRECUENCIA	%
más de una vez al día	2	6,67%
Diariamente	4	13,33%
Varias veces a la semana	6	20%
una vez a la semana	9	30%
Menos de una vez a la semana	9	30%
total	30	100%

Los datos fueron tomados del estudio realizado a fuze tea en el 2012 de frecuencia de consumo de la población en la Provincia de Pichincha.

3.02.02 demanda actual.

Tabla 26 Demanda Actual

AÑO	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO MANUFACTURA	DEMANDA PROYECTADA
2014	68.463,70	1	68.463,70

3.02.03 demanda proyectada.

Tabla 27 Demanda Proyectada

PROYECCION DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO MANUFACTURA	DEMANDA PROYECTADA
2014	68.463,70	1	68.463,70
2015	68.463,70	1,054	72.160,74
2016	72.160,74	1,054	76.057,42
2017	76.057,42	1,054	80.164,52
2018	80.164,52	1,054	84.493,40
2019	84.493,40	1,054	89.056,05

3.03 Oferta

(Guevara Samaniego, 2014) manifiesta que la oferta es la cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a entregar al mercado, a un precio determinado. (Material de clase)

3.03.01 oferta histórica.

Tabla 28 Oferta Histórica

	Frecuencia	%
1-3	25	83,33%
4-6	4	13,33%
7-9	1	3,33%
Más de 9	0	0%
Total	30	100%

Estos datos se tomaron de un estudio de mercado realizado a las compras que realiza la población respecto del producto de fuze tea en el 2012.

3.03.02 oferta actual.

Tabla 29 Oferta Actual

	Frecuencia	%
Desde su lanzamiento	21	70%
Hace menos de un mes	8	26,67%
Nunca lo he comprado	1	3,33%
Total	30	100%

Desde su lanzamiento fue tomado en cuenta el producto de fuze tea con un porcentaje del 70%.

3.03.02 oferta proyectada.

Tabla 30 Oferta Proyectada

PROYECCION DE LA OFERTA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	TASA DE ACEPTACION COMPETENCIA	OFERTA PROYECTADA
2015	72.160,74	0,1246	8.991,23
2016	76.057,42	0,1246	9.476,75
2017	80.164,52	0,1246	9.988,50
2018	84.493,40	0,1246	10.527,88
2019	89.056,05	0,1246	11.096,38

3.04 Balance Oferta-Demanda

3.04.01 balance actual.

Para determinar la demanda insatisfecha, se tomó en cuenta los datos proyectados tanto de la demanda como de la oferta. Es importante determinar el balance entre la oferta y demanda, estableciendo de esta forma la brecha existente, denominada demanda insatisfecha.

Tabla 31 Demanda Insatisfecha

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	72.160,74	8.991,23	$ 63.169,51
2016	76.057,42	9.476,75	$ 66.580,67
2017	80.164,52	9.988,50	$ 70.176,02
2018	84.493,40	10.527,88	$ 73.965,53
2019	89.056,05	11.096,38	$ 77.959,66

3.04.02 punto de equilibrio de mercado.

Tabla 32 Punto de Equilibrio

DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	PRECIO
11.096,38	8.991,23	1
10.527,88	9.476,75	1
9.988,50	9.988,50	1
9.476,75	10.527,88	1
8.991,23	11.096,38	1

La tabla muestra la relación que existe entre la oferta y la demanda, tomando para este análisis el precio que se va a ofertar, en el que se puede apreciar en que al aumentar este la oferta aumenta y por el contrario el aumento del mismo trae como consecuencia una baja en la demanda.

Capitulo IV

ESTUDIO TÉCNICO

(Baca Urbina, 2006) Define que el estudio técnico comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

4.01 Tamaño del Proyecto

4.01.01 capacidad instalada.

El presente proyecto tiene una capacidad de 136m² y está dividida en las siguientes áreas:

Tabla 33 Distribución de áreas de la planta

Áreas	Longitud
Recepción de materia prima	3m x7m = 21m²
Área administrativa	3m x 3,5m = 10,5m²
Área de despacho	3m x 3m = 9m²
Área de almacenamiento	3m x 3m = 9m²
Área de producción	3m x 4m = 12m²
Estacionamiento	3m x 10m = 30m²
Vestidores	3m x 2m = 6m²
Baños (3	2m x 3m =6m²
Baño administrativo	1,5m x3m = 4,5 m²
Guardianía	3m x 2m = 6m²

4.01.02 capacidad óptima.

La capacidad óptima de la empresa está dada por todos los departamentos que la conforman

Capacidad de diseño	5 días	8 horas	1 turnos	(125fundas diarias, 5000 mensuales) capacidad de producción
Capacidad de diseño	5000			
Producción real	4000			
capacidad efectiva	4500			
Utilización	80 %			
Eficiencia	90 %			

ANALISIS DE LA CAPACIDAD INSTALADA DEL PROCESO

ACTIVIDAD		frecuencia	# veces	Tiempo unit. (minutos)	tiempo total (mes)	EJECUTORES	
						JEFE DE PLANTA	OPERATIVOS
Recepción M.P.	d	20	2	5	200		X
Selección	d	20	4	30	2400	X	
Pesado	d	20	4	5	400	X	
Lavado	d	20	2	25	1000		X
Pelado	d	20	5	15	1500		X
Estrujado	d	20	5	10	1000		X
Colocado Deshidratador	d	20	5	30	3000		X
Deshidratado	d	20	5	480	Chequeo (100)	X	
Control	d	20	8	15	2400	X	
Pesado	d	20	4	5	400	X	
			Tiempo real demanda		12400	5700	6700
20*8*60*0,85			Tiempo real disponible		8160	8160	8160
			ICI (TR/ TD) *100		151,96	69,85	82,1
			# personas		1,52	0,7	0,82
					1 al 100%	1 al 70%	1 al 82%
					1 al 52%		

4.02 Localización

La localización del proyecto está dada por la macro-localización y micro-localización.

4.02.01 macro-localización.

Tabla 34 Macro-localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Cantón	Quito
Parroquia	Guayllabamba
Sector	Norte

Figuras 28 Macro-localización

4.02.02 micro localización.

La Microempresa estará ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito, parroquia de Guayllabamba; en la Panamericana Norte Vía Tabacundo, la misma que tiene la vía de acceso principal para la entrada y salida de los proveedores y clientes.

4.03 Distribución de Planta

La distribución de la planta se realizara de acuerdo a códigos y factores de cercanía, los cuales permitirán ubicar cada área en relación a la importancia que tenga una de la otra.

Códigos de Cercanía

Los códigos de cercanía establecen el grado de cercanía y relación que tienen las diferentes áreas de la microempresa, con el fin de facilitar la distribución y designación de la infraestructura de la misma

Tabla 35 Códigos de cercanía

A	Absolutamente cerca
E	Especialmente cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Sin importancia
X	Cercanía indiferente

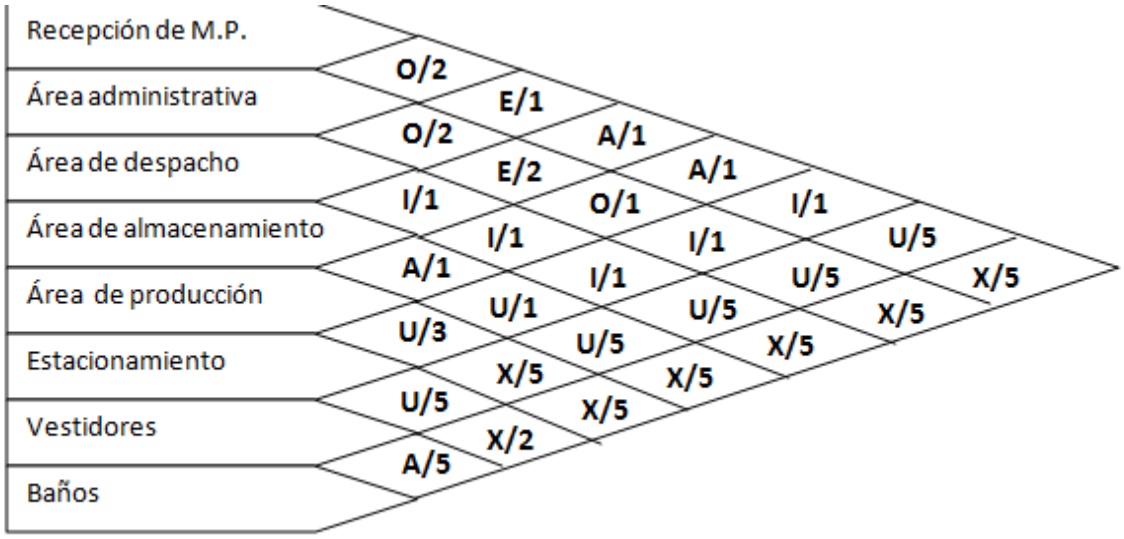
Factores del proceso

Define las razones del porqué del grado de cercanía de un área con otra.

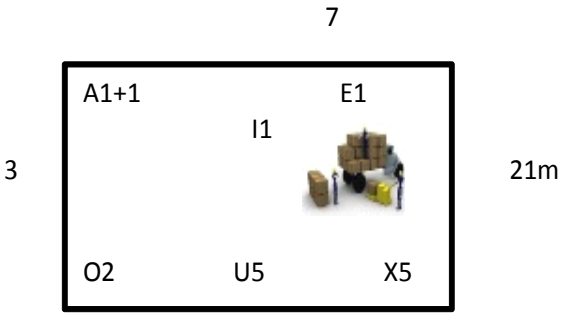
Tabla 36 Factores del proceso

1	Proceso
2	Administración
3	Ruido
4	Precaución
5	Higiene

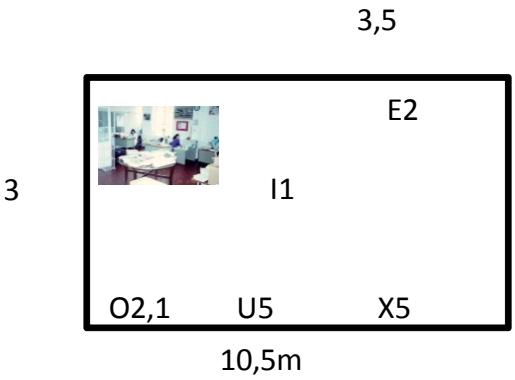
MATRIZ TRIANGULAR



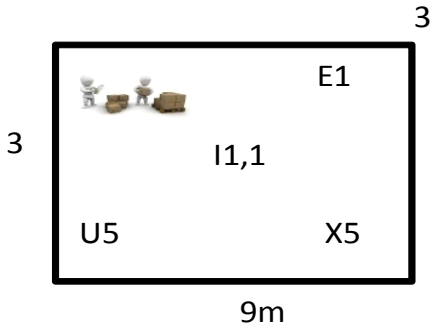
Recepción de Materia Prima



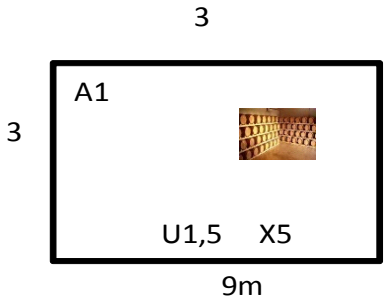
Área Administrativa



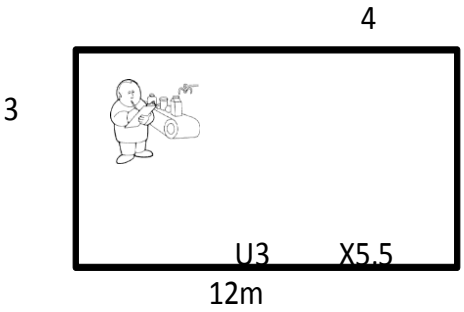
Despacho



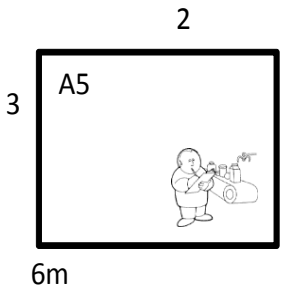
Producción



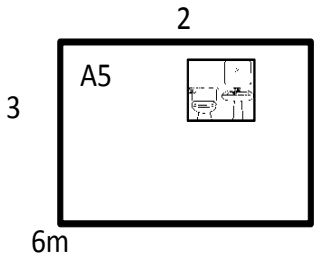
Producción



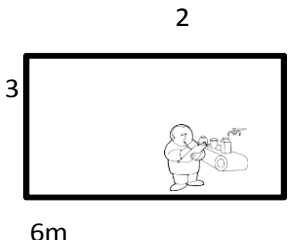
Vestidores



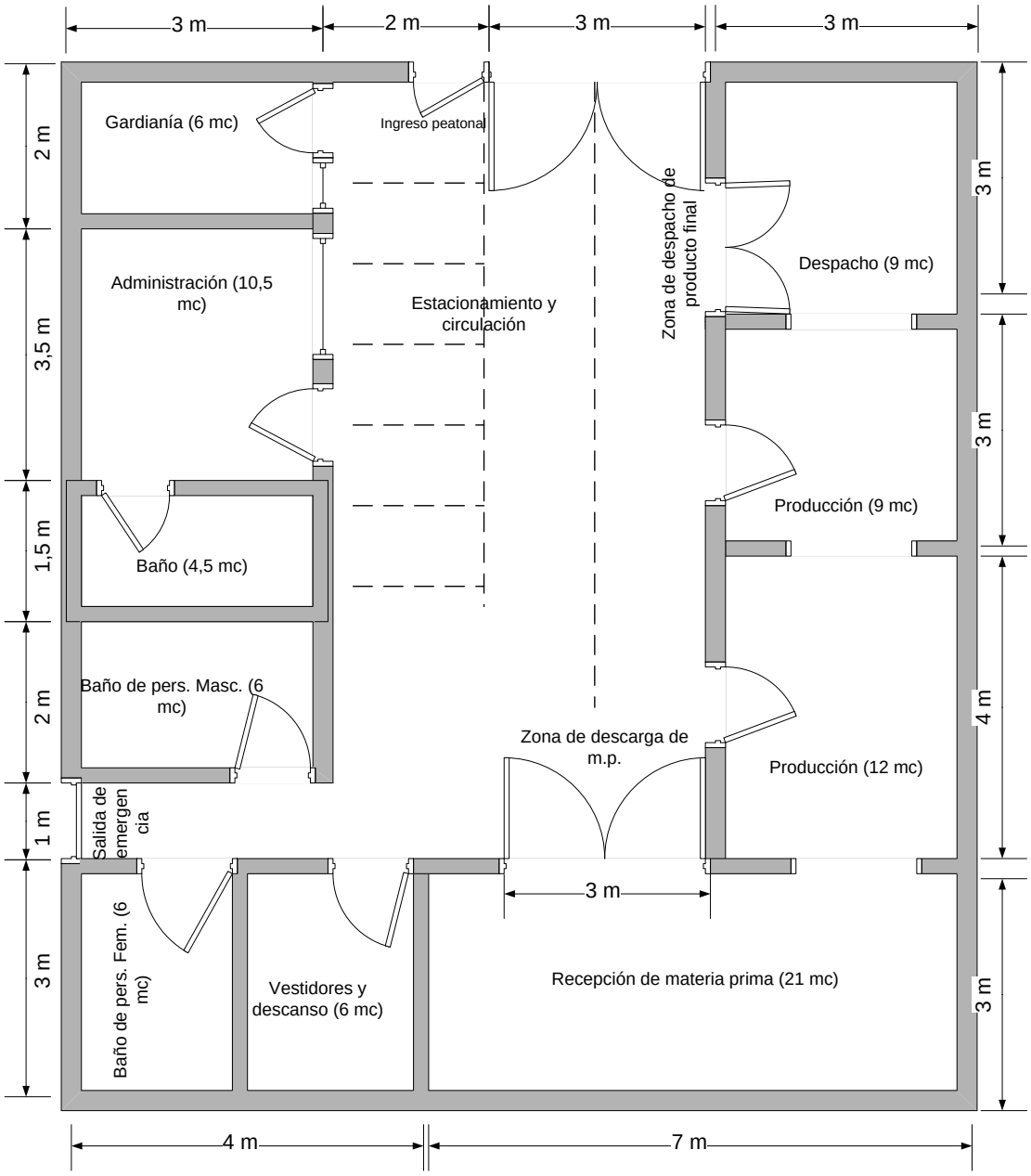
Baños



Guardianía



Plano


3 m
2 m
3 m
3 m
2 m
3,5 m
1,5 m
2 m
1 m
3 m
Gardianía (6 mc)
Ingreso peatonal
Administración (10,5 mc)
Estacionamiento y circulación
Zona de despacho de producto final
Despacho (9 mc)
Producción (9 mc)
Baño (4,5 mc)
Baño de pers. Masc. (6 mc)
Zona de descarga de m.p.
Producción (12 mc)
Salida de emergencia
3 m
Baño de pers. Fem. (6 mc)
Vestidores y descanso (6 mc)
Recepción de materia prima (21 mc)
3 m
3 m
3 m
4 m
3 m
4 m
7 m

4.03.01 proceso productivo.

Actividad	Tiempo (min)	Observación
Recepción M.P	5	Recibir la fruta
Selección de fruta	30	Escoger la fruta que este en buen estado
Pesado	5	Pesar la fruta que ingresa
Lavado	25	Lavar para sacar todas las impurezas
Pelado	15	Quitar las cascara de la fruta
Estrujado	10	Hacer rodajas la fruta
Secado	30	Colocar en bandejas y secar al horno
Control de calidad	15	Verificar que todas estén deshidratándose igual
Pesado	5	Para saber cuánto hay de fruta deshidratada
Control de calidad	20	Verificar la deshidratación
Picar	40	Picar frutas y hierbas.
Mezclar	15	Mezclar los Ingredientes
Empacar	30	Empacar la mezcla

Actividad	Tiempo (min)	Observación
Recepción M.P	5	Recibir las hierbas
Selección de hierbas	30	Escoger la hierba que este en buen estado
Lavado	25	Lavar para sacar todas las impurezas
Secado	30	Colocar en bandejas y secar al horno
Control de calidad	15	Verificar que todas estén deshidratándose igual
Picar	40	Picar frutas y hierbas.
Mezclar	15	Mezclar los Ingredientes
Empacar	30	Empacar la mezcla

4.03.02 simbología del diagrama de flujo

	Operación	Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos.
	Transporte	Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora
	Demora	Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente.
	Almacenamiento	Tanto la materia prima, productos en proceso o producto terminado
	Inspección	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto terminado

4.03.03. actividades.

Actividad	Tiempo (min)	Símbolos	Observación
Recepción M.P	5		Recibir la fruta
Selección de fruta	30		Escoger la fruta en que este en buen estado
Pesado	5		Pesar la fruta que ingresa
Lavado	25		Lavar para sacar todas las impurezas
Pelado	15		Quitar las cascara de la fruta
Estrujado	10		Hacer rodajas la fruta
Secado	30		Meter al horno
Control	15		Control de deshidratado
Pesado	5		Pesado de la fruta deshidratada
Almacenamiento	10		Ubicar en bodega

Actividad	Tiempo (min)	Símbolos	Observación
Recepción M.P	10		Recibir a hierba
Selección de hierbas	40		Escoger la hierba en que este en buen estado
Lavado	25		Lavar para sacar todas las impurezas
Secado	30		En los hornos
Control de calidad	20		Control de deshidratado
Picar	40		Picar las hierbas
Mezclar	15		Mezcla de hierbas
Envasado	30		Se envasa en los frascos, listos para la venta
Almacenamiento	10		Ubicar en bodega

4.04 Maquinaria y Equipos

Tabla 37 Maquinaria y equipos

Descripción	N° unidades	Costos		
		Costo unitario	Costo total	Total bruto
Activos fijos				
Terreno	1	$ 20.000,00	$ 20.000,00	
Infraestructura	1	$1 5.000,00	$ 15.000,00	
Vehículo	1	$ 10.000,00	$ 10.000,00	
Total activos fijos				**$ 45.000,00**
Maquinaria y equipos				
Deshidratador	3	$ .265,00	$ 795,00	
Selladora	1	$ 45,00	$ 45,00	
Lavador de futas 100 kg.	1	$ 600,00	$ 600,00	
Balanza 30 kg.	1	$ 70,00	$ 70,00	
Ollas	2	$ 45,00	$ 90,00	
Tablas de picar	3	$ 3,00	$ 9,00	
Cuchillos	3	$ 2,00	$ 6,00	
Juego de cucharas de medida	2	$ 5,00	$ 10,00	
Total maquinaria y equipos				**$ 1625,00**
Muebles y enseres				
Mesa de trabajo	2	$ 75,00	$ 150,00	
Escritorio	1	$ 100,00	$ 100,00	
Sillas	4	$ 18,00	$ 72,00	
Mesa	1	$ 90,00	$ 90,00	
Estantería	1	$ 95,00	$ 95,00	
Archivador	1	$ 85,00	$ 85,00	
Total muebles y enseres				**$ 592,00**
Equipo de computación				
Computadora	1	$ 700,00	$ 700,00	
Impresora	1	$ 100,00	$ 100,00	
Teléfono	1	$ 15,00	$ 15,00	
Total equipo de computación				**$ 815,00**
Equipos de oficina				
Calculadora	2	$ 15,00	$ 30,00	
Perforadora	1	$ 3,00	$ 3,00	
Grapadora	1	$ 2,50	$ 2,50	
Resmas de papel bond	5	$ 3,50	$ 17,50	
Esferos gráficos	10	$ 0,25	$ 2,50	
Total equipo de oficina				**$ 55,50**
Total Activos				**$ 48087,50**

Capitulo v

ESTUDIO FINANCIERO

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

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

(http://www.zonaeconomica.com/ estudio financiero 2012)

5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales

5.01.01 ingresos operacionales.

Son los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas por la empresa.

Los ingresos operacionales que tendrá el proyecto se muestra en la siguiente tabla.

5.01.01.01 materia prima directa.

Tabla 38 Materia Prima Directa

Materia prima requerida anualmente					
Producción mensual	**Cantidad**	**Materia prima**	**Valor unitario**	**Costo mensual**	**Costo anual**
5000	50lb	frutilla	$ 1,25	$ 62,50	$ 750,00
5000	50lb	mora	$ 1,20	$ 60,00	$ 720,00
5000	50lb	mortiño	1,50	75,00	900,00
5000	154	manzanas	0,15	23,10	277,20
5000	6atado	Hierba Luisa	1,50	9,00	108,00
5000	30 atados	Muña	1,00	30,00	360,00
5000	14 atados	Ataco	1,50	21,00	252,00
Total materia prima				**280,60**	**3.367,20**

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

5.01.01.02 mano de obra directa.

Tabla 39 Mano de Obra Directa

Mano de Obra Directa						
Concepto	**Sueldo mensual**	**Décimo tercero**	**Décimo cuarto**	**Fondos de reserva**	**Total mensual**	**Total anual**
Operario	$ 340,00	$ 28,33	$ 14,17	$ 28,33	$ 410,83	$ 4.929,96
Jefe de planta	$500,00	$41,67	$20,83	$41,67	$ 604,17	$ 7.250,04
Total mano de obra directa					**$1.015,00**	**$ 12.180,00**

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

5.01.01.03 costos indirectos de fabricación.

Tabla 40 Costos Indirectos de Fabricación

Costos indirectos de fabricación				
Concepto	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo mensual**	**Costo anual**
Fundas	5000	$ 0,10	$ 500,00	$ 6.000,00
Etiquetas	5000	$ 0,05	$ 250,00	$ 3.000,00
Papel filtro	5000	0,04	200	$ 2.400,00
Hilo	1	$ 3,00	$ 3,00	$ 36,00
Servicios Básicos			$ 73,00	$ 876,00
Total costos indirectos			**$ 1.026,00**	**$ 12.312,00**

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

5.01.01.04 ingresos.

Tabla 41 Ingresos

Té de frutos rojos	
Costo de producción unitario	$ 0,46
Utilidad del 50%	$ 0,23
P.V.P	$ 0,69
Producción mensual	5000
Ingreso mensual	**$ 3450,00**
Ingresa anual	**$ 41.400,00**

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

5.01.01.05 ingresos proyectados.

Tabla 42 Ingresos Proyectados

Ingresos Proyectados			
Años	**Ingreso actual**	**Tasa del sector**	**Ingreso**
	($)	**manufacturero**	**anual ($)**
(año base) 2014	41.400	-	41.400
2015	41.400	1,054	43.635,60
2016	43.635,6	1,054	45.991,92
2017	45.991,92	1,054	48.475,49
2018	48.475,49	1,054	51.093,16
2019	51.093,16	1,054	53.852,19

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

5.01.02 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.

No existen ingresos no operacionales, pues al ser una empresa que recién empieza su actividad productiva solo se cuenta con los ingresos relacionados con el giro de negocio.

5.02. Costo

"El costo es un desembolso en efectivo o en especie de hecho pasado, en el presente y en el futuro o en forma virtual" (Urvina, 2006, pág. 196).

5.02.01. costo directo.

El siguiente cuadro indica los costos directos de producción (mano de obra directa y materia prima directa), en el que se puede apreciar el costo mensual.

Tabla 43 Costos Directos

Costos directos	
Materia prima	3367,20
Mano de obra directa	12180,00
Total costos directos	**15.547,20**

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

5.02.02. costo indirecto.

El siguiente cuadro indica el detalle de materia prima indirecta en la producción de té de frutas y hierbas deshidratadas, en donde se puede apreciar el costo mensual.

Tabla 44 Costos indirectos

Costos indirectos	
Etiquetas	3000,00
Fundas	6000,00
Papel filtro	2400,00
Hilo	36,00
Servicios Básicos	876,00
Total costos indirectos	**12312,00**

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

Tabla 45 Proyección de costos de producción

		Proyección costos de Producción					
	Inflación	2014	2015	2016	2017	2018	2019
materia p.	1,043	$ 3.367,20	3.511,99	3.663,005	3.820,51	3.984,80	4.156,14
m.o.d.	1,043	$ 12.180,00	12.703,74	13.250,001	13.819,75	14.414,00	15.033,80
cif	1,043	$ 12.312,00	12.841,42	13.393,597	13.969,52	14.570,21	15.196,73
total		$ 27.859,20	29.057,15	30.306,603	31.609,79	32.969,01	34.386,67

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

5.02.03. gastos administrativos.

En la tabla se puede apreciar el sueldo de gerente general, así como beneficios de ley, el total mensual y el valor anual.

Tabla 46 Gastos de Personal

Gastos administrativos							
Concepto	**Cantidad**	**Sueldo mensual**	**Décimo tercero**	**Décimo cuarto**	**Fondos de reserva**	**Total mensual**	**Valor anual**
Gerente general	1	$ 500,00	$ 41,67	$ 20,83	$ 41,67	$ 604,17	$ 7.250,00
Secretaria	1	$ 350,00	$ 29,17	$ 14,58	$ 29,17	$ 422,92	$ 5.075,04
Total	**2**	**$ 850,00**	**$ 70,83**	**$ 35,42**	**$ 70,84**	**1027,09**	**$ 12.325,04**

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

Material de aseo				
Concepto	**Costo**	**Cantidad**	**Trimestral**	**Anual**
Escoba	3,00	2	6,00	24,00
Recogedor	2,00	1	2,00	8,00
Trapeador	4,00	2	8,00	32,00
Desinfectantes	10,00	3	30,00	120,00
Total			**46,00**	**184,00**

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

Otros gastos Administrativos

Concepto	**Valor mensual**	**Valor anual**
Suministros de oficina	30	360
Servicios básicos	35	420
Total	**65**	**780**

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

Tabla 47 Proyección Gastos Administrativos

Proyección gastos administrativos							
Descripción	**Inflación**	**Año base 2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Gastos del personal							
Gerente general	1,043	7.250	7.561,75	7.886,91	8.226,04	8.579,76	8.948,69
Secretaria	1,043	5.075,04	5.293,27	5.520,88	5.758,27	6.005,88	6.264,13
Total		**12.325,04**	**12.855,02**	**13.407,78**	**13.984,32**	**14.585,64**	**15.212,83**
Otros gastos							
Suministros de oficina	1,043	360	375,48	391,63	408,47	426,03	444,35
Material de aseo	1,043	184	191,912	200,16	208,77	217,75	227,11
Servicios básicos	1,043	420	438,06	456,90	476,54	497,03	518,41
Total		**964**	**1.005,45**	**1.048,69**	**1.093,78**	**1.140,81**	**1.189,87**
Total gastos administrativos		**13.289,04**	**13.860,47**	**14.456,47**	**15.078,10**	**15.726,46**	**16.402,69**

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

5.02.04. costo de venta.

Los costos de venta han sido calculados en referencia a lo que utilizara la empresa para promocionar el producto y el costo de transportar el producto hacia nuestros clientes.

Tabla 48 Gastos de Venta

Gastos de venta		
Concepto	**Valor mensual**	**Valor anual**
Servicios básicos	15	180
Gasolina	35	420
Publicidad	20	240
Material POP	25	300
Gigantografía	20	240
Total	**115**	**1380**

Elaborado por; Grecia Guerrero 2014

Tabla 49 Proyección Gastos de Venta

Proyección gasto de ventas							
Descripción	**Inflación**	**Año base 2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Servicios básicos	1,043	180	187,74	195,81	204,23	213,015	222,17
Gasolina	1,043	420	438,06	456,90	476,54	497,034	518,41
Publicidad	1,043	240	250,32	261,08	272,31	284,020	296,23
Material POP	1,043	300	312,9	326,35	340,39	355,025	370,29
Gigantografía	1,043	240	250,32	261,08	272,31	284,020	296,23
Total		**1.380**	**1.439,34**	**1.501,23**	**1.565,78**	**1.633,113**	**1.703,34**

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

5.02.05. costos fijos y variables.

5.02.05.01. costos fijos.

En la siguiente tabla se indica el total del costo fijo, que es calculado con la suma de gastos administrativos y gastos de venta.

5.02.05.02. costo variable.

El costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción. A continuacion se indica el total de Mano de Obra Directa, Materia Prima Directa y Costos Indirectos de Fabricacion, asi como el costo de fabricacion total y unitario en la produccion de 5000 funditas de tè mensuales.

Tabla 50 Proyección de Costos Fijos y Variables

Proyección de costos anuales					
En dólares					
			Años		
Detalle	1	2	3	4	5
1 Costos fijos					
Depreciación	$ 5.726,17	$ 5.726,17	$ 5.726,17	$ 5.454,50	$ 5.454,50
Amortización de inversión diferida	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00
Sueldos administrativos	$ 12.855,02	$ 13.407,78	$ 13.984,32	$ 14.585,64	$ 15.212,83
Servicios básicos	$ 913,67	$ 952,96	$ 993,93	$ 1.036,67	$ 1.081,25
total	**$ 19.522,85**	**$ 20.114,91**	**$ 20.732,42**	**$ 21.104,81**	**$ 21.776,57**
2 Costos variables					
Materia prima	$ 3.511,99	$ 3.663,01	$ 3.820,51	$ 3.984,80	$ 4.156,14
Mano de Obra	$ 12.703,74	$ 13.250,00	$ 13.819,75	$ 14.414,00	$ 15.033,80
Costos indirectos de fabricación	$ 12.841,42	$ 13.393,60	$ 13.969,52	$ 14.570,21	$ 15.196,73
Publicidad	$ 250,32	$ 261,08	$ 272,31	$ 284,02	$ 296,23
total	**$ 29.307,47**	**$ 30.567,69**	**$ 31.882,10**	**$ 33.253,03**	**$ 34.682,91**
Ventas	**$ 48.830,32**	**$ 50.682,59**	**$ 52.614,52**	**$ 54.357,84**	**$ 56.459,48**

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

5.03 Inversiones

Toda empresa al iniciar sus actividades económicas, requiere de activos y de capital de trabajo.

5.03.01 Inversión fija.

"También se conoce como formación bruta de capital fijo. Es el gasto en estructuras y equipos para el uso en la empresa" (Hall, 1986, p. 40).

5.03.01.01 activos fijos.

"La inversión fija está conformada por los activos fijos, es decir aquellas propiedades, maquinaria y equipos necesarios para la producción, cuya vida útil estimada sea de al menos un año y que no estén destinados para la venta" (Paredes, 2008, p. 202).

Tabla 51 Cuadro de activos

Descripción	N° unidades	Costos		
		Costo unitario	Costo total	Total bruto
Activos fijos				
Terreno	1	$ 20.000,00	$ 20.000,00	
Infraestructura	1	$1 5.000,00	$ 15.000,00	
Vehículo	1	$ 10.000,00	$ 10.000,00	
Total activos fijos				**$ 45.000,00**
Maquinaria y equipos				
Deshidratador	3	$ .265,00	$ 795,00	
Selladora	1	$ 45,00	$ 45,00	
Lavador de futas 100 kg.	1	$ 600,00	$ 600,00	
Balanza 30 kg.	1	$ 70,00	$ 70,00	
Ollas	2	$ 45,00	$ 90,00	
Tablas de picar	3	$ 3,00	$ 9,00	
Cuchillos	3	$ 2,00	$ 6,00	
Juego de cucharas de medida	2	$ 5,00	$ 10,00	
Total maquinaria y equipos				**$ 1625,00**
Muebles y enseres				
Mesa de trabajo	2	$ 75,00	$ 150,00	
Escritorio	1	$ 100,00	$ 100,00	
Sillas	4	$ 18,00	$ 72,00	
Mesa	1	$ 90,00	$ 90,00	
Estantería	1	$ 95,00	$ 95,00	
Archivador	1	$ 85,00	$ 85,00	
Total muebles y enseres				**$ 592,00**
Equipo de computación				
Computadora	1	$ 700,00	$ 700,00	
Impresora	1	$ 100,00	$ 100,00	
Teléfono	1	$ 15,00	$ 15,00	
Total equipo de computación				**$ 815,00**
Equipos de oficina				
Calculadora	2	$ 15,00	$ 30,00	

Perforadora	1	$ 3,00	$ 3,00	
Grapadora	1	$ 2,50	$ 2,50	
Resmas de papel bond	5	$ 3,50	$ 17,50	
Esferos gráficos	10	$ 0,25	$ 2,50	
Total equipo de oficina				**$ 55,50**
Total Activos				**$ 48087,50**

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

5.03.01.02 activos nominales.

Los activos nominales o activos diferidos llamados así porque se toma en cuenta el valor nominal de los mismos y los activos diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles a ser recuperados por la empresa. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos.

El siguiente cuadro muestra el total que se ha de invertir en la obtención de ruc, permiso del cuerpo de bomberos de Quito, permiso de funcionamiento del ministerio de salud,, entre otros.

Concepto	**Recursos propios**	**Recursos financiados**	**Recursos utilizados**
Gasto de constitución	$ 140,00	$ -	$ 140,00
Inversión total activos diferidos	**$ 140,00**	**$ -**	**$ 140,00**

Tabla 52 Activos nominales

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

5.03.02 capital de trabajo.

El Capital de Trabajo muestra aquellos recursos que requiere el proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización del producto, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al proceso productivo.

Tabla 53 Capital de trabajo

	Mes 1	Mes 2	Total
Costos de producción	$ 2321,60	$ 2321,60	$ 4643,20
Gasto administrativo.	$ 1.027,09	$ 1.027,09	$ 2.054,18
Gasto de venta	$ 115,00	$ 115,00	$ 230,00
inversión total capital	$ 3463,69	$ 3463,69	$ 6927,38

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

5.03.03 fuentes de financiamiento y uso de fondos.

Tabla 54 Cuadro de inversiones

Inversión			
Concepto	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos financiados
Activos fijos			
Terreno	$ 20.000,00	$ 20.000,00	$ 0,00
Infraestructura	$ 15.000,00	$ 5.000,00	$ 10.000,00
Vehículo	$ 10.000,00	$ 5.000,00	$ 5.000,00
Maquinaria y equipos	$ 1.625,00	$ 1.625,00	$ 0,00

Muebles y enseres	$ 592,00	$ 592,00	$ 0,00
Equipo de computo	$ 815,00	$ 815,00	$ 0,00
Equipo de oficina	$ 55,50	$ 55,50	$ 0,00
Total de activos fijos	**$ 48.087,50**	**$ 33.087,50**	**$ 15.000,00**
Activos diferidos			
Gasto de constitución	$ 140,00	$ 140,00	$ 0,00
Total activos diferidos	**$ 140,00**	**$ 140,00**	**$ 0,00**
Capital de trabajo			
Costos de producción	$ 2.321,60	$ 2.321,60	$ 0,00
Gasto administrativos	$ 1.027,09	$ 1.027,09	$ 0,00
Gasto de venta	$ 115,00	$ 115,00	$ 0,00
Total de capital de trabajo	**$ 3.463,69**	**$ 3.463,69**	**$ 0,00**
Total de la inversión	**$ 51.691,19**	**$ 36.691,19**	**$ 15.000,00**
Participación	**100,00%**	**70,98%**	**29,02%**

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

5.03.04 amortización de financiamiento.

"La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo de depreciación en cualquiera de sus métodos"(Fundación Wikimedia, Inc.,, 2010).

El cuadro muestra el capital, el interés a pagar, la cuota de pago y el valor a pagar cada semestre.

Tabla 55 Amortización de financiamiento

Tabla de amortización del préstamo	
Capital	$ 15.000,00
Tasa de interés	11,83%
Forma de pago	6 semestres

BANCO PICHINCHA
En confianza.

Plazo	3 años				
Periodo	Capital	Interés	Cuota de pago	Valor a pagar	Saldo
0					$ 15.000,00
1	$ 15.000,00	$ 887,25	$ 2.500,00	$ 3.387,25	$ 12.500,00
2	$ 12.500,00	$ 739,38	$ 2.500,00	$ 3.239,38	$ 10.000,00
3	$ 10.000,00	$ 591,50	$ 2.500,00	$ 3.091,50	$ 7.500,00
4	$ 7.500,00	$ 443,63	$ 2.500,00	$ 2.943,63	$ 5.000,00
5	$ 5.000,00	$ 295,75	$ 2.500,00	$ 2.795,75	$ 2.500,00
6	$ 2.500,00	$ 147,88	$ 2.500,00	$ 2.647,88	$ 0,00

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

Tabla 56 Amortización de gastos de constitución

Concepto	Valor total	Vida del proyecto	Valor anual	Años amortizados	Amortización acumulada	Saldo
Gastos de constitución	$ 140,00	5	$ 28,00	5	$ 140,00	$ 0,00
Total			**$ 28,00**		**$ 140,00**	

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

5.03.05 depreciaciones.

El término depreciación se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una reducción periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.(Fundación Wikimedia, Inc.,, 2010)

Para el presente proyecto se ha decidido depreciar cada uno de activos para la vida útil del este, a excepción del equipo de cómputo, pues la vida útil de este se de tres años por lo que se de proceder a la compra de nuevo equipo para los años restantes.

Tabla 57 Depreciaciones

Depreciaciones							
Activo	Valor de compra	Vida del proyecto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Infraestructura	$ 15.000,00	5	$ 3.000,00	$ 3.000,00	$ 3.000,00	$ 3.000,00	$ 3.000,00
Vehículo	$ 10.000,00	5	$ 2.000,00	$ 2.000,00	$ 2.000,00	$ 2.000,00	$ 2.000,00
Maquinaria y equipos	$ 1.625,00	5	$ 325,00	$ 325,00	$ 325,00	$ 325,00	$ 325,00
Muebles y enseres	$ 592,00	5	$ 118,40	$ 118,40	$ 118,40	$ 118,40	$ 118,40
Equipo de computo	$ 815,00	3	$ 271,67	$ 271,67	$ 271,67		
Equipo de oficina	$ 55,50	5	$ 11,10	$ 11,10	$ 11,10	$ 11,10	$ 11,10
Valor total			**$ 5.726,17**	**$ 5.726,17**	**$ 5.726,17**	**$ 5.454,50**	**$ 5.454,50**

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

5.03.06 estado de situación inicial.

El presente es un estado demostrativo de lo posee la empresa al iniciar sus actividades productivas y comerciales

Tabla 58 Estado de Situación Inicial

Guayaté		
Estado de Situación Inicial		
Activos		**$ 36.691,19**
Activo corriente		**$ 3.463,69**
Bancos	$ 3.463,69	
Activo fijo		**$ 33.087,50**
Maquinarias	$ 1.625,00	
Muebles y enseres	$ 592,00	
Equipo de computación	$ 815,00	
Equipo de oficina	$ 55,50	
Vehículo	$ 5.000,00	
Terreno	$ 20.000,00	
Infraestructura	$ 5.000,00	
	$ 33.087,50	

Activo diferido		**$ 140,00**	
Gastos de constitución	$ 140,00		
Pasivos			**$ 15.000,00**
Pasivo corriente		**$ 15.000,00**	
Prestamo bancario por pagar	$ 15.000,00		
Patrimonio			**$ 51.691,19**
Capital		$ 36.691,19	
Total pasivo + capital			**$ 51.691,19**

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

5.03.07 estado de resultados proyectados.

Estado de resultadosordenada detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

Tabla 59 Estado de resultados Proyectado

Estado de resultado proyectado						
	Descripción	**2014 año base**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
			$	$	$	$	$
	VENTAS		48.830,32	50.682,59	52.614,52	54.357,84	56.459,48
-	Costos de producción		$ 2.421,43	$ 2.422,47	$ 2.526,64	$ 2.635,28	$ 2.748,60
=	**Utilidad bruta en ventas**		**$ 46.408,89**	**$ 48.260,12**	**$ 50.087,88**	**$ 51.722,56**	**$ 53.710,88**
-	Gastos administrativos		13860,47	14456,47	15078,10	15726,46	16402,69
-	Gastos de venta		$ 1.439,34	$ 1.501,23	$ 1.565,78	$ 1.633,11	$ 1.703,34
-	Depreciaciones		$ 5.726,17	$ 5.726,17	$ 5.726,17	$ 5.454,50	$ 5.454,50
-	Amortizaciones		$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00
=	**Utilidad operacional**		**$ 25.354,91**	**$ 26.548,25**	**$ 27.689,83**	**$ 28.880,49**	**$ 30.122,35**
±	Otros gastos		$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
-	Gasto financiero		$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00

=	**Utilidad antes de part. e imp.**	**$ 25.354,91**	**$ 26.548,25**	**$ 27.689,83**	**$ 28.880,49**	**$ 30.122,35**
-	15 % participación trabajadores	$ 3.803,24	$ 3.982,24	$ 4.153,47	$ 4.332,07	$ 4.518,35
=	**Utilidad antes de impuestos**	**$ 21.551,68**	**$ 22.566,01**	**$ 23.536,35**	**$ 24.548,42**	**$ 25.604,00**
-	22 % Impuesto a la renta	$ 4.741,37	$ 4.964,52	$ 5.178,00	$ 5.400,65	$ 5.632,88
=	**Utilidad neta del ejercicio**	**$ 16.810,31**	**$ 17.601,49**	**$ 18.358,36**	**$ 19.147,76**	**$ 19.971,12**

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

5.03.08 flujo de caja.

Entradas y salidas de dinero generadas por un proyecto, inversión o cualquier actividad económica. También es la diferencia entre los cobros y los pagos realizados por una empresa en un período determinado. (Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía, 2011, p. 3)

Tabla 60 Flujo de caja proyectado

Flujo de caja proyectada						
	Descripción	**2014 año base**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
	VENTAS		$ 48.830,32	$ 50.682,59	$ 52.614,52	$ 54.357,84	$ 56.459,48
-	Costos de producción		$ 2.421,43	$ 2.422,47	$ 2.526,64	$ 2.635,28	$ 2.748,60
=	**Utilidad bruta en ventas**		**$ 46.408,89**	**$ 48.260,12**	**$ 50.087,88**	**$ 51.722,56**	**$ 53.710,88**
-	Gastos administrativos		$ 13.860,47	$ 14.456,47	$ 15.078,10	$ 15.726,46	$ 16.402,69
-	Gastos de venta		$ 1.439,34	$ 1.501,23	$ 1.565,78	$ 1.633,11	$ 1.703,34
-	Depreciaciones		$ 5.726,17	$ 5.726,17	$ 5.726,17	$ 5.454,50	$ 5.454,50
-	Amortizaciones		$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00
=	**Utilidad operacional**		**$ 25.354,91**	**$ 26.548,25**	**$ 27.689,83**	**$ 28.880,49**	**$ 30.122,35**

±	Otros gastos	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
-	Gasto financiero	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
		$	**$**	**$**	**$**	**$**
=	**Utilidad antes de part. e imp.**	**25.354,91**	**26.548,25**	**27.689,83**	**28.880,49**	**30.122,35**
		$	$	$	$	$
-	15 % participación trabajadores	3.803,24	3.982,24	4.153,47	4.332,07	4.518,35
		$	**$**	**$**	**$**	**$**
=	**Utilidad antes de impuestos**	**21.551,68**	**22.566,01**	**23.536,35**	**24.548,42**	**25.604,00**
		$	$	$	$	$
-	22 % Impuesto a la renta	4.741,37	4.964,52	5.178,00	5.400,65	5.632,88
		$	**$**	**$**	**$**	**$**
=	**Utilidad neta del ejercicio**	**16.810,31**	**17.601,49**	**18.358,36**	**19.147,76**	**19.971,12**
		$	$	$	$	$
+	Depreciaciones	5.726,17	5.726,17	5.726,17	5.454,50	5.454,50
+	Amortizaciones	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00	$ 28,00
-	Deuda	($ 15.000,00)				
-	Amortizaciones de la deuda	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
-	Compra del activo fijo	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
	Inversión inicial	($ 51.691,19)				
-	Capital de trabajo	($ 3.463,69)				
=	**Flujo de caja del periodo**	**($ 70.154,88)**	**$ 22.564,47**	**$ 23.355,66**	**$ 24.112,53**	**$ 24.630,26**	**$ 25.453,62**

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

5.04 Evaluación

5.04.01 (tmar) tasa de descuento.

Antes de calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VNA),es necesario calcular la TMAR con la cual se descontará el flujo.

La TMAR se calcula con la suma de la tasa activa y la tasa pasiva, como se muestra a continuación.

Tasa activa + Tasa pasiva= TMAR

Tasa activa	10,21%
Tasa pasiva	4,53%
TMAR	14,74%

5.04.02 van (valor actual neto).

"El VAN es el método mediante el cual se compara el valor actual de todos los flujos de entrada de efectivo con el valor actual de todos los flujos de salida de efectivo relacionados con un proyecto de inversión" (Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía, 2011, p. 38).

Criterio: si el van es mayor que uno el proyecto es viable, por el contrario si el van es menor que uno el proyecto no es viable.

Tabla 61 Valor actual neto (VAN)

ANO	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR ACTUAL	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
INVERSION	($ 51.691,19)	0,1474	1	-51691,2
2015	22564,47	0,1474	0,8715	19665,74
2016	23355,66	0,1474	0,7596	17740,36
2017	24112,53	0,1474	0,6620	15962,4
2018	24630,26	0,1474	0,5770	14210,51
2019	25453,62	0,1474	0,5028	12798,98
			VAN	80377,99

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

Análisis: como se puede observar, el proyecto en su vida útil tiene un valor actual neto de $ 80377,99 de una inversión de $ 51691,2 por lo tanto el indicador es aceptable.

5.04.03 tir (tasa interna de retorno).

"Desde un punto de vista matemático, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es aquella tasa de interés que hace igual a cero el Valor Actual Neto de un flujo de efectivo" (Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía, 2011, p. 45).

Para calcular la TIR es necesario calcular un van negativo y un van positivo, para reemplazarlo en la siguiente formula.

$$TIR = \left(\frac{\text{VAN} +}{\text{VAN}(+) + VAN(-)} * Diferencia\ entre\ tasas\right) + tasa\ del\ VAN(+)$$

Tabla 62 Tasa interna de retorno (TIR)

CALCULO DELA TIR	
INVERSION	**($ 51.691,19)**
2015	22564,47
2016	23355,66
2017	24112,53
2018	24630,26
2019	25453,62
TIR	36%

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

Análisis.- Como se observa la TIR tiene un valor del 36% lo cual indica que el proyecto es viable, ya que está dentro de los parámetros establecidos.

5.04.04 periodo de recuperación de la inversión (pri).

Tabla 63 Periodo de recuperación de la inversión

AÑO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
INVERSION	-$ 51.691,19	
2015	$ 19.665,74	$ 19.665,74
2016	$ 17.740,36	$ 37.406,10
2017	$ 15.962,40	
2018	$ 14.210,51	
2019	$ 12.798,98	

TOTAL	$ 80.377,99	
15962,4	12	
$ (14.285,09) X	$ (10,74)	
LA INVERSION SE RECUPERA EN 2 AÑOS, 10 MESES, 22 DIAS		

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

Una vez calculado el periodo de recuperación de la inversión (PRI), podemos determinar que se recuperara la inversión dentro de 2 años, 10 meses y 22 días.

5.04.05 relación costo beneficio (rbc).

El B/C es un indicador que relaciona el valor actual de los beneficios (VAB) del proyecto con el de los costos (VAC) más la inversión inicial. (Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía, 2011, p. 66)

$$R\ ^{c}/_{b} = \frac{\Sigma \text{ Flujos actualizados}}{\text{Inversion}}$$

Tabla 64 Relación costo beneficio

Años	Flujos
2015	$ 19.665,74
2016	$ 17.740,36
2017	$ 15.962,40
2018	$ 14.210,51
2019	$ 12.798,98
Suma total	**$ 80.377,99**
Ganancias por cada dólar	**$ 1,55**

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

Calculado la relación costo beneficio podemos determinar que por cada dólar invertido se tiene una utilidad de $ 0,55 ctvs.

5.04.06 punto de equilibrio.

"El punto de equilibrio es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los Costos totales. Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas" (Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía, 2011, p. 70).

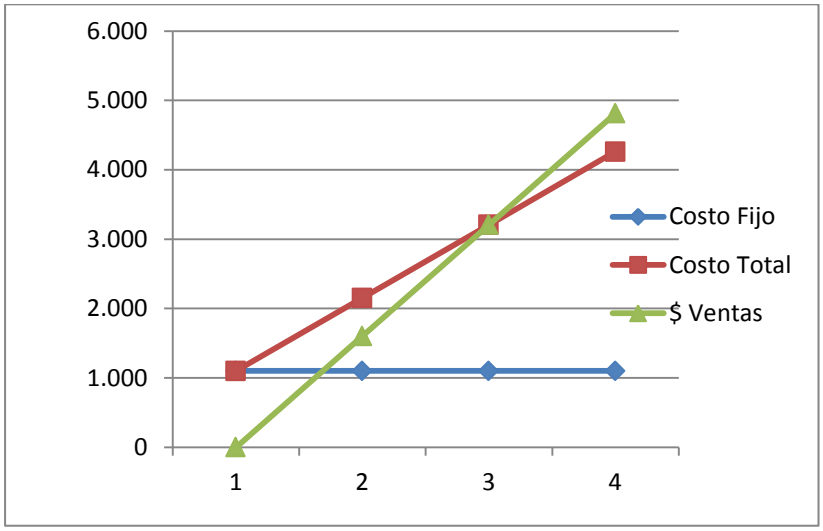
Tabla 65 Punto de equilibrio mensual

Datos iniciales		
Precio Venta	$ **0,70**	
Coste Unitario	$ **0,46**	
Gastos Fijos Mes	**1.100**	
Pto. Equilibrio	**4.584**	Q de Equilibrio

Datos para el gráfico				
Concepto		**Pérdida**	**P.E.**	**Utilidad**
Q Ventas	0	2.292	**4.584**	6.876
$ Ventas	0	1.604,3	**3.208,60**	4.813
Costo Variable	0	1.054	2.108,51	3.163
Costo Fijo	1.100	1.100	1.100	1.100
Costo Total	1.100	2.154	3.209	4.263
Beneficio	-1.100	-550	0	550
Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 4584 unidades mes				

Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

Tabla 66 Punto de equilibrio mensual



Elaborado por; Grecia Guerrero, 2014

5.04.07 análisis de índices financieros.

5.04.07.03. endeudamiento.

Dentro del estado de resultados y el balance general encuentra el nivel de endeudamiento financiero medido como el porcentaje que representan las obligaciones financieras de corto y largo plazo con respecto a las ventas del periodo.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{pasito total}}{\text{activo total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{15000{,}00}{36691{,}19}$$

$$\text{Endeudamiento} = 0{,}41\%$$

5.04.07.04. retorno sobre el capital propio.

Se calcula con al siguiente formula.

ROE = Utilidad Neta / Patrimonio Total.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROE} = \frac{16810{,}31}{36691{,}19}$$

$$\text{ROE} = 45\%$$

5.04.07.05 Roa.

Retorno sobre los activos, se calcula con la siguiente formula:

ROA = Utilidad Neta / Activo Total.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{16810{,}31}{36691{,}19}$$

$$\text{ROA} = 0{,}45\%$$

Capítulo VI

Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

Guayaté podría ocasionar problemas ambientales por contaminación del agua, y del aire de desechos de residuos sólidos.(el agua residual contiene un bajo contenido de contaminantes ya que la mayor parte de residuos son biodegradables)

Los contaminantes del aire son sustancias que afectan la salud de los humanos, animales, plantas y vida microbiana. Para el proceso productivo del té es indispensable la emisión de gases por lo tanto debemos depender de su dispersión y de los subsecuentes procesos naturales de limpieza de la atmósfera, pero sin embargo debemos notar que dicha emanación de esta empresa no va a generar problemas muy drásticos porque no existe ninguna máquina que genere una excesiva cantidad de humo o gases tóxicos.

Los residuos que existirán en el proceso de la elaboración del té son los residuos de la fruta, los cuales al final volverán a ser parte del ecosistema ya que se convertirán en abono orgánico al ocurrir su descomposición natural.

Soluciones:

- Realizar una limpieza periódica de los equipos instalados.
- Controlar todos los materiales que ingresen verificando las especificaciones requeridas.
- Aplicación de Buenas Prácticas ambientales como:
    - **Ahorro y eficiencia energética**

Apaga las luces de las salas cuando las abandones, aunque sea por un pequeño espacio de tiempo.

Mantén desconectados los aparatos eléctricos cuando no los uses con frecuencia.

Cambia la iluminación de tu lugar de trabajo por **luces de bajo consumo (utilizando focos ahorradores)**.

- **Uso eficiente del agua**

Instala **dispositivos ahorradores de agua** y limitadores de presión en grifos.

Arregla los goteos de los grifos:

Gestión de residuos

Separa los residuos en las diferentes fracciones (papel y cartón, plástico, materia orgánica, etc.) y depósitalos en los contenedores adecuados para su reciclaje y reutilización.

Gestiona adecuadamente los **residuos peligrosos** que generes (equipos electrónicos, pilas, fluorescentes, etc.).

- **Eficiencia en el uso de papel**

Reutiliza papel y usa papel reciclado.

Dimensiona adecuadamente el número de ejemplares en tus comunicaciones en soporte papel.

- Colocar lámparas para atrapar las moscas de fruta
- Implementar un tratamiento adecuado para las aguas residuales

6.02 Impacto Económico

La implementación de esta empresa genera un crecimiento económico para el inversionista, para sus colaboradores, ya que se convierte en una fuente de empleo y por ende es generadora de ingresos.

El impacto económico que genera Guayaté contribuye de manera favorable al desarrollo de la comunidad y a su vez al sector artesanal lo que ayuda a la situación económica del país.

En cuanto a lo comercial, el propósito es lograr una expansión a nivel local, y a la vez una estrategia de ingreso al mercado ofreciendo un producto novedoso y de calidad que obedece a la necesidad de generar valor agregado al producto, que retribuirá mejores ingresos en mediano y largo plazo.

6.03 Impacto Productivo

En la actualidad se ha enfatizado sobre el Plan Nacional de Buen Vivir, con el fin de apuntar al cambio de la Matriz Productiva, donde la economía local se convierta en una economía de producción con valor agregado, a fin de lograr una sustitución de importaciones, con la ampliación de las exportaciones.

De igual manera el crecimiento económico de Ecuador, en el transcurso de los años, se ha finiquitado con las políticas de reducción de importaciones, capacitación al talento humano, producción tecnológica y el incremento de las exportaciones.

Con la implementación del proyecto se ayudara al cambio de la Matriz Productiva, ya que el gobierno pretende fortalecer el sector agrícola para el caso de los proveedores, y al sector artesanal, ofreciendo una diversidad de producción en el país, porque genera nuevas industrias, cumpliendo con los estándares de calidad que obedezcan las necesidades de la sociedad, para que sea aceptado por el mercado ecuatoriano, reemplazando los productos de importación por uno producido en el país.

El cambio de la matriz productiva favorece a la producción nacional, ya que se les otorga mayor valor a los productos nacionales, favoreciendo de esta manera a las pequeñas y medianas empresas, con la cual, se les da la oportunidad de crecimiento, ingresos a los mercados y por ende la generación de empleo.

6.04 Impacto Social

Con la implementación de este nuevo proyecto representa nuevas oportunidades de progreso, para el inversionista, colaboradores y proveedores ya que para ellos se genera un mayor ingreso, es decir, busca crecer como empresa y

generar fuentes de empleo que contribuyan a mejorar la calidad de vida a las familias y lograr la satisfacción de la sociedad.

Como parte de la responsabilidad social, es mantener cuidadosos los procesos para que no dañen el ambiente, con productos libres de fosfatos, cumpliendo con los estándares de calidad, garantizando el bienestar de todos los consumidores.

Capítulo VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Después de haber realizado el presente trabajo, siguiendo un orden cronológico y específico se ha llegado a la conclusión que el té ha constituido uno de los productos de consumo de mediana aceptación en todos los estratos sociales y económicos, y que se puede construir una microempresa de té, tomando en cuenta directrices y requerimientos de los potenciales consumidores.

Mediante el análisis situacional se pudo determinar el ambiente interno y externo de la empresa, lo cual nos permite decretar fortalezas y oportunidades que son mayores a las debilidades y amenazas mediante el análisis FODA.

El estudio de mercado permitió conocer al consumidor y sus expectativas con respecto al producto, también permitió conocer los competidores potenciales e investigar un mercado mayor dentro de tiendas y distribuidores con esto la venta del producto puede alcanzar mayor rentabilidad.

La microempresa se encontrara ubicada en un sector estratégico tanto para la elaboración como la comercialización del té de frutas y hierbas deshidratadas.

Financieramente se pudo determinar que la implementación del proyecto es viable y rentable deacuerdo a los resultados de los indicadores ya que se obtuvo un VAN de $

80377,99 lo cual es aceptable, y el TIR del 36 %, el periodo de recuperación de la inversión será de 2 años 10 meses 22 días, con una ganancia por dólar de $ 0,55, lo cual indica que el proyecto se encuentra dentro de los parámetros rentables.

7.02 Recomendaciones

La microempresa de té esta creada bajo normativas legales y ambientales donde las personas que integren la producción deben conocer la misión y visión e identificarse para cumplir con responsabilidad buscando el bien común dentro de un entorno sustentable.

Crear alianzas estratégicas con varios proveedores para conseguir beneficios crediticios para tener la posibilidad de no verse en riesgos al depender de un solo proveedor, la diversificación podría dar una ventaja competitiva con los otros productores.

Vigilar cada proceso de producción, ya que puede ser necesaria la implementación de maquinaria nueva y personal, para cubrir con las necesidades de la empresa.

La microempresa debe realizar evaluaciones financieras periódicamente de su desempeño una vez que haya arrancado sus operaciones.

BIBLIOGRAFIA

Felipe Duran Ramírez, 2009)

(Buena Ventura V, 2011)

(Ribera Camino &López Rúa, 2012)

(Murria R. Spiegel, 1991).

(Guevara Samaniego, 2014)

Baca Urbina, 2006)

(Urvina, 2006, pág. 196)

(Hall, 1986, p. 40).

Paredes, 2008, p. 202).

WEBGRAFIA

http://www.chef911.com/, "cultura" 2006).

(http://www.natursan.net , "propiedades de las frutas", 2008).

(http://www.natursan.net/, " plantas medicinales beneficios y propiedades" 2008).

(http://www.scribd.com/Que es la PEA 2013)

(http://www.definicionabc.com/"migración", 2014)

(http://www.mailxmail.com/"publicidad concepto", 2013

(http://www.crecenegocios.com/ análisis del consumidor 2014).

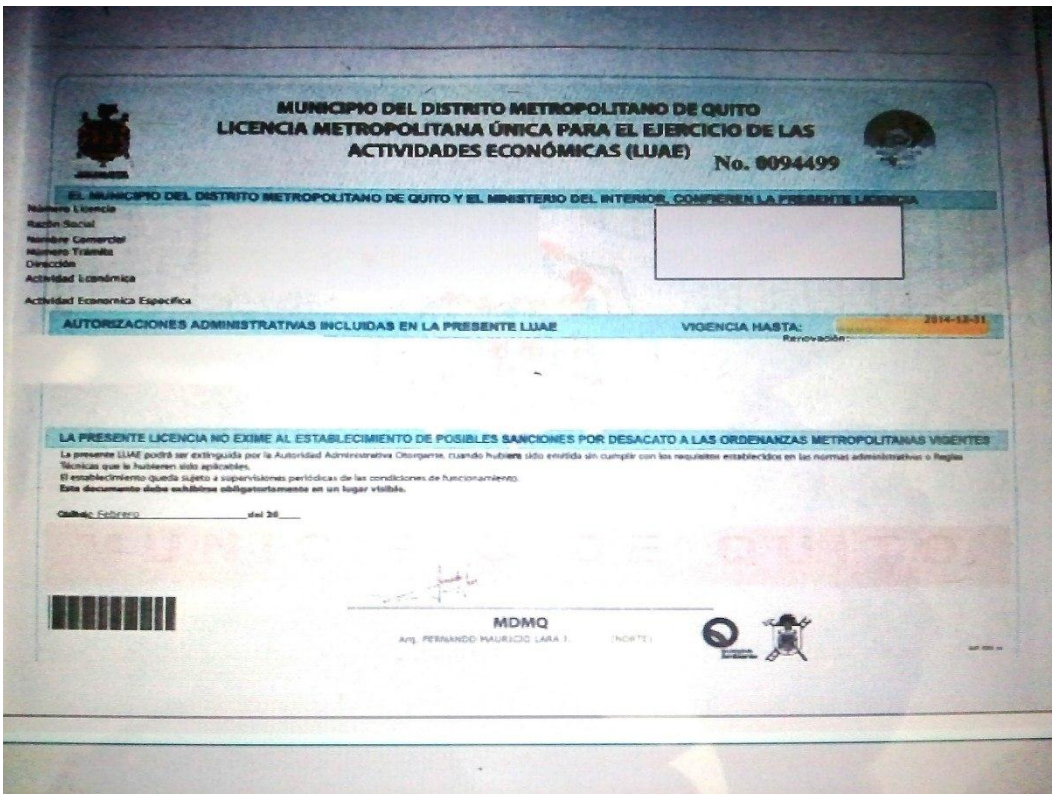
(http://sobreconceptos.com/ población 2009).

(http://www.zonaeconomica.com/ estudio financiero 2012)

ANEXOS

© IMPORTOTALECUADOR

www.comprasenmexico.com



MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE)
No. 0094499

EL MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Y EL MINISTERIO DEL INTERIOR, CONFIEREN LA PRESENTE LICENCIA

Número Licencia
Razón Social
Nombre Comercial
Número Trámite
Dirección
Actividad Económica
Actividad Económica Específica

AUTORIZACIONES ADMINISTRATIVAS INCLUIDAS EN LA PRESENTE LUAE

VIGENCIA HASTA: 2014-12-31
Renovación:

LA PRESENTE LICENCIA NO EXIME AL ESTABLECIMIENTO DE POSIBLES SANCIONES POR DESACATO A LAS ORDENANZAS METROPOLITANAS VIGENTES

La presente LUAE podrá ser extinguida por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiera sido emitida sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables.
El establecimiento queda sujeto a supervisiones periódicas de las condiciones de funcionamiento.
Este documento debe exhibirse obligatoriamente en un lugar visible.

Quito, Febrero del 20

MDMQ
Arq. FERNANDO MAURICIO LARA J.