



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA ARTESANAL, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADAS DE CHAMBURO (CHIHUALCÁN)
AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Proyecto de investigación previo a la Obtención del título de Tecnólogo en
Administración Industrial y de la Producción

Autora: Calahorrano Jácome Nathaly Elena

Tutor: Ing. Buitrón Fernando

Quito, Abril 2014



CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Calahorrano Jácome Nathaly Elena alumna de la Escuela de Administración Industrial y de la Producción, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

Nathaly Elena Calahorrano Jácome

CI: 1725151870



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante *Calahorrano Jácome Nathaly Elena*, 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 análisis de sistemas 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 "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ARTESANAL, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADAS DE CHAMBURO (CHIHUALCÁN) AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO", el cual incluye la creación de una microempresa artesanal, dedicada a la producción y comercialización de mermeladas de chamburo, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de una microempresa artesanal, dedicada a la producción y comercialización de mermeladas de chamburo, 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

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ARTESANAL, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADAS DE CHAMBURO (CHIHUALCÁN) AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO



los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

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

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este



procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 19 días del mes de Abril del dos mil trece.

f) _____

Calahorrano Jácome Nathaly Elena
C.C. N° 1725151870

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO



AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios por ser mi refugio y mi fortaleza, por guiarme en el sendero correcto de la vida, cada día en el transcurso de mí camino e iluminándome en todo lo que realizo de mí convivir diario.

A mis padres, abuelitos y hermanos por su apoyo incondicional a lo largo de mi formación profesional, para el logro de mis objetivos y metas, también por los valores inculcados durante toda mi vida.

A mi esposo por todos esos momentos difíciles en el cual me ha sabido apoyar con mucho cariño y paciencia, creyendo en mí en todo momento y no dudo de mis habilidades

A Ing. Fernando Buitrón Director de tesis y al Ing. Soria Fausto Lector del mismo, por la orientación, seguimiento, supervisión continúa de la misma, con su aporte profesional y humano brindado hasta la culminación exitosa de este proyecto.

A los profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa institución la cual abrió y abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.



DEDICATORA

Dedico mi esfuerzo académico a Dios Todopoderoso por darme la fuerza y sabiduría por guiarme en cada tramo de mi camino para lograr mis ideales y ser una persona de bien para la sociedad.

A mis padres, abuelitos y hermanos pilares fundamentales en mi vida por su apoyo, consejos, comprensión, amor y ayuda con los recursos necesarios, y por confiar en mí y acompañarme durante todo el camino de mi carrera.

A mi esposo quien a depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad

Calahorrano Nathaly



Índice

CESIÓN DE DERECHOS	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL .	iii
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORA	vii
Índice	viii
Índice de Tablas	xii
Índice de Figuras	xvi
Resumen Ejecutivo.....	xviii
Abstract.....	xix
Introducción	xx
Capítulo I Introducción	1
1.01 Justificación	1
1.02 Antecedentes	2
Capítulo II Análisis Situacional	9
2.01 Ambiente Externo.....	9
2.01.01 Aspecto Económico	9
2.01.02 Factor Social	18
2.01.03 Aspecto Político Legal.....	23
2.01.04 Aspecto Tecnológico	30
2.02 Entorno Local	31
2.02.01 Clientes	31
2.02.02 Proveedores.....	32
2.02.03 Competencia	34
2.03 Análisis Interno.....	39
2.03.01 Propuesta Estratégica.....	39



2.03.02 Gestión Administrativa	42
2.03.03 Gestión Operativa	49
2.03.04 Gestión Comercial	50
2.04 Análisis FODA	56
Capítulo III: Estudio de Mercado	58
3.01 Análisis del consumidor	58
3.01.01 Determinación de la población y muestra.....	58
3.01.02 Técnicas de obtención de Información	60
3.01.03 Encuesta	61
3.01.04 Análisis de la Información	64
3.01.05 Resultados de la Encuesta.....	65
3.02 Demanda.....	74
3.02.01 Demanda Histórica	74
3.02.02 Demanda Actual	75
3.02.03 Demanda proyectada.....	75
3.03 Oferta.....	76
3.03.01 Oferta Histórica.....	76
3.03.02 Oferta actual.....	77
3.03.03 Oferta Proyectada	78
3.04 Balance Oferta Demanda.....	78
3.04.01 Balance Actual	78
3.04.02 Balance Proyectado.....	78
Capítulo IV: Estudio Técnico.....	81
4.01 Tamaño del Proyecto.....	81
4.01.01 Capacidad Instalada	81
4.01.02 Capacidad Óptima.....	82
4.02 Localización	85
4.02.01 Macro localización.....	85
4.02.02 Micro localización	86



4.02.03 Localización Óptima.....	86
4.03 Ingeniería del Proyecto	87
4.03.01 Definición del Bien y / o Servicio	87
4.03.02 Distribución de Planta.....	88
4.03.03 Proceso Productivo	96
4.03.04 Maquinaria y Equipo	100
Capítulo V: Estudio Financiero	102
5.01 Ingresos Operacionales	102
5.01.02 Ingresos.....	104
5.01.01 Ingresos no operacionales.....	105
5.02 Costos.....	105
5.02.01 Costo Directo	105
5.02.02 Costo Indirecto.....	106
5.02.03 Gasto Administrativo.....	106
5.02.04 Gasto de venta.....	108
5.02.05 Costo fijo y variable.....	109
5.03 Inversiones	109
5.03.01 Inversión fija.....	110
5.03.02 Capital de trabajo	110
5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	111
5.03.04 Amortización de financiamiento.....	112
5.03.05 Depreciaciones.....	113
5.03.06 Estado de Situación Inicial	114
5.03.07 Estado de Resultados Proyectados.....	115
5.03.08 Flujo de Caja.....	117
5.04 Evaluación financiera.....	118
5.04.01 TMAR (Tasa de descuento)	118
5.04.02 VAN (Valor actual neto).....	119
5.04.03 TIR (Tasa interna de retorno)	119



5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión)	120
5.04.05 RBC (Relación costo beneficio)	121
5.04.06 Punto de equilibrio.....	122
5.05 Análisis de índices financieros.....	123
5.05.01 Razón de endeudamiento	124
5.05.02 ROE (Rentabilidad del patrimonio)	124
5.05.03 ROA (Rentabilidad del activo)	125
5.05.04 ROI (Rentabilidad de la inversión).....	125
Capítulo VI Análisis de Impactos	126
6.01 Impacto Ambiental.....	126
6.02 Impacto Económico	128
6.03 Impacto Productivo	129
6.04 Impacto Social.....	130
Capítulo VII Conclusiones y Recomendaciones.....	132
7.01 Conclusiones.....	132
7.02 Recomendaciones.....	133
Bibliografía	135
ANEXOS	137



Índice de Tablas

Tabla 1: Evolución de la Inflación	9
Tabla 2: Evolución Tasa de Interés Activa	11
Tabla 3: Evolución Tasa de Interés Pasiva	13
Tabla 4: Tasa de Crecimiento de Migración	22
Tabla 5: Proveedores	33
Tabla 6: Competencia Directa 1	35
Tabla 7: Competencia Directa 2	35
Tabla 8: Competencia Indirecta 1	36
Tabla 9: Competencia Indirecta 2	37
Tabla 10: Competencia Indirecta 3	38
Tabla 11: Cronograma de Actividades	43
Tabla 12: Formato de la Evaluación	48
Tabla 13: Gestión Operativa	49
Tabla 14: Costo Unitario de Fabricación	51
Tabla 15: Costo de Venta al Público Unitario	51
Tabla 16: Matriz FODA Fortaleza	56
Tabla 17: Matriz FODA Oportunidades	57
Tabla 18: Matriz FODA Amenazas	57
Tabla 19: Población del Norte de la Ciudad de Quito	59
Tabla 20: Primera Pregunta de la Encuesta	65
Tabla 21: Segunda Pregunta de la Encuesta	66
Tabla 22: Tercera Pregunta de la Encuesta	67
Tabla 23: Cuarta Pregunta de la Encuesta	68
Tabla 24: Quinta Pregunta de la Encuesta	69



Tabla 25: Sexta Pregunta de la Encuesta	70
Tabla 26: Séptima Pregunta de la Encuesta	71
Tabla 27: Octava Pregunta de la Encuesta.....	72
Tabla 28: Novena Pregunta de la Encuesta.....	73
Tabla 29: Demanda Histórica.....	74
Tabla 30: Demanda Actual.....	75
Tabla 31: Demanda Proyectada	76
Tabla 32: Oferta Histórica.....	76
Tabla 33: Oferta Actual.....	77
Tabla 34: Oferta Proyectada.....	78
Tabla 35: Demanda Insatisfecha Actual	78
Tabla 36: Proyección Demanda Insatisfecha	79
Tabla 37: Distribución de Áreas de la Planta.....	82
Tabla 38: Análisis de Capacidad Instalada	83
Tabla 39: Capacidad Instalada	84
Tabla 40: Macro-Localización	85
Tabla 41: Matriz de Localización	86
Tabla 42: Códigos de Cercanía	88
Tabla 43: Factores del Proceso	89
Tabla 44: Simbología del Diagrama de Flujo	97
Tabla 45: Actividades del Proceso Productivo	98
Tabla 46: Maquinaria y Equipo.....	100
Tabla 47: Materia Prima (M.P)	103
Tabla 48: Mano de Obra Directa (M.Od).....	103
Tabla 49: Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F)	104



Tabla 50: Ingresos Operacionales	104
Tabla 51: Ingresos proyectados	105
Tabla 52: Costos Directos	105
Tabla 53: Costos Indirectos.....	106
Tabla 54: Gastos Administrativos.....	106
Tabla 55: Material de Aseo.....	107
Tabla 56: Otros Gastos.....	107
Tabla 57: Proyección Gastos Administrativos.....	107
Tabla 58: Gastos de Venta	108
Tabla 59: Proyección de Gasto de Ventas.....	108
Tabla 60: Proyección Costos Anuales.....	109
Tabla 61: Cuadro de Inversiones.....	111
Tabla 62: Amortización del Préstamo.....	112
Tabla 63: Amortización del Diferido	112
Tabla 64: Depreciaciones.....	113
Tabla 65: Estado de Situación Inicial.....	114
Tabla 66: Estado de Resultados Proyectado	116
Tabla 67: Flujo de Caja Proyectado	117
Tabla 68: Tasa de Descuento	118
Tabla 69: Valor Actual Neto.....	119
Tabla 70: Tasa Interna de Retorno	120
Tabla 71: Período de Recuperación de la Inversión.....	121
Tabla 72: Relación Costo Beneficio	121
Tabla 73: Datos iniciales del Punto de Equilibrio.....	122
Tabla 74: Datos para el Gráfico del Punto de Equilibrio	122



Tabla 75: Composición de la Pulpa de Chamburo..... 131



Índice de Figuras

Figura 1: Evolución de la Inflación.....	10
Figura 2: Evolución Tasa de Interés Activa.....	12
Figura 3: Evolución Tasa de Interés Pasiva.....	14
Figura 4: Crecimiento del PIB por Sectores.....	15
Figura 5: Crecimiento del PIB (%).....	16
Figura 6: Balanza Comercial Total.....	17
Figura 7: Evolución Exportaciones Totales.....	17
Figura 8: Balanza Comercial Petrolera y no Petrolera.....	18
Figura 9: Población 1.....	19
Figura 10: Población 2.....	20
Figura 11: Población Económicamente Activa.....	21
Figura 12: Tasa de Migración Neta.....	22
Figura 13: Mapa del Norte de Quito.....	52
Figura 14: Primera Pregunta de la Encuesta.....	65
Figura 15: Segunda Pregunta de la Encuesta.....	66
Figura 16: Tercera Pregunta de la Encuesta.....	67
Figura 17: Cuarta Pregunta de la Encuesta.....	68
Figura 18: Quinta Pregunta de la Encuesta.....	69
Figura 19: Sexta Pregunta de la Encuesta.....	70
Figura 20: Séptima Pregunta de la Encuesta.....	71
Figura 21: Octava Pregunta de la Encuesta.....	72
Figura 22: Novena Pregunta de la Encuesta.....	73
Figura 23: Relación del Precio con Oferta y Demanda.....	79
Figura 24: Relación de la Calidad con la Demanda.....	80



Figura 25: Macro-Localización.....	85
Figura 26: Plano de la Planta	94
Figura 27: Piso 1	95
Figura 28: Piso 2	95
Figura 29: Punto de Equilibrio.....	123



Resumen Ejecutivo

El presente proyecto presenta la implementación de una microempresa artesanal dedicada a la elaboración y comercialización de mermelada de chamburo al Norte de la ciudad de Quito, cuya actividad empresarial se desarrollara en el sector Industrial, que consta del análisis situacional, estudio de mercado, técnico, evaluación financiera y análisis de impactos.

En el análisis situacional se abordó con el estudio del ambiente externo e interno, la situación actual del mercado al que pretendemos insertarnos, a través de la matriz FODA, además se estudian algunos factores de la empresa.

El estudio de mercado nos provee de toda la información correspondiente al mercado que vamos a insertarnos, determinando la oferta, demanda y demanda insatisfecha, también se analiza a los futuros consumidores. que permita dar a conocer este nuevo producto.

Con el estudio técnico se determinó, la localización óptima de la microempresa, como también la ingeniería del producto, que fue base para el estudio financiero lo cual nos muestra la factibilidad del presente proyecto, además se analizan los indicadores financieros que nos indica la rentabilidad real, mostrándose como un proyecto aceptable y real sobretodo.

El análisis de impactos: ambiental, económico, productivo y social, son de gran importancia para el desarrollo del proyecto, además se describe las conclusiones y recomendaciones de la investigación para concluir.



Abstract

This project presents the implementation of a microenterprise dedicated to the development and marketing of chamburo jam in the north of the Quito city, whose business was developed in the Industrial sector, which consists of the situation analysis, market research, technical, financial assessment and impact analysis.

The situational analysis was addressed by studying the external and internal environment, the current market situation we want to insert ourselves, through the FODA diagnostic, also some factors of the company are studied.

The market provides us with all information relevant to the market that will insert ourselves, determining the supply, demand and unmet demand, future consumers is also discussed . Allowing to publicize this new product.

With technical study determined the optimal location of the micro as well as product engineering , which was the basis for the financial analysis which shows the feasibility of this project, and financial indicators that tells us the real return analyzes , appearing as an acceptable and above actual project.

The impact analysis: environmental, economic, productive and social, are of great importance for the development of the project, and the conclusions and recommendations of the investigation to conclude described.



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 sinnúmero 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 mermelada de chamburo, 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.

Considerado fue que el chamburo nos ofrece la ventaja de producirse todo el año, lo cual facilita el aprovechamiento de sus subproductos de forma rentable.

La empresa tendrá como razón social Cali-Mermeladas, la planta se ubicará al Norte de la ciudad de Quito, donde inicialmente daremos apertura a la actividad comercial, para en lo posterior ya lograra la aceptación en este mercado lograr expandirnos hasta el resto del país.



Capítulo I Introducción

1.01 Justificación

El desarrollo de este producto constituye una opción atractiva y saludable para el consumo alternativo en la complementación de la dieta alimenticia de la población, ya que es una fruta que otorga un valioso aporte de salud y bienestar debido a sus cualidades nutricionales, así como su uso en las pastelerías.

Por otro lado contribuirá con el desarrollo económico de la comunidad mediante la generación de fuentes de empleo, así como también ser competitivos con las marcas existentes.

Planteamos establecer diferencias en esta industria, si bien es cierta la extensa oferta, la propuesta es ofrecer un producto elaborado sin aditivos químicos, acorde a la tendencia actual de una alimentación sana, satisfaciendo a la vez la necesidad que presentan consumidores habidos de experimentar opciones variadas a los tradicionales existentes en el mercado.

Es importante señalar que otra circunstancia para haber seleccionado el chamburo, es su producción no estacional, por lo que no habrá problema en cuanto al abastecimiento continuo del mismo.



Se tomó en consideración también al momento de escoger el producto, lo expuesto en una entrevista para Diario "HOY" dada por el analista económico Mauricio Orbe en el año 2008 quien menciona: "La tendencia para adquirir en el país insumos responsablemente elaborados no es muy alta, aunque sí ha crecido. Esta afirmación nos sirve de base para aprovechar este nicho que se encuentra en evolución.

Adicionalmente se aplica una estrategia ambiental preventiva integrada a los procesos, productos y servicios para incrementar la eficiencia y reducir los riesgos a los humanos y al ambiente ofreciendo un producto de calidad, libre de residuos químicos que contaminen el medio ambiente, y tienen efectos nocivos en la salud humana.

1.02 Antecedentes

Especificaciones del Producto

Nombre común: Chamburo o Chihualcán

Nombre científico: Cariácea Pubescens.

Familia: Vanconcellas

El chamburo o chihualcán, son frutas nativas de los Andes que en nuestro país están en vías de desaparecer, sin que se haya llegado a aprovechar su enorme potencial y las promisorias perspectivas que ofrecen.

El fruto generalmente es de forma ovoide, desde su estado inicial, alcanzando longitudes hasta de 12 cm. de largo por 8 cm. de ancho, su pulpa es de color amarillenta



clara, en su interior se encuentran las semillas que ocupa toda su concavidad, la semillas miden de 4 a 6 mm. de diámetro.

El fruto en su plena madurez tiene una coloración amarilla o anaranjada de forma ovoide, los ángulos son obtusos y en algunos casos muy salientes, el pedúnculo que sostiene el fruto en el caso de venir de plantas femeninas es corto aproximadamente de 1 cm., en el caso de provenir de plantas hermafroditas este puede alcanzar hasta 4 cm. de largo. (Villar L, 2006, p. 12)

La cáscara de la fruta es muy delgada pero resistente incluso cuando ha alcanzado su madurez fisiológica (pintón), característica que permite el manipuleo en cosecha y post-cosecha.

Las plantas de chamburo pueden ser masculinas, femeninas o hermafroditas de acuerdo al sexo de las flores, este se determina solo cuando la planta se encuentra en floración, se desconoce la existencia de plantas con flores exclusivamente hermafroditas.

El Ecuador es un país extraordinariamente rico en biodiversidad. Gran número de plantas comestibles, entre cereales, leguminosas, tubérculos y raíces, pseudo cereales, hortalizas y frutales son originarias de este país y desde los tiempos anteriores a la conquista española han constituido importantes fuentes alimenticias para la población.

Desde el Siglo XVI, los conquistadores y cronistas encontraron creciendo cultivados o en estado silvestre una gran variedad de frutos, muchos de los cuales, a pesar de su valor pasado, han sido dejados de lado y hoy se ven amenazados por la extinción.



Un caso típico que ilustra esta situación es el de las caricáceas de altura o, como también las denomina, papayas de Los Andes. Con excepción del babaco, cuyo cultivo tecnificado cobró gran importancia en años recientes, al punto de provocar una sobreoferta que ha causado cuantiosos perjuicios a los productores, las otras caricáceas nativas no han recibido atención y día a día van desapareciendo aun como cultivos de patio.

El chamburo, que hasta hace pocas décadas se podían encontrar en los mercados, sobre todo de las áreas rurales, hoy casi han dejado de existir y nosotros, consumidores inmersos en la corriente globalizadora, hemos cambiado nuestros hábitos de consumo y olvidado su exquisito sabor y muchos otros atributos.

El chamburo es una planta que en nuestro país se la encuentra en forma silvestre en ciertas regiones del Ecuador. El cultivo de esta fruta exótica es muy poco en el Ecuador, todavía no tenemos cultivos comerciales, y solo la encontramos en huertos caseros.

En la provincia de Pichincha, encontramos esta planta en forma silvestre, la cual fue llevada a otros países con el fin de producirla en cantidades comerciales.

Los países que más exportan esta fruta son: Chile y Nueva Zelanda; la cual se caracteriza por su delicioso sabor y aroma, cualidad muy requerida para la industria alimenticia.

El chamburo es una fruta de gran importancia económica para el país, ya que tiene un futuro promisorio para la agroindustria, sus características especiales permiten procesar y presentar como deshidratados-confitados de exquisito sabor y aroma, muy



apetecida en los mercados externos, esta fruta también se la puede procesar para utilizarse en la elaboración de helados, jugos, postres, etc.

La planta de chamburo se la puede encontrar en nuestro país de 2 a 3 metros de altura, y algunas alcanzan hasta los 5 metros de altura, el tallo principal es poco ramificado, y la base es ancha con cicatrices foliares. Los frutos son similares a la papaya, son pequeños de 10 a 15 cm, de color amarillo con cinco lados, se produce especialmente en las provincias del Callejón Interandino como: Loja, Tungurahua, Bolívar, Pichincha, Azuay, Imbabura y Carchi (Ñacato H, 2000, p. 17-18).

La presente investigación se realizara con el fin de dar a conocer la producción y comercialización de las mermeladas de chamburo, siendo este un producto que no tiene mayor conocimiento en el mercado interno y externo.

Esta actividad productiva contribuirá al desarrollo del sector agrícola, dando como resultado la generación de nuevas divisas y plazas de trabajo en nuestro país, evitando así, un alto porcentaje de la emigración de mano de obra a otros países como sucede en la actualidad.

Con la realización de este estudio aspiramos que las diferentes actividades agrícolas tengan la debida y acertada producción y comercialización mediante el cual se pueda alcanzar una alta rentabilidad y un mejor desarrollo económico y social.

La mermelada es una conserva de fruta cocida en azúcar. Los griegos de la antigüedad ya cocían membrillos en miel, según se recoge en el libro de cocina del romano Apicio. Aunque se dice que fue descubierta de modo accidental en Escocia por una tendera de Motherwell con un lote de naranjas pasadas en el siglo XVIII.



Las mermeladas (o conservas) actualmente representan más de la mitad del consumo total, las jaleas más del 40% y por los productos dietéticos arreglan el resto. Las conservas o mermeladas son preferidas por los adultos, dependiendo del lugar pues varía el gusto. Los consumidores quienes con regularidad compran mermelada, por lo general compran dos sabores, para tener en casa. Y en casa, los adultos y niños comen los productos con la misma frecuencia.

Se estima que las mermeladas proporcionan energía inmediata, sabores deliciosos y sólo 48 calorías por cucharada. Para que se forme la mermelada es importante que la fruta contenga pectina.

Sector Artesanal

Según la UNESCO “Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles”.

La UNESCO es la única organización internacional que tiene una visión global del papel sociocultural y económico de la artesanía en la sociedad y, desde hace numerosos años, se ocupa de desarrollar una acción armoniosa, coherente y concertada en favor de este sector. Los programas dedicados a la artesanía integran actividades



de formación y promoción, estimulando la cooperación necesaria entre los organismos nacionales interesados, las organizaciones regionales, internacionales y no-gubernamentales. El objetivo de estas actividades es demostrar a las autoridades concernidas la prioridad que merece la artesanía en los programas nacionales de desarrollo.

Tesis afines

1.- Rossana Anabelle Ortiz González; Diana Carolina Zaldúa Granja. (2011).

“Producción y comercialización de mermelada de fruta tropical (maracuyá)”

Objetivo: Establecer la producción y comercialización de la mermelada de maracuyá para contribuir al bienestar y mejoramiento de las condiciones alimenticias de los consumidores, guiados bajo el enfoque de satisfacer una necesidad existente en el segmento de mermeladas, brindando una nueva alternativa de consumo, en este caso sabor de maracuyá.

Aporte: Aprovechar las oportunidades para expandir el negocio a otras plazas, es decir siempre buscar satisfacer las necesidades de las personas en todas las zonas del país.

También se podría optar por la creación de nuevos sabores y mayor inversión en publicidad para atraer a los consumidores.



2.-Miriam Jahaira Hoyos Moreno; Jessenia Magdalena Villafuerte Torres. (2011).

“Creación de una productora de mermeladas, conservas y encurtidos envasados en vidrio en la ciudad de milagro”

Objetivo: Evaluar mediante la aplicación de métodos y técnicas de investigación el nivel

de incidencia que tendría en la población, la creación de una productora de mermeladas, conservas y encurtidos envasados en vidrio en el Cantón Milagro.

Aporte: Promover fuentes de empleo y oportunidad de crecimiento de la comunidad donde se implementara la microempresa, de igual manera se beneficiaran los agricultores debido a que serán nuestros principales proveedores de la materia prima.



Capítulo II Análisis Situacional

2.01 Ambiente Externo

2.01.01 Aspecto 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 España, 2013)

Tabla 1:

Evolución de la Inflación

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

Fuente: Banco Central del Ecuador



Figura 1: Evolución de la Inflación

Fuente: INEC/ EL COMERCIO

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 de carácter alto, ya que la materia prima dependerá del alza o baja de los precios y por este factor si 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. Dado que los montos de intereses son dinero los mismos que el capital, este importe se presenta normalmente como un porcentaje que ese aplica al capital por unidad de tiempo. (pág. 78)

✓ Tasa de Interés Activa

(Guevara, J. 2013) Serán lo que las entidades financieras aplique en los créditos que otorgue a sus asociados y el monto de intereses resultante representará su ganancia en las operaciones crediticias. (Material de clase)

Tabla 2:

Evolución tasa de interés activa

Fecha	Valor
ene-12	8,17%
feb-12	8,17%
mar-12	8,17%
abr-12	8,17%
may-12	8,17%
jun-12	8,17%
jul-12	8,17%
ago-12	8,17%
sep-12	8,17%
oct-12	8,17%
nov-12	8,17%
dic-12	8,17%
ene-13	8,17%
feb-13	8,17%
mar-13	8,17%
abr-13	8,17%
may-13	8,17%
jun-13	8,17%
jul-13	8,17%
ago-13	8,17%
sep-13	8,17%
oct-13	8,17%
nov-13	8,17%

Fuente: Banco Central del Ecuador

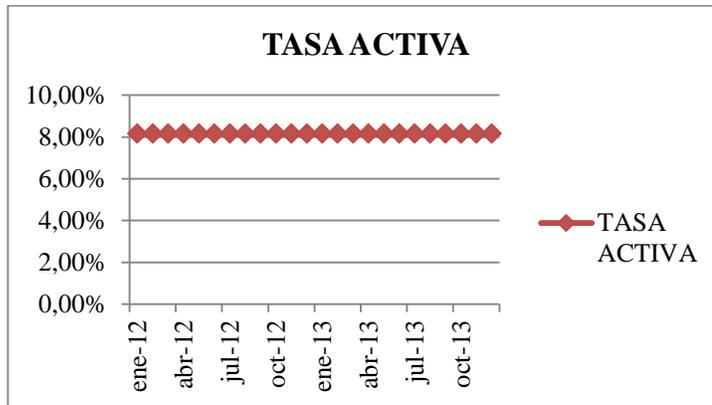


Figura 2: Evolución Tasa de Interés Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

✓ Tasa de Interés Pasiva

(Guevara, J. 2013) Serán lo que las entidades financieras deba pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentará una pérdida.(material del clase)

Tabla 3:

Evolución Tasa de Interés Pasiva

Fecha	Valor
ene-12	4,53%
feb-12	4,53%
mar-12	4,53%
abr-12	4,53%
may-12	4,53%
jun-12	4,53%
jul-12	4,53%
ago-12	4,53%
sep-12	4,53%
oct-12	4,53%
nov-12	4,53%
dic-12	4,53%
ene-13	4,53%
feb-13	4,58%
mar-13	4,58%
abr-13	4,58%
may-13	4,58%
jun-13	4,53%
jul-13	4,53%
ago-13	4,53%
sep-13	4,53%
oct-13	4,53%
nov-13	4,53%

Fuente: Banco Central del Ecuador

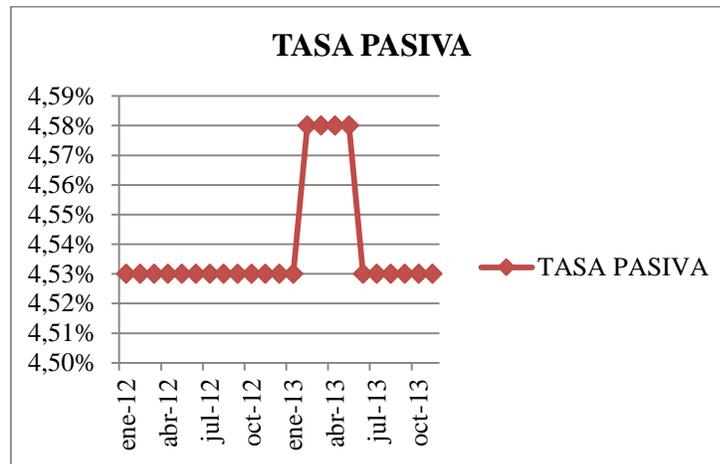


Figura 3: Evolución Tasa de Interés Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

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 intereses, exceso de garantías y un plazo muy corto.

2.01.01.03. PIB

Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. (Economía, 2013)

RAMAS DE ACTIVIDAD \ AÑOS	2010 (p)	2011 (p)	2012 (prev)	2013 (prev)	2012 - 2013
A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	-0.2	6.4	4.0	3.7	Baja moderadamente
B. Explotación de minas y canteras	-2.5	4.3	1.4	4.1	Sube significativamente
C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	6.7	6.9	6.8	3.7	Baja significativamente
D. Suministro de electricidad y agua	1.4	31.0	7.0	3.9	Baja significativamente
E. Construcción y obras públicas	6.7	21.0	5.8	5.6	Casi igual
F. Comercio al por mayor y al por menor	6.3	6.3	5.5	3.6	Baja moderadamente
G. Transporte y almacenamiento	2.5	6.1	5.3	5.0	Casi igual
H. Servicios de Intermediación financiera	17.3	11.1	5.4	5.4	Igual
I. Otros servicios	5.4	9.3	6.5	4.1	Baja significativamente
J. Servicios gubernamentales	0.5	2.4	5.3	4.0	Baja moderadamente
K. Servicio doméstico	4.7	-5.1	0.0	1.0	Sube moderadamente
Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente	-15.8	-11.0	-3.5	-3.7	Casi igual
Otros elementos del PIB	5.6	4.1	0.8	1.6	Sube moderadamente

FUENTE: BCE, ELABORACIÓN DEL AUTOR.

Figura 4: Crecimiento del PIB por Sectores

Fuente: Banco Central del Ecuador

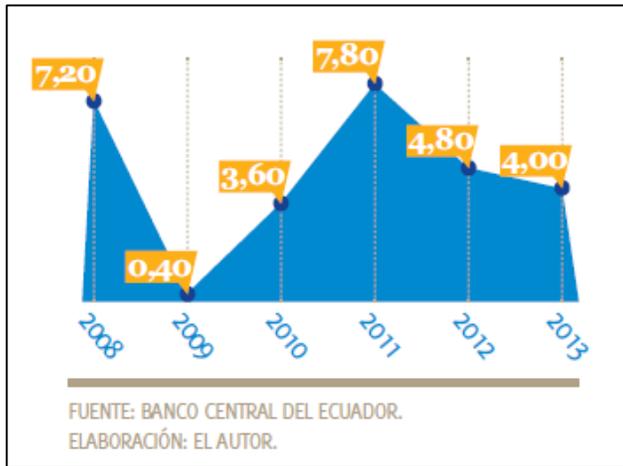


Figura 5: Crecimiento del PIB (%)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

El PIB para el presente proyecto representa una oportunidad de carácter alto, porque según las estadísticas en el sector artesanal 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 a mejorar la economía del sector.

2.01.01.04 Balanza Comercial

La balanza comercial forma parte de la balanza de pagos de un país. Esta balanza solo incluye las importaciones y exportaciones de mercancías, es decir, que no contempla la prestación de servicios entre países, ni la inversión o movimiento de capitales. (E-conimic España, 2013)

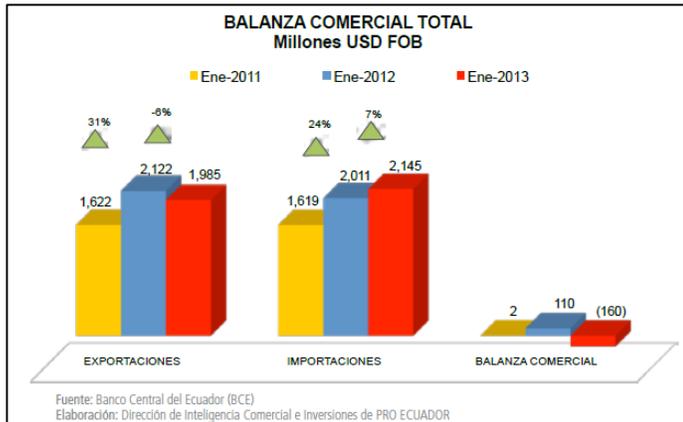


Figura 6: Balanza Comercial Total

Fuente: Banco Central de Ecuador

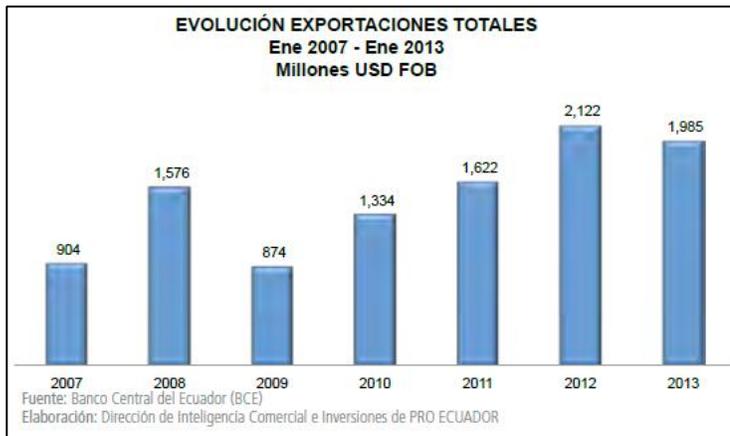


Figura 7: Evolución Exportaciones Totales

Fuente: Banco Central de Ecuador

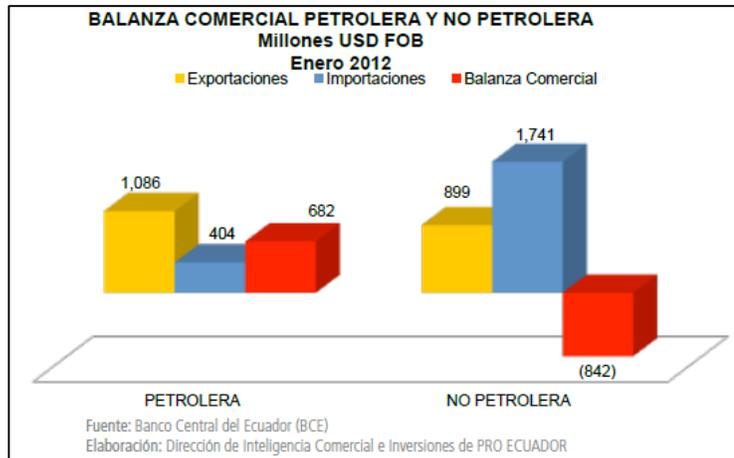


Figura 8: Balanza Comercial Petrolera y no Petrolera

Fuente: Banco Central de Ecuador

Análisis

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

2.01.02 Factor Social

Para la elaboración de mermeladas involucra principalmente al Talento Humano, ya que es necesario realizar una serie de actividades para obtener el producto final. Este Talento Humano realiza un trabajo eficaz y honesto que les permite educar a sus hijos, alimentar sus familias y a la vez se desarrollan tanto en lo personal como lo profesional.

Un gran grupo de personas se beneficiaran con el proyecto ya que se creará nuevas fuentes de empleo, de igual manera se beneficiaran los posibles proveedores.

La comunidad agrícola se beneficiará con la creación de fuentes de empleo, mayores ingresos, incremento del valor económico en las actividades que realizan como proveedores, el mismo que al obtener una materia prima a menor costo podemos de igual manera distribuir nuestro producto a un costo considerable.

2.01.02.01 Población

Grupo de personas que viven en un área o espacio geográfico.

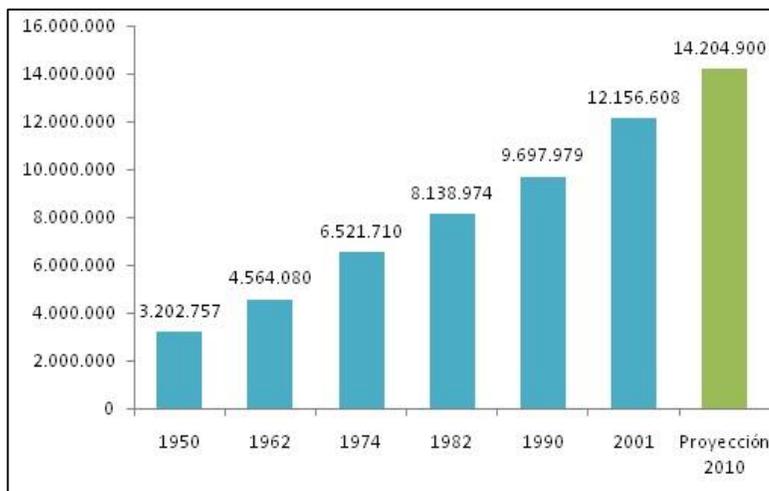
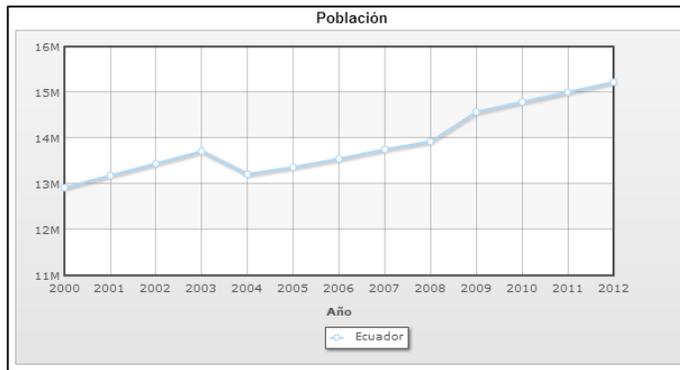


Figura 9: Población 1

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)



Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ecuador	12.920.090	13.183.980	13.447.490	13.710.230	13.212.740	13.363.590	13.547.510	13.755.680	13.927.650	14.573.100	14.790.610	15.007.340	15.223.680

Figura 10: Población 2

Fuente: Ecuador en cifras

Análisis

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

2.01.02.02 PEA

Conjunto de personas de más de 12 años que desempeñan una ocupación, o Bien, si no la tienen, la buscan activamente. (Eco-finanzas Ecuador, 2013)

Ecuador, registró un desempleo de 4,6% y un subempleo de 44,7% en marzo de 2013, frente a 4,9% y 43,5%, respectivamente, en el mismo mes de 2012, informó el lunes el estatal Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Según el INEC dice que Ecuador cuenta con una Población Económicamente Activa (PEA) de unos siete millones de personas, la ocupación plena bajó a 48,6% en marzo de 2013 frente a 50,2% de marzo de 2012.

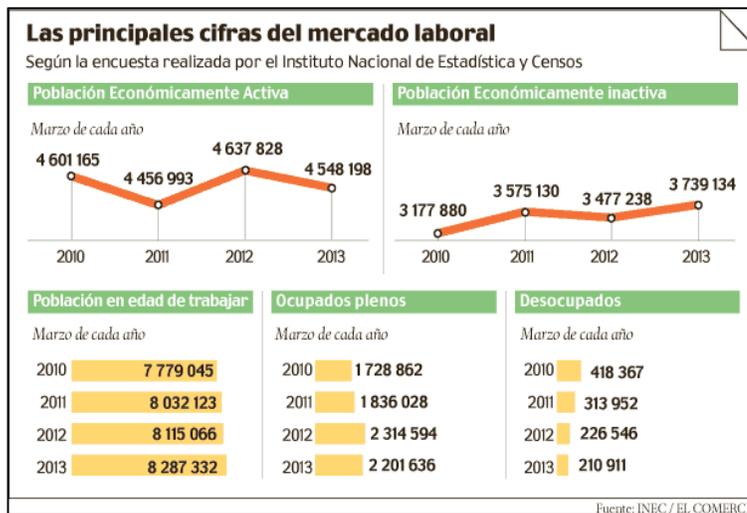


Figura 11: Población Económicamente Activa

Fuente: INEC

2.01.02.03 Migración

(Ruiz García, 2004) Afirma que la migración se entiende como los desplazamientos de personas que tienen como intención un cambio de residencia desde un lugar de origen a otro destino, atravesando algún límite geográfico que generalmente es una división político-administrativa. (pág.13)

Tabla 4:

Tasa de Crecimiento de Migración

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

Fuente: Indexamundi

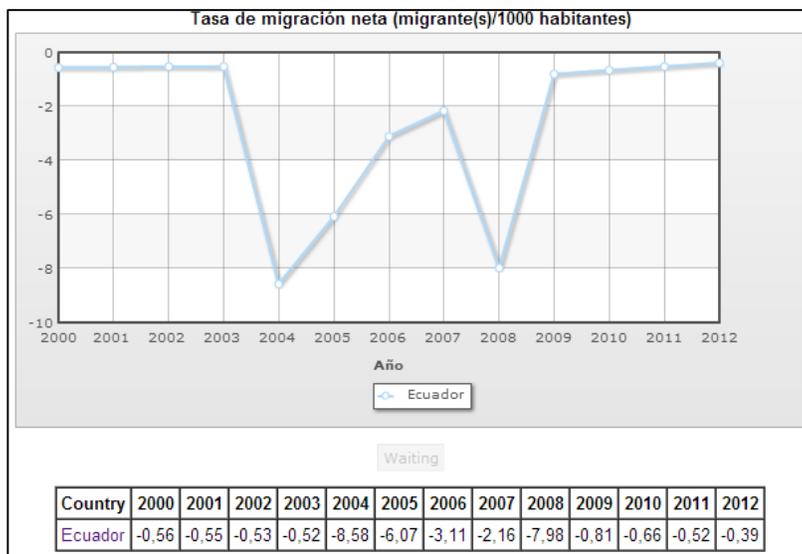


Figura 12: Tasa de Migración Neta

Fuente: Indexamundi

Análisis

De acuerdo a los gráficos podemos observar que la migración en los últimos años ha ido en decremento debido a la crisis mundial 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 con el los años anteriores por esta razón los recursos económicos son más escasos.

2.01.03 Aspecto Político Legal

El presente proyecto será legalizado como microempresa artesanal para ende será sustentada por los siguientes artículos mencionados en la normativa 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 171 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

Ver Anexo N° 1

2.01.03.02 La Cámara Artesanal 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

Ver anexo N° 2

2.01.03.03 RUC (Registro Único 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

Ver Anexo N° 3

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

Ver Anexo N° 4



2.01.03.05 Uso del Suelo

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

Ver Anexo N° 5

2.01.03.06 Licencia Metropolitana de Funcionamiento

La Licencia Metropolitana de Funcionamiento es el documento que habilita a las personas naturales y jurídicas para el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizando el funcionamiento de sus establecimientos, en razón de que se ha cumplido con los requisitos exigidos de acuerdo a su categoría, 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 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 matrícula 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

La tecnología en el Ecuador, no solo debe servir para la producción, sino también para que se adecue a los recursos humanos y naturales, así como las necesidades del país.

Por otra parte hay también tecnologías sencillas, tradicionales, que combinándose con las modernas pueden dar resultados positivos.

En efecto la tecnología influye directamente en la cantidad y calidad de la producción. El cambio tecnológico puede hacer que un producto establecido sea obsoleto de la noche a la mañana.

Las nuevas tecnologías han dado origen a importantes industrias. Los cambios rápidos de la tecnología de la información han ido creando nuevas oportunidades en el mercado. En lo que se refiere a los niveles tecnológicos en la industria láctea, se ha observado que van desde la artesanía casera hasta la gran industria.

Las nuevas tecnologías crean oportunidades y mercados nuevos para las empresas en el ámbito nacional e internacional. Cuando se trata de procesos de



producción como es la industrialización de la mermelada, el uso tecnológico optimiza recursos humanos y económicos, con lo que se puede generar mayor rentabilidad para la empresa. De igual forma el uso de tecnología y la innovación hacen que el producto final pueda alcanzar estándares de calidad adecuadas para cumplir con los requerimientos técnicos y las necesidades de los consumidores.

Análisis

El factor tecnológico para el presente proyecto representa una oportunidad de carácter alto, ya que la empresa contará con una maquinaria de alta tecnología que nos permitirá optimizar recursos y tiempo en la elaboración del producto final.

2.02 Entorno Local

2.02.01 Clientes

Según The Chartered Institute of Marketing (CIM, del Reino Unido), el cliente es "una persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final)"

Lo posibles clientes para la microempresa artesanal CALI MERMELADAS serán los supermercados y micro mercados del Norte de la Ciudad de Quito.

2.02.01.01 Poder de Negociación con los Clientes

Los clientes de la micro empresa CALI MERMELADAS forman parte fundamental, por la cual se les ofrecerá descuentos, promociones y créditos dependiendo



de su nivel y frecuencia de compra de los productos, garantizándoles también la calidad del producto ofertado.

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 es innovador y se encontrará en supermercados y micro mercados donde acuden constantemente los consumidores.

2.02.02 Proveedores

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. (E-conomic España, 2013)

Tabla 5:

Proveedores

Material	Empresa	Ubicación	Teléfono
Materia prima Fruta (Chamburo)	Productores directos de la Zona (María Moreno y Gonzalo Cando)	Calacalí, vía la Independencia S/N (Quito)	(02) 2306303 (02) 2306438
Azúcar	 San Carlos	Gral. Elizalde 114 entre Pichincha y Malecón (Guayaquil)	(5934) 2329255
Azúcar	Compañía Azucarera Valdez S.A. 	10 de agosto S/N y Roberto Astrudillo (Milagro)	(593 4) 2970117 (593 4) 2970012
Frascos de vidrio y sus respectivas tapas	Icc Internacional Co. S.A. 	Quito, Los aceitunos N68-56 y Calle E7 (Quito)	(02) 6046702 (02) 6046703
Frascos de vidrio y sus respectivas tapas	Mercaquimica S.A	John Kennedy N71-292 y Leonardo Da Vinci (Quito)	
Etiquetas	Markfast S.A	Quito, Iñaquito E3-172 y Amazonas	(02) 2437517 (02) 2436363
Etiquetas	Etiexpress	Calle Tambillo 216 tras Fabrica Tanasa (Quito)	(593 2) 2671443

Elaborado por: Nathaly Calahorrano, 2014

2.02.02.01 Poder de Negociación con los Proveedores

La micro empresa CALI MMERMELADAS 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 que se mantenga una estrecha relación empresa-proveedor.

Análisis

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

2.02.03 Competencia

La competencia es la situación en la que los agentes económicos (empresas y consumidores) tienen una efectiva libertad, tanto de ofrecer bienes y servicios como de elegir a quién y en qué condiciones los adquieren.

2.02.03.01. Competencia Directa

(Ricera Camino & Lopez Rua, 2012) Indica que la competencia directa esta formada por las marcas que ofertan productos similares

Tabla 6:

Competencia Directa 1

Empresa	Dirección
<p>Corporación Yunguilla</p> 	<p>Calacalí, Comunidad de Yunguilla</p>

Estudio de Mercado; Nathaly Calahorrano, 2014

Tabla 7:

Competencia Directa 2

Corporación Yunguilla	
<p>Estrella</p> 	<p>Vaca Lechera</p> 
<p>Mermelada de Mora</p>	<p>Mermelada de Fresa</p>
<p>Hueso</p> 	<p>Incógnita</p> 
<p>Mermelada de Uvilla</p>	<p>Mermelada de Chamburo</p>

Estudio de Mercado; Nathaly Calahorrano, 2014

2.02.03.02. Competencia Indirecta

(Ricerca Camino & Lopez Rua, 2012) La competencia indirecta indica que esta 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 8:

Competencia Indirecta 1

Empresa	Dirección
Gustadina 	Los naranjos N44-15 y Av. De los Granados
SNOB 	Hugo Moncayo E11-28 y Av. & de diciembre

Estudio de Mercado; Nathaly Calahorrano, 2014

Tabla 9:

Competencia Indirecta 2

Empresa: Gustadina	
Estrella 	Vaca Lechera 
Mermelada de Guayaba	Mermelada de Mora
Hueso 	Incógnita 
Mermelada de Frutilla	Mermelada de Piña

Estudio de Mercado; Nathaly Calahorrano, 2014

Tabla 10:

Competencia Indirecta 3

Empresa: SNOB	
Estrella	Vaca Lechera
	
Mermelada de Frutilla	Mermelada de Mora
Hueso	Incógnita
	
Mermelada de Piña	Mermelada de Durazno

Estudio de Mercado; Nathaly Calahorrano, 2014



Análisis

Para la empresa CALI MERMELADAS la competencia representa una oportunidad de carácter alto, ya que existe una sola empresa que produce el mismo producto.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

2.03.01.01 Misión

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de mermeladas de chamburo, cuyo fin es satisfacer las necesidades de los clientes y rescatar el valor las frutas ecuatorianas, que con el esfuerzo y trabajo en equipo permanente, logra un producto de calidad a partir de una materia prima garantizada y procesos artesanales optimizados.

2.03.01.02 Visión

Llegar a ser en cinco años una empresa productora y comercializadora de productos alimenticios de mermeladas de chamburo y otras frutas exóticas del Ecuador, con amplia cobertura del mercado nacional, consolidándonos como una compañía exportadora, integrando un equipo humano capaz de liderar el desarrollo y crecimiento de nuestra organización.



2.03.01.03 Objetivos Corporativos

- ✓ Generar fuentes de trabajo para aportar al crecimiento económico del país.
- ✓ Optimizar los procesos de elaboración artesanal de mermeladas, con un equipo de trabajo que aplique las Buenas prácticas de Manufactura.
- ✓ Proporcionar al equipo de trabajo, una excelente práctica, con motivación, oportunidades de crecimiento y buen ambiente laboral.
- ✓ Satisfacer la demanda existente en la población meta con un producto de calidad.
- ✓ Generar alianzas estratégicas con supermercados y tiendas

2.03.01.04 Principios y/o Valores

Los principios bajo los cuales se regirán las actividades de la microempresa y permitirán formar y definir la cultura corporativa de la empresa.

- ✓ **Principios**

Liderazgo

Los líderes orientaran para buscar el mejoramiento continuo, y deberán crear y mantener un clima laboral adecuado para lograr los objetivos propuestos.



Trabajo en Equipo

Complementamos y potenciamos las iniciativas, los conocimientos y recursos individuales, para la satisfacción del cliente.

Productividad

Es el camino para que la microempresa pueda crecer y aumentar su rentabilidad (o sus utilidades), aseguren su desarrollo, cumplimiento y responsabilidades para él personal, clientes y proveedores.

Compromiso

Trabajamos con responsabilidad, optimizando los recursos asignados y creyendo en lo nuestro.

Calidad

La calidad total es un compromiso y responsabilidad de todos los miembros de la fábrica, garantizando la calidad en los insumos, procesos y productos terminados que nos permite generar mayor confianza y seguridad en los clientes.

Respeto al medio ambiente

Las actividades diarias de la microempresa respetaran al medio ambiente con el cumplimiento de las leyes vigentes y buenas prácticas ambientales.



✓ **Valores**

Respeto

Actuamos bajo principios éticos y normas empresariales, que permiten la exigencia de las responsabilidades mutuas, como bases de la convivencia en sociedad.

Responsabilidad

Trabajamos con excelencia en el seno de la empresa, atendiendo a las personas y sus condiciones de trabajo, así como a la calidad de sus procesos productivos

Honestidad

Principio que nos guía y asegura la operación transparente de la empresa y sus relaciones internas y externas.

Comunicación

Constante y efectiva, entre todos los miembros que formamos parte de la microempresa, así como con nuestros proveedores y clientes.

2.03.02 Gestión Administrativa

La Gestión Administrativa es la combinación de las actividades que nos permiten el cumplimiento de los objetivos mediante la aplicación del proceso PODCE.

2.03.02.01 Planificación

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

Tabla 11:

Cronograma de Actividades

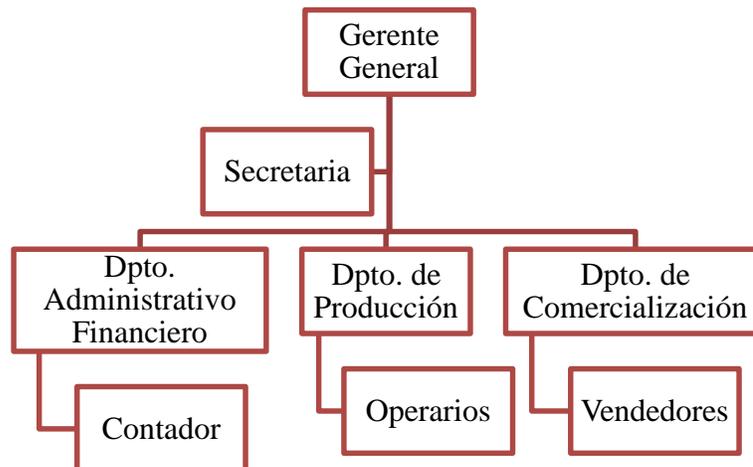
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES												
ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Documentos Legales (RUC, permisos)	X	X										
Adquisiciones de equipos y maquinaria		X	X									
Reclutamiento y selección del personal		X	X	X								
Instalación de equipos y maquinaria				X								
Contacto con los proveedores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

Elaborado por: Nathaly Calahorrano, 2014

2.03.02.02 Organización

La organización es el proceso que nos permite ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de la microempresa de tal manera que podamos alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Organigrama estructura



Organigrama Funcional

✓ Gerente General

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



✓ **Secretaria**

Se encarga de recibir, registrar, canalizar la correspondencia y la documentación recibida

Elaborar oficios, tarjetas, memorándums y demás documentación relativas a los asuntos de competencia del Director;

Atender, realizar, registrar llamadas telefónicas para mantener informado a los jefes sobre sus compromisos

✓ **Departamento Financiero**

Se encarga de gestionar todo el funcionamiento de la productora y de la cantidad de productos a elaborar, de la selección del personal, manejo de inventarios, contabilidad, realizar las compras de insumos y de la coordinación de las áreas operativas.

- **Contador.-** 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 Comercialización**

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, atención de calidad.

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.

2.03.02.04 Control

El control de la micro empresa CALI MERMELADAS 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.



Evaluación 360°

Es una herramienta que pretende dar a los empleados una perspectiva de su desempeño lo más adecuada posible, al obtener aportes desde todos los entornos: jefes, compañeros, subordinados, clientes internos, etc, con el propósito de darle al empleado la retroalimentación necesaria para mejorar su desempeño, comportamiento, y dar a la gerencia la información necesaria para tomar decisiones en el futuro.

Aplicación

Preparación

Es muy importante que este proceso se dé a conocer de manera estratégica y cuidadosa a la organización a través de explicar con claridad que el propósito de utilizar este proceso de retroalimentación de 360 grados es para coadyuvar con el desarrollo de los individuos que colaboran en la organización.

Elaboración del Formato

Para este efecto se proporciona la información para crear un formato de retroalimentación de acuerdo a las necesidades de la organización.



Conduciendo las Evaluaciones

Las personas que recibirán la retroalimentación de 360° seleccionaran a los evaluadores que les darán dicha retroalimentación. Estos evaluadores deberán incluir al superior inmediato, los compañeros del mismo grupo de trabajo y colegas de otros departamentos o grupos de trabajo. Los evaluadores deberán seleccionarse teniendo en mente que lo que se requiere es información profunda y objetiva. El superior inmediato podrá sugerir evaluadores adicionales.

Tabla 12:

Formato de la Evaluación

Evaluación de 360 Grados

I.- Datos del Evaluado:

Nombres:..... Cargo:.....

Departamento:.....

II. Indicadores de Gestión (Marque con una X en el recuadro apropiado)

INSTRUCTIVO	
1	Siempre
2	Frecuentemente
3	A veces
4	Ocasionalmente
5	Casi nunca

Valoración	1	2	3	4	5
Objetivo					
Trabajo en equipo					
Comunicación a todo nivel					
Puntualidad					
Creatividad					
Liderazgo y motivación					
Habilidad para decidir					
Ambiente de trabajo					

2.03.03 Gestión Operativa

La Gestión Operativa de la microempresa tiene que ver con principal proceso de producción de mermeladas que está reflejado en el siguiente proceso.

Tabla 13:

Gestión Operativa

Actividad	Tiempo (min)	Observación
Recepción M.P	5	Recibir de la fruta
Selección de fruta	30	Escoger la fruta en que este en buen estado
Pesado	5	Pesar la fruta que ingresa
Lavado y cepillado	25	Lavar para sacar todas las impurezas
Pelado	15	Quitar las cascara de la fruta
Estrujado	10	Hacer rodajas la fruta
Despulpado	30	Obtener el zumo de la fruta
Control de calidad	15	Verificar que no exista impurezas
Pesado	5	Para saber cuánto hay de fruta para agregar la azúcar
Cocción	60	Coser el zumo de la fruta hasta su punto
Control de calidad	10	Determinar que la mermelada este en punto
Envasado	20	Se envasa en los frascos, listos para la venta
Esterilizado	20	Dar más vida útil al producto
Enfriado	30	Dejar que se enfríe la mermelada en el frasco
Etiquetado	15	Poner etiquetas en los envases.
Almacenamiento	10	Ubicar en bodega



Se trabajara con buenas prácticas de manufactura y se empezará con 1 operador, un jefe de planta, el mismo que estará encargado de la producción y del control de calidad del producto, al principio, según la demanda se establece una jornada de 8 horas.

2.03.04 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 CALI MERMELADAS se caracterizará por entregar un producto de calidad, satisfaciendo las necesidades de nuestro cliente, ya que la mermelada es un producto formulado a base de fruta y azúcar, fundamentalmente lo que le otorga al producto una 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 de las mermeladas de chamburo elaborado por CALI MERMELADAS se realizó según los costos de producción.

Tabla 14:

Costo Unitario de Fabricación

COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	
MPD	0,68
MOD	0,26
CIF	0,36
C.U.F	1,30

Investigación de campo: Nathaly Calahorrano, 2014

Tabla 15:

Costo de Venta al Público Unitario

MERMELADAS	
Costo de producción unitario	1,30
Utilidad 50%	0,65
P.V.P	1,95

Investigación de campo: Nathaly Calahorrano, 2014

El costo de producción de un frasco de mermelada es de \$1,30 y tendrá una rentabilidad del 50% debido a que el producto es artesanal y no se utilizara ningún tipo de químicos, el precio de venta al público será de 1,95 que representa una ventaja competitiva.

2.03.04.03 Plaza

Para el presente proyecto la plaza serán los supermercados, micro mercados y tiendas del Norte de la Ciudad de Quito



Figura 13: Mapa del Norte de Quito

Fuente: <http://www.in-quito.com/sectores-quito.php>

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

CALI MERMELADAS ofrecerá las siguientes promociones:

- ✓ Por la compra de 2 mermeladas 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

(Thompson, 2005) Afirma que “La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación, el internet, medios impresos y de técnicas de propaganda.”

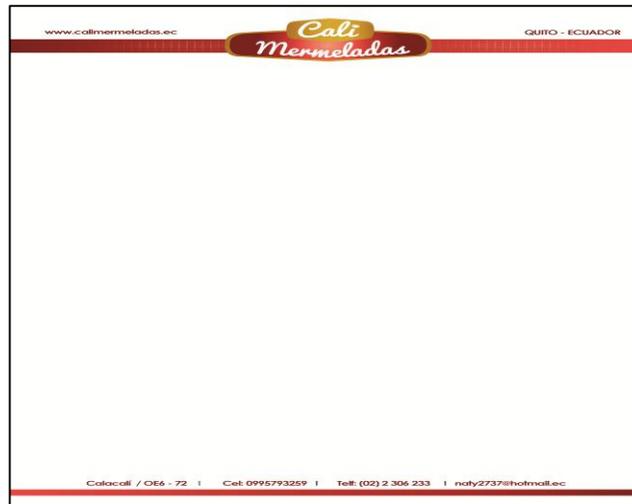
- ✓ **Logotipo**



- ✓ **Slogan**

“La frescura de la Naturaleza llevala a tu mesa

✓ **Hoja Membretada**



✓ **Material POP**

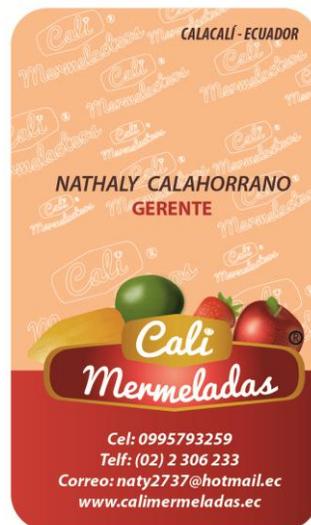
➤ **Hojas Volantes**



➤ **Tarjetas Comercial**



➤ **Tarjetas Personales**



✓ **Merchandising**

➤ **Llaveros**



2.04 Análisis FODA

✓ **Ambiente Interno**

Tabla 16:

Matriz FODA Fortaleza

AMBIENTE INTERNO			
FORTALEZAS			
DESCRIPCIÓN	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Misión	X		
Visión	X		
Políticas		X	
Objetivos Corporativos	X		
Gestión Administrativa	X		
Planificación	X		
Organización	X		
Dirección	X		
Control		X	
Gestión Operativa		X	
Gestión Comercial	X		

✓ **Ambiente Externo**

Tabla 17:

Matriz FODA Oportunidades

AMBIENTE EXTERNO			
OPORTUNIDADES			
DESCRIPCIÓN	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
PIB	X		
Población		X	
PEA	X		
Aspecto Tecnológico	X		
Político Legal		X	
Clientes	X		
Proveedores	X		
Competencia	X		

Tabla 18:

Matriz FODA Amenazas

AMBIENTE EXTERNO			
AMENAZAS			
DESCRIPCIÓN	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Inflación	X		
Tasa de Interés	X		
Balanza Comercial		X	
Migración		X	

Capítulo III: Estudio de Mercado

3.01 Análisis del consumidor

(Blackwell, D. Miniard, W. Engel, F. 2002) Define que el comportamiento del consumidor como las actividades que las personas efectúan al obtener, consumir y disponer de productos y servicios. Dicho de manera simple, el comportamiento del consumidor tradicionalmente se ha pensado como el estudio sobre “por qué compra la gente”, con la premisa de que es más fácil desarrollar estrategias para influir sobre los consumidores una vez que el mercadeo conoce las razones que los impulsan adquirir ciertos productos o marcas. (pág. 6)

3.01.01 Determinación de la población y muestra

Población

(Guevara, J. 2013) Define que la población o universo es el conjunto de elementos que van a ser observados en una observación. (Material de clase)

La población para el presente proyecto, según el Censo Económico realizado por el INEC en Quito del 2010, Rodríguez afirma en la entrevista realizada el 14 de noviembre en FM, que el 50% pertenece al sector comercial, 40% servicios y el 10%

forma parte del sector industrial manufacturero; se muestra la siguiente información con respecto a la población del sector Norte de la Ciudad de Quito

Tabla 19:

Población del Norte de la Ciudad de Quito

Administración Zonal	Clasificación por ingreso declarado			
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Calderón	4871	251	52	25
Eugenio Espejo	20998	4126	1031	610
La Delicia	10213	862	249	140

Fuente: INEC

En el Norte de la Ciudad de Quito cuenta con 43428 establecimientos de los cuales el 50% que pertenece al sector comercial que es este caso sería nuestra población de 21714 establecimientos, debido a que el producto a ofrecer va dirigido al sector comercial ya que ahí concurren más los consumidores.

Muestra

(Murria R. Spiegel, 1991). Define que muestra es una parte de la población a estudiar que 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:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ARTESANAL, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADAS DE CHAMBURO (CHIHUALCÁN) AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

E² = Error máximo admisible (5%)

p = Probabilidad de éxito (50%)

q = Probabilidad de fracaso (50%)

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

$$n = \frac{21714 * (0,5) * (0,5) * (1,96)^2}{(21714 - 1) (0,05)^2 + (0,5) * (0,5) * (1,96)^2}$$

$$n = 377$$

Luego de aplicar la fórmula para calcular la muestra se obtuvo como resultado 377 establecimientos comerciales a los cuales se debe aplicar las encuestas en el Sector Norte de la Ciudad de Quito.

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 TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ENCUESTA

Buenos días / tardes, el objetivo de la presente encuesta es obtener información con fines académicos, respecto a la producción y comercialización de Mermelada de Chamburo, y nos gustaría contar con su valiosa opinión.

I.- DATOS GENERALES

Nombre de la Empresa:.....

Sector:.....

II.- PREGUNTAS

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ARTESANAL, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADAS DE CHAMBURO (CHIHUALCÁN) AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO



1.- ¿Considera usted que es oportuno implementar una microempresa artesanal para producir y comercializar mermeladas de chamburo?

SI ()

NO ()

2.- ¿Considera usted que esta nueva marca y sabor de mermelada tendrá acogida en el mercado?

Sí ()

NO ()

No sabe ()

3.- ¿De acuerdo a su experiencia que cantidad de frascos de mermelada adquiere cada quincena?

Entre 10 y 30 mermeladas ()

Entre 31 y 50 mermeladas ()

50 mermeladas en adelante ()

4.- ¿Qué precio considera usted que pueden pagar los consumidores de este producto? Presentación 300g

De 1,50 a 2,00()

De 2,01 a 2,50()

De 2,51 a 3,00()

5.- ¿Considera usted que los productos y sabores que ofrece la competencia satisfacen los requerimientos de los consumidores?



SI ()

NO ()

6.- ¿Cuál sería su forma de pago?

Efectivo ()

Crédito ()

7.- ¿Cuáles considera usted que son los elementos más relevantes que el consumidor toma en cuenta al adquirir este tipo de producto?

Calidad ()

Sabor ()

Precio ()

Cantidad ()

8.- ¿En qué presentación (envase) considera usted que tiene acogida?

En frasco de vidrio ()

En frasco plástico ()

En salche ()

9.- Según la degustación. ¿Cuál es el nivel de aceptación?

Excelente ()

Muy bueno ()

Bueno ()

No le gusto ()

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.- ¿Considera usted que es oportuno implementar una microempresa artesanal para producir y comercializar mermeladas de chamburo?

Tabla 20:

Primera Pregunta de la Encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	358	94,96%
NO	19	5,04%
TOTAL	377	100,00%

Fuente: Estudio de mercado

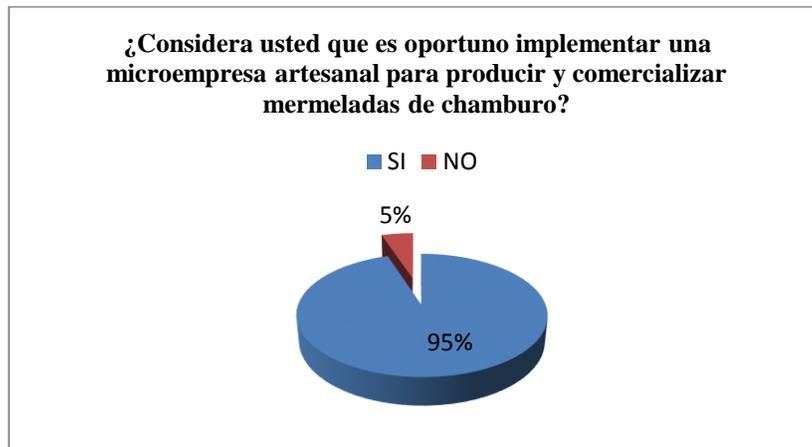


Figura 14: Primera Pregunta de la Encuesta

Fuente: Estudio de mercado

Análisis

De acuerdo a los gráficos el 95% de los establecimientos comerciales aceptan la implementación de la microempresa artesanal dedicada a la producción y comercialización de mermeladas de Chamburo al norte de la Ciudad de Quito y solo el 5% muestra desinterés.

2.- ¿Considera usted que esta nueva marca y sabor de mermelada tendrá acogida en el mercado?

Tabla 21:

Segunda Pregunta de la Encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	351	93,10%
NO	26	6,90%
TOTAL	377	100,00%

Fuente: Estudio de mercado



Figura 15: Segunda Pregunta de la Encuesta

Fuente: Estudio de mercado

Análisis

Como se puede constatar en los gráficos que el 93% dice que Si tendrá acogida una nueva marca y sabor de mermelada en el mercado y el 7% dice lo contrario.

3.- ¿De acuerdo a su experiencia que cantidad de frascos de mermelada adquiere cada quincena?

Tabla 22:

Tercera Pregunta de la Encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Entre 10 y 30 mermeladas	57	15,12%
Entre 31 y 50 mermeladas	207	54,91%
50 mermeladas en adelante	113	29,97%
TOTAL	377	100,00%

Fuente: Estudio de mercado

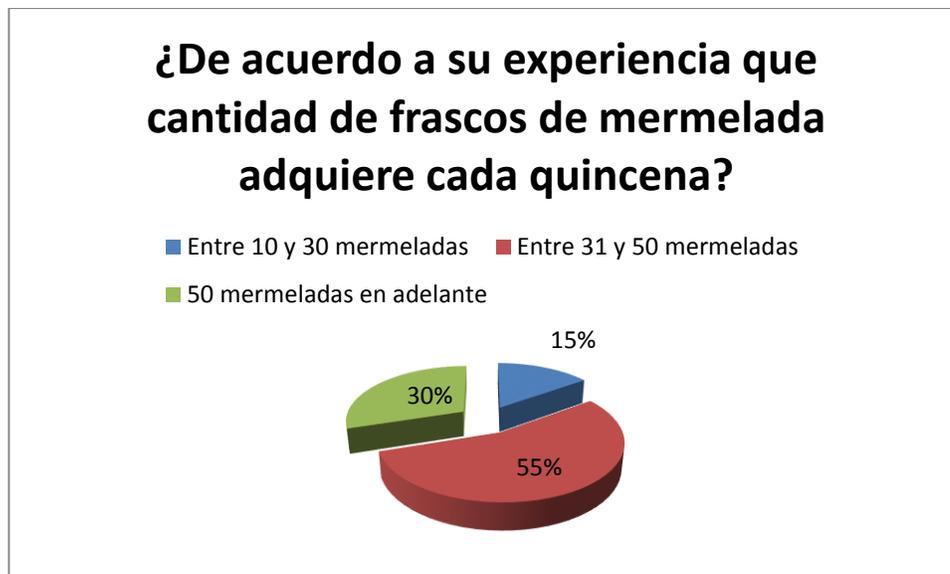


Figura 16: Tercera Pregunta de la Encuesta

Fuente: Estudio de mercado

Análisis

Como se observa en los gráficos, el 55% de los establecimientos comerciales adquieren cada quincena entre 31 y 50 mermeladas, el 30% adquieren más 50 mermeladas quincenales y el 15 % adquieren entre 10 y 30 mermeladas cada quince

4.- ¿Qué precio considera usted que pueden pagar los consumidores de este producto? Presentación 300g.

Tabla 23:

Cuarta Pregunta de la Encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 1,50 a \$ 2,00	275	72,94%
De \$ 2,01a \$ 2,50	76	20,16%
De \$ 2,51 a \$ 3,00	26	6,90%
TOTAL	377	100,00%

Fuente: Estudio de mercado

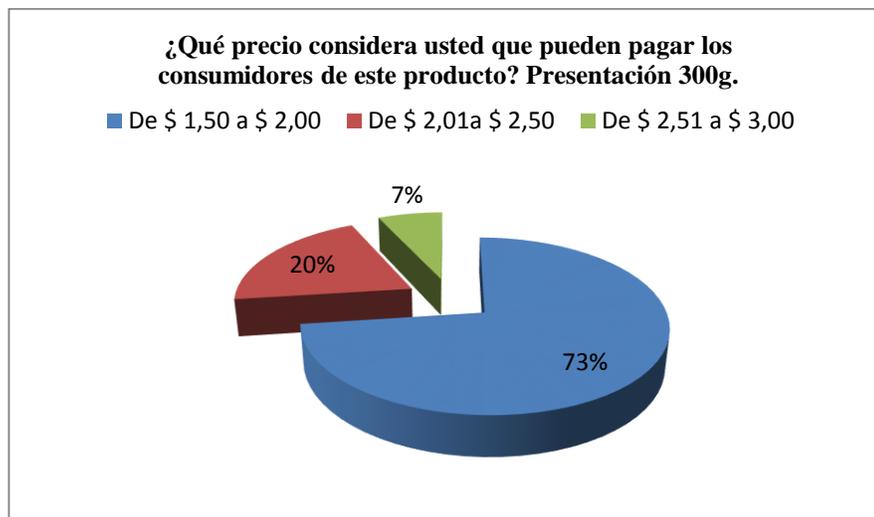


Figura 17: Cuarta Pregunta de la Encuesta

Fuente: Estudio de mercado

Análisis

Como se constata en los gráficos el 73% de los consumidores estarán dispuestos a pagar por un frasco de mermelada entre \$1,50 y \$ 2,00, el 20% entre \$2,01 a \$ 2,50 y el 7% pagara entre \$ 2,51 a \$ 3,00

5.- ¿Considera usted que los productos y sabores que ofrece la competencia satisfacen los requerimientos de los consumidores?

Tabla 24:

Quinta Pregunta de la Encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	222	58,88%
NO	155	41,12%
TOTAL	377	100,00%

Fuente: Estudio de mercado



Figura 18: Quinta Pregunta de la Encuesta

Fuente: Estudio de mercado

Análisis

Como muestran los gráficos se puede constatar que más del 59% de los establecimientos comerciales no están totalmente de acuerdo con los productos que ofrece la competencia y un 41% si lo está, lo cual brinda mayor oportunidad para la implementación de esta microempresa artesanal.

6.- ¿Cuál sería su forma de pago?

Tabla 25:

Sexta Pregunta de la Encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	207	54,91%
Crédito	170	45,09%
TOTAL	377	100,00%

Fuente: Estudio de mercado

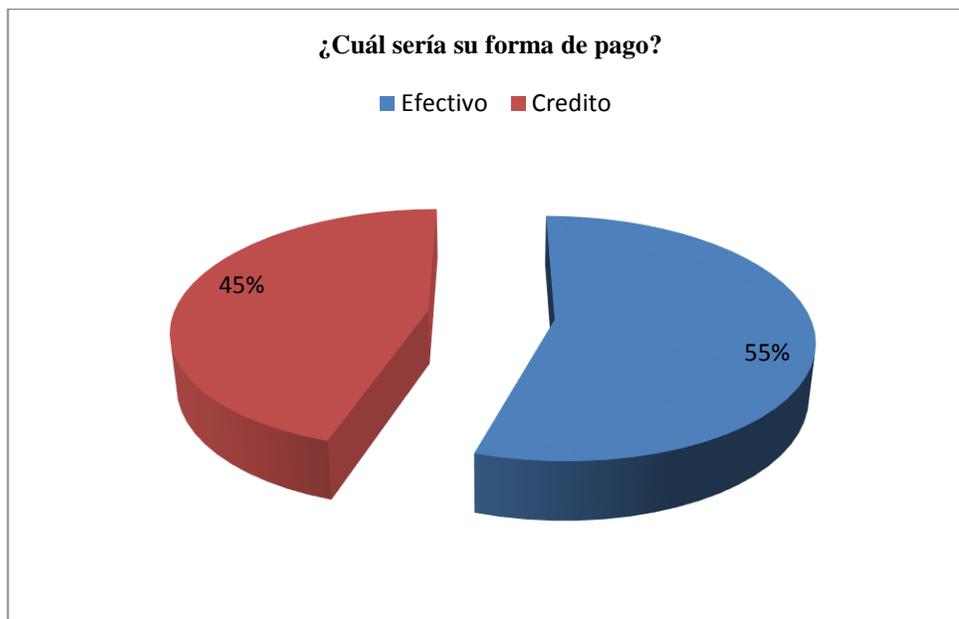


Figura 19: Sexta Pregunta de la Encuesta

Fuente: Estudio de mercado

Análisis

Como muestran los gráficos que más del 55% de los establecimientos comerciales prefieren pagar sus facturas en efectivo y el 45% a crédito

7.- ¿Cuáles considera usted que son los elementos más relevantes que el consumidor toma en cuenta al adquirir este tipo de producto?

Tabla 26:

Séptima Pregunta de la Encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	30	7,96%
Sabor	83	22,02%
Precio	231	61,27%
Cantidad	33	8,75%
TOTAL	377	100,00%

Fuente: Estudio de mercado

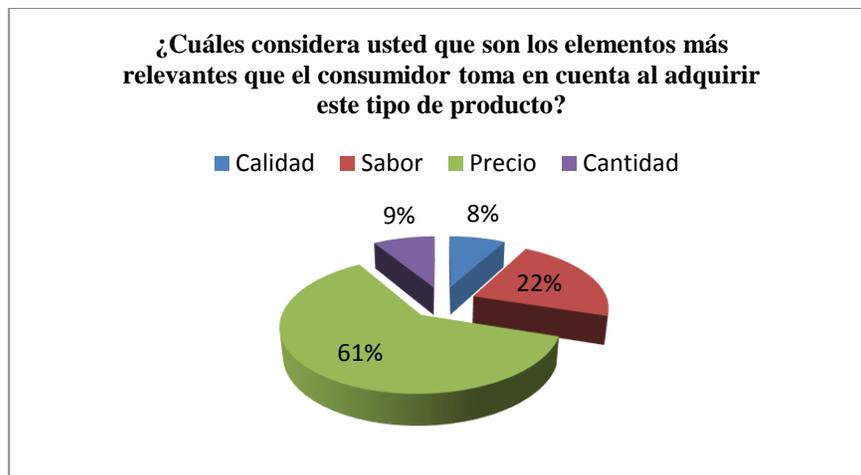


Figura 20: Séptima Pregunta de la Encuesta

Fuente: Estudio de mercado

Análisis

Como se observan en los gráficos que más del 61% de los consumidores al momento de adquirir una mermelada lo primero en lo que se fijan es el precio, seguido con un 22% que es el sabor, 9% la cantidad que contiene en los frascos y un 8% en la calidad.

8.- ¿En qué presentación (envase) considera usted que tiene acogida?

Tabla 27:

Octava Pregunta de la Encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
En frasco de vidrio	302	80,11%
En frasco plástico	18	4,77%
En sachet	57	15,12%
TOTAL	377	100,00%

Fuente: Estudio de mercado

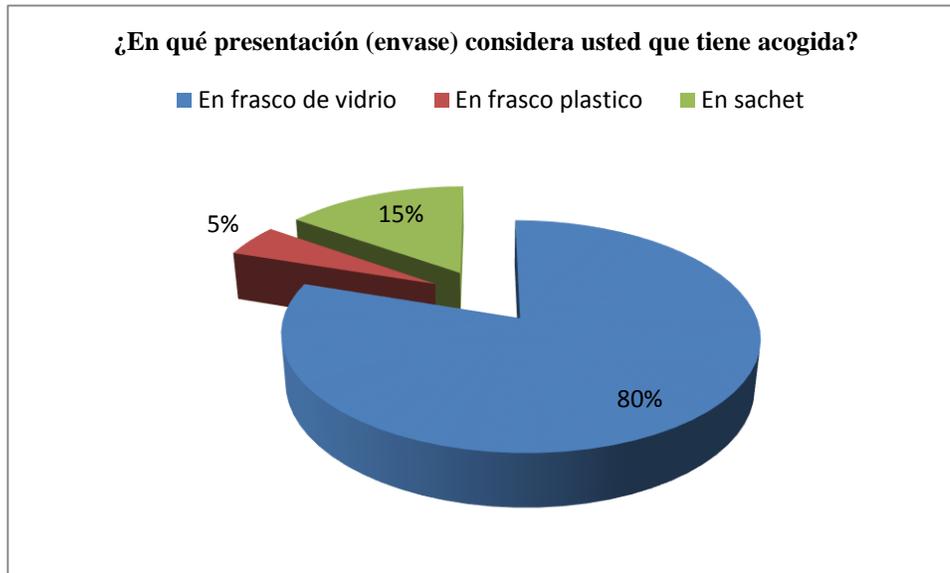


Figura 21: Octava Pregunta de la Encuesta

Fuente: Estudio de mercado

Análisis

Como muestran los gráficos que el 80% de los consumidores prefieren en frascos de vidrio, el 15% en sachet y un 5% en frascos plásticos.

9.- Según la degustación. ¿Cuál es el nivel de aceptación?

Tabla 28:

Novena Pregunta de la Encuesta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	53	14,06
Muy bueno	271	71,88%
Bueno	49	13,00%
No le gusto	4	1,06%
TOTAL	377	100,00%

Fuente: Estudio de mercado

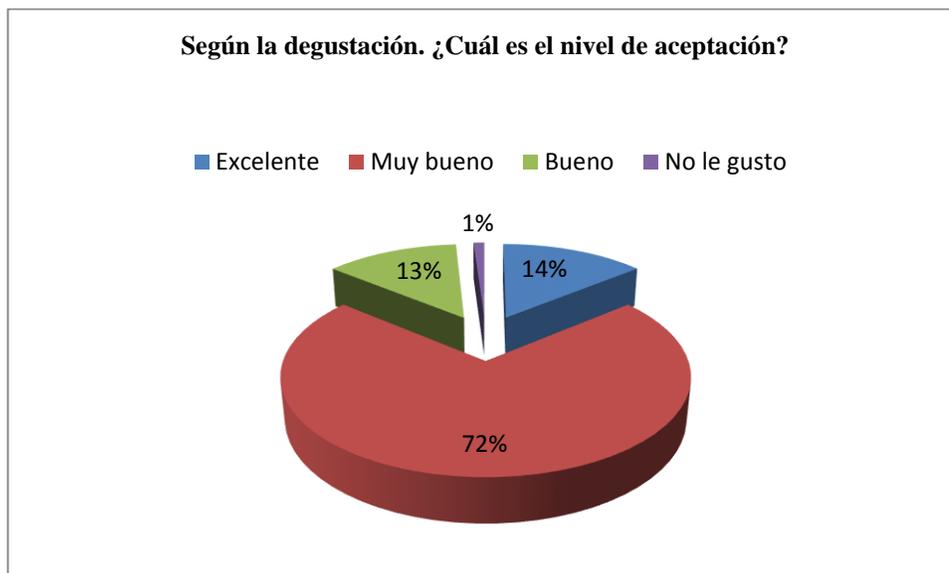


Figura 22: Novena Pregunta de la Encuesta

Fuente: Estudio de mercado

Análisis

De acuerdo a los gráficos se puede contratar que el 72% después de la degustación opino que la mermelada es muy buena, 14% excelente, el 13% buena y solo el 1% dijo que no le gustaba.

3.02 Demanda

(Guevara, J. 2013) al referirse a la demanda define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en 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 microempresa su demanda está dada por todos los establecimientos comerciales del Norte de la Ciudad de Quito.

3.02.01 Demanda Histórica

Tabla 29:

Demanda Histórica

Año	Periodo	Demanda
	X	Y
2009	1	124282
2010	2	126767
2011	3	129302
2012	4	131888
2013	5	134526

Fuente: BCE

3.02.02 Demanda Actual

Tabla 30:

Demanda Actual

Año	Periodo	Demanda		
	X	Y	X.Y	X ²
2009	1	124282	124282	1
2010	2	126767	253534	4
2011	3	129302	387906	9
2012	4	131888	527552	16
2013	5	134526	672630	25
	15	646765	1965904	55

Fuente: Estudio de mercado

$$b = \frac{n(\sum X.Y) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{N}$$

$$b = \frac{5(1965904) - (15)(646765)}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = \frac{646765 - 2560,90(15)}{5}$$

$$b = 2560,9$$

$$a = 121670,3$$

$$Y = a + b x$$

$$Y_{2014} = 121670,30 + (2560,90 * 6)$$

$$Y_{2014} = 137035,7 \quad \text{Demanda actual}$$

3.02.03 Demanda proyectada

Para realizar el cálculo de la demanda proyectada se tomara en consideración la tasa de crecimiento poblacional.

Tabla 31:

Demanda Proyectada

Año	Descripción	Demanda Proyectada
2015	121670,30 + (2560,90 *7)	139596,60
2016	121670,30 + (2560,90 *8)	142157,50
2017	121670,30 + (2560,90 *9)	144718,40
2018	121670,30 + (2560,90 *10)	147279,30
2019	121670,30 + (2560,90 *11)	149840,20

Fuente: Estudio de mercado

3.03 Oferta

(Guevara, J. 2013) 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

Una vez realizada la investigación se desprende que no existe oferta histórica, debido a que es un producto nuevo, por ende no existe datos históricos del mismo.

Tabla 32:

Oferta Histórica

Año	Periodo	Oferta
	X	Y
2009	1	35200
2010	2	35904
2011	3	36622
2012	4	37354
2013	5	38101

Fuente: BCE

3.03.02 Oferta actual

Tabla 33:

Oferta Actual

Año	Periodo	Oferta		
	X	Y	X.Y	X ²
2009	1	35200	35200	1
2010	2	35904	71808	4
2011	3	36622	109866	9
2012	4	37354	149416	16
2013	5	38101	190505	25
	15	183181	556795	55

Fuente: Estudio de Mercado

$$b = \frac{n(\sum X.Y) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{N}$$

$$b = \frac{5(556795) - (15)(183181)}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = \frac{183181 - 725,20(15)}{5}$$

$$b = 725,2$$

$$a = 34460,6$$

$$Y = a + b x$$

$$Y_{2014} = 34460,60 + (725,20 * 6)$$

$$Y_{2014} = 38811,8 \quad \text{Oferta actual}$$

3.03.03 Oferta Proyectada

Tabla 34:

Oferta Proyectada

Año	Descripción	Oferta Proyectada
2015	34460,60 + (725,20 *7)	39537,00
2016	34460,60 + (725,20 *8)	40262,20
2017	34460,60 + (725,20 *9)	40987,40
2018	34460,60 + (725,20 *10)	41712,60
2019	34460,60 + (725,20 *11)	42437,80

Fuente: Estudio de mercado

3.04 Balance Oferta Demanda

3.04.01 Balance Actual

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

Tabla 35:

Demanda Insatisfecha Actual

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2014	137035,7	38811,8	98223,90

Fuente: Estudio de mercado

3.04.02 Balance Proyectado

Está determinada por la diferencia entre la demanda y la oferta, a través de un análisis comparativo.

Tabla 36:

Proyección Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2015	139596,6	39537	100059,60
2016	142157,5	40262,2	101895,30
2017	144718,4	40987,4	103731,00
2018	147279,3	41712,6	105566,70
2019	149840,2	42437,8	107402,40

Fuente: Estudio de mercado

Aspecto relevante

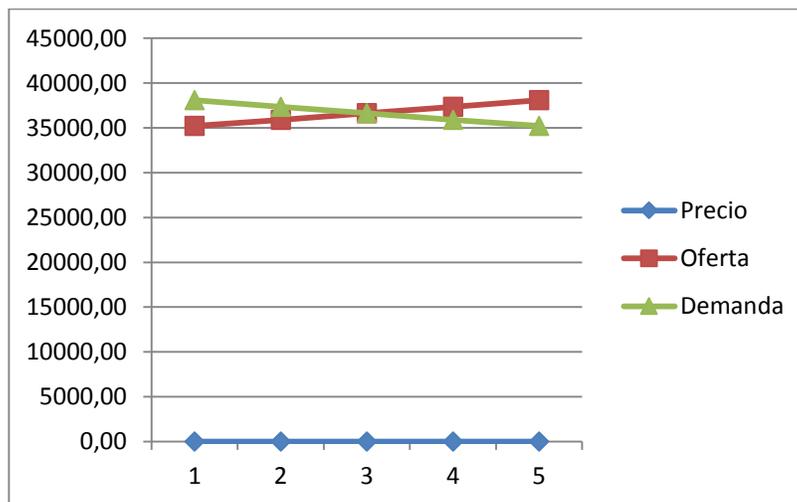


Figura 23: Relación del Precio con Oferta y Demanda

Análisis

El grafico indica la relación que existe entre la oferta y la demanda, considerando el precio que se va a ofertar, en donde el precio sube y la oferta aumenta y por el contrario el aumento del precio disminuye la demanda.

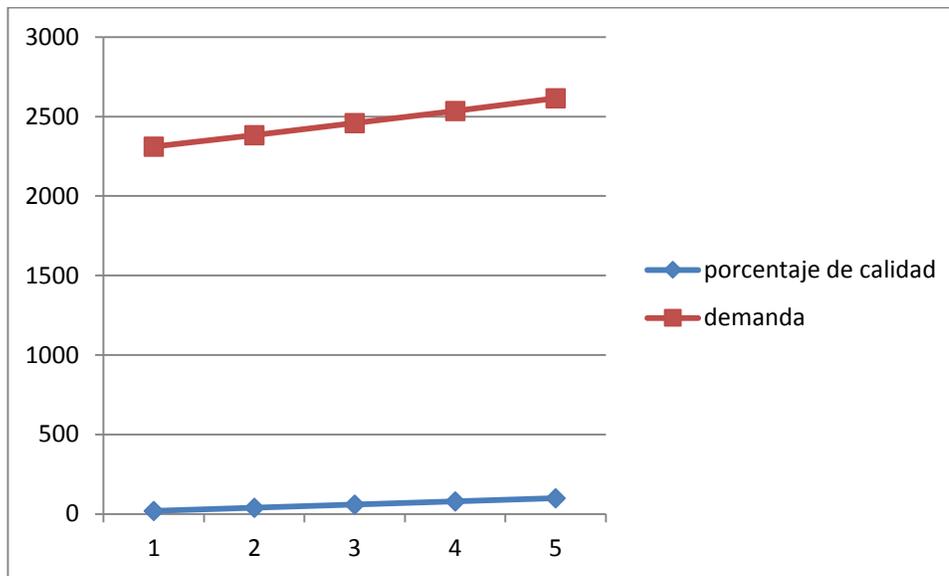


Figura 24: Relación de la Calidad con la Demanda

Análisis

Como podemos observar si la calidad es buena la demanda suele aumentar, ya que la calidad es importante para que el producto tenga más acogida en el mercado nacional e internacional.



Capítulo IV: Estudio Técnico

Estudio Técnico

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

Objetivos del estudio técnico.

- ✓ Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto de acuerdo a su capacidad.
- ✓ Analizar y determinar el tamaño óptimo de la microempresa, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar el proceso de producción. (pág. 92)

4.01 Tamaño del Proyecto

4.01.01 Capacidad Instalada

El presente proyecto tiene una capacidad de 137,5 m² y está dividida en las siguientes áreas:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ARTESANAL, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADAS DE CHAMBURO (CHIHUALCÁN) AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

Tabla 37:

Distribución de Áreas de la Planta

Áreas	Longitud
Recepción de materia prima	3m x 3m = 9m ²
Área administrativa	4m x 4m = 16m ²
Área de despacho	3m x 2m = 6m ²
Área de almacenamiento	4,5m x 4m = 18m ²
Área de producción	4m x 6m = 24m ²
Laboratorio	3m x 3m = 9m ²
Estacionamiento	4m x 8m = 32m ²
Vestidores	4m x 4m = 16m ²
Baños (2)	1,5m x 2,5m

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad óptima de la empresa está dada por todos los departamentos que la conforma, la misma que cuenta con un área total de 105,5 m², sin contar con espacios verdes o parqueaderos.

Tabla 38:

Análisis de Capacidad Instalada

Capacidad de diseño	5 días	8 horas	1 turnos	(273 frascos diarios, 5450 mensuales) capacidad de producción
Capacidad de diseño	10900			
Producción real	8720			
capacidad efectiva	9810			
Utilización	80 %			
Eficiencia	89 %			

Análisis

Se producirán 273 frascos de mermelada diarios, 5 días a la semana en un turno de 8 horas, con una capacidad de diseño de 10900 frascos, una utilización del 80% y la eficiencia del 89%, dicho esto al mes se producirán 5450 frascos.

Tabla 39:

Capacidad Instalada

ACTIVIDAD	Frecuencia	# veces	Tiempo Unitario (minutos)	Tiempo total al mes (minutos)	Operador	Jefe de Control de Calidad
Recepción M.P	D	20	2	5	200	x
Selección de fruta	D	20	2	30	1200	X
Pesado	D	20	2	5	200	x
Lavado y cepillado	D	20	2	25	1000	X
Pelado	D	20	2	15	600	x
Estrujado	D	20	2	10	400	x
Despulpado	D	20	2	30	1200	x
Control de calidad	D	20	2	15	600	X
Pesado	D	20	2	5	200	x
Cocción	D	20	2	60	2400	X
Control de calidad	D	20	2	10	400	X
Envasado	D	20	2	20	800	x
Esterilizado	D	20	2	20	800	X
Enfriado	D	20	2	30	1200	x
Etiquetado	D	20	2	15	600	X
Almacenamiento	D	20	2	10	400	x
Tiempo real demandado				12200	5200	7000
Tiempo real disponible				9408	9408	9408
ICI				129,68	55,27	74,40
# de personas				1,30	0,55	0,74
				1 al 100 %	1 al 0,55%	1 al 0,74%
				1 al 0,30 %		

4.02 Localización

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

4.02.01 Macro localización

Tabla 40:

Macro-localización

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



Figura 25: Macro-localización

4.02.02 Micro localización

La Microempresa estará ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito, parroquia de Calacalí; entre las calles Guayaquil Oe6-72 y Córdova.

4.02.03 Localización Óptima

(Baca Urbina, G, 2006) afirma que la localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo. (pag.107)

Tabla 41:

Matriz de Localización

Factores	Ponderación	Lugar	
		Calificación	Total
Cercanía al mercado	0,15	8	1,20
Vías de acceso	0,10	8	0,80
Seguridad	0,15	9	1,35
Transporte	0,10	8	0,80
Servicios básicos	0,10	9	0,90
Materia prima	0,20	10	2,00
Mano de obra	0,15	9	1,35
Estacionamiento	0,05	6	0,30
Total	1,00		8,70

Investigación de campo: Nathaly Calahorrano, 2014

Después de haber tomado en cuenta los factores relevantes para la localización óptima de la microempresa, estará ubicada en el norte de la ciudad de Quito, parroquia de Calacalí.

La decisión de ubicar a la micro empresa CALI MERMELADAS en el sector de Calacalí es principalmente por la cercanía a los productores directos de la materia prima en este caso la fruta (chamburo), lo que hace que el producto lo obtengamos de una manera rápida, de calidad y en menor costo de producción.

4.03 Ingeniería del Proyecto

(Baca Urbina, G. 2006) La ingeniería del proyecto se refiere a todos los aspectos técnicos y de operatividad necesaria para comenzar a elaborar el producto, para lo cual se necesita disponer de cierta información proveniente del estudio de mercado, del marco legal, de la localización, financiamiento y disponibilidad del personal idóneo. (pág. 110)

4.03.01 Definición del Bien y / o Servicio

La Microempresa artesanal Cali-Mermeladas ofrecerá a todos sus consumidores potenciales mermeladas con sabor a chamburo sin aditivos químicos. La característica principal del producto es la materia prima y lo que no contiene químicos, es decir, es natural.

Además la Microempresa contará con la tecnología necesaria como la marmita, despulpador, refractómetro, balanza entre otros, lo cual ayudaran agilitar el proceso y disminuir tiempo de producción; lo que permite garantizar la calidad del producto primordialmente con la higiene ya que es un producto de consumo humano. De la igual manera contara con computadoras para el sistema operativo, agilizando de esta manera el trabajo administrativo.

4.03.02 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 42:

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

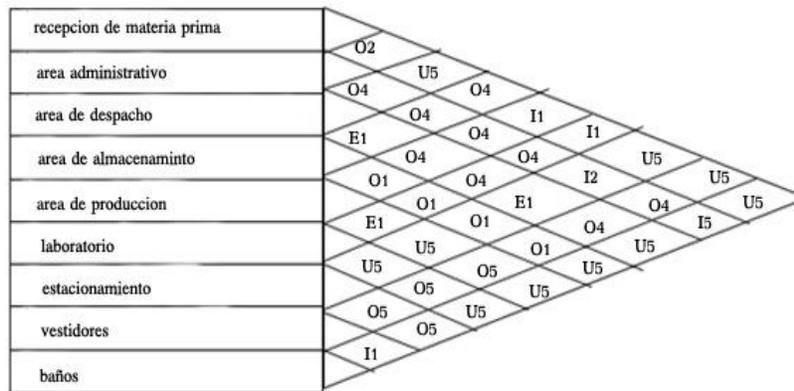
Define las razones del porqué del grado de cercanía de un área con otra.

Tabla 43:

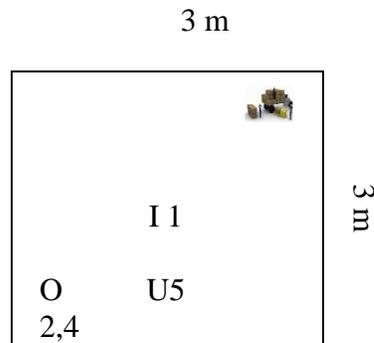
Factores del Proceso

1	Proceso
2	Administración
3	Ruido
4	Precaución
5	Higiene

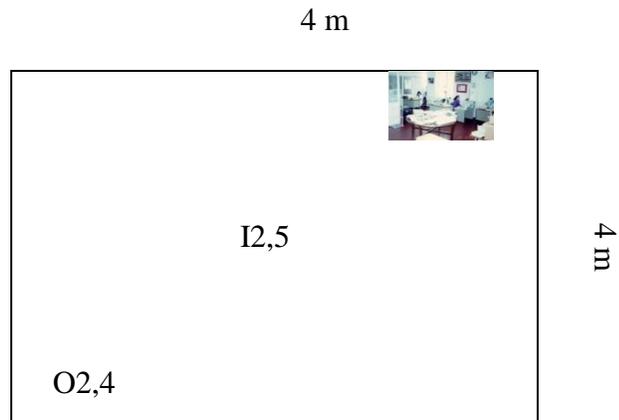
Matriz Triangular



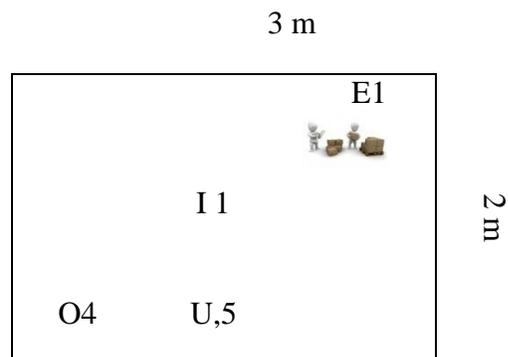
Recepción de materia prima



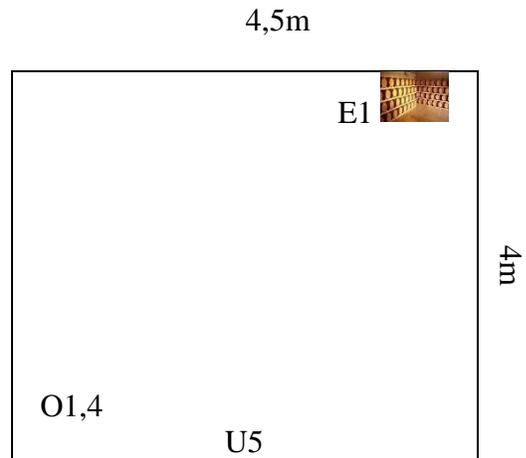
Área administrativa



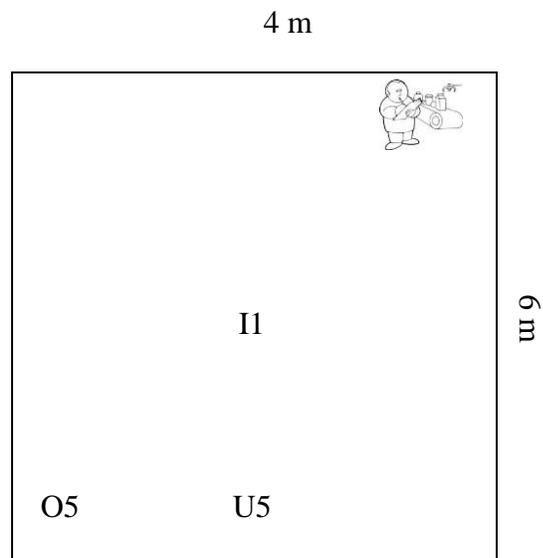
Área de despacho



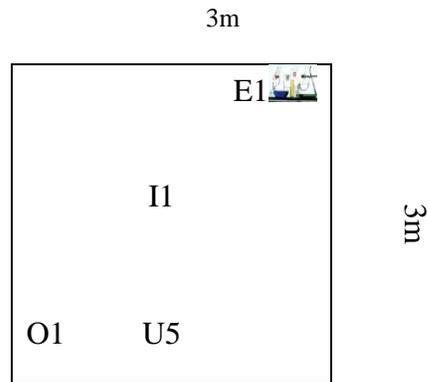
Área de almacenamiento



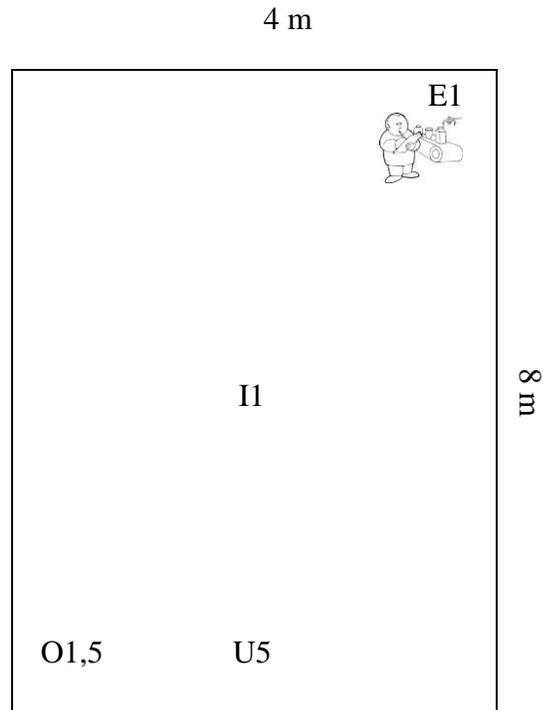
Producción



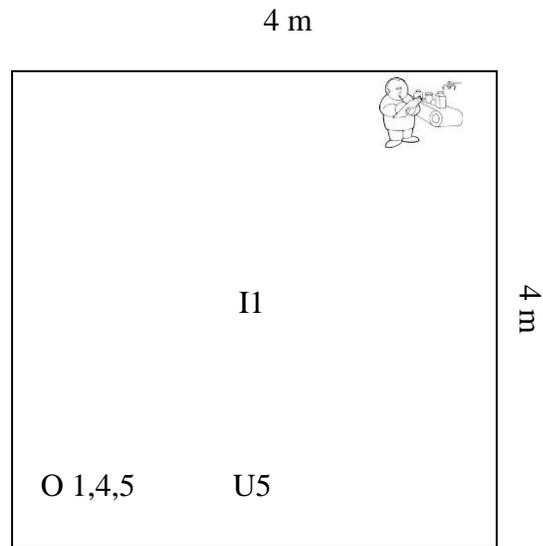
Laboratorio



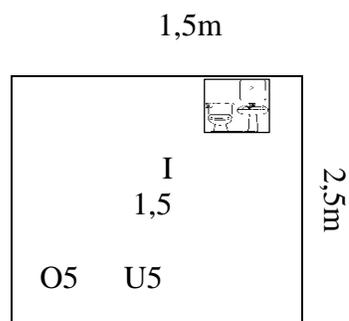
Estacionamiento



Vestidores



Baños



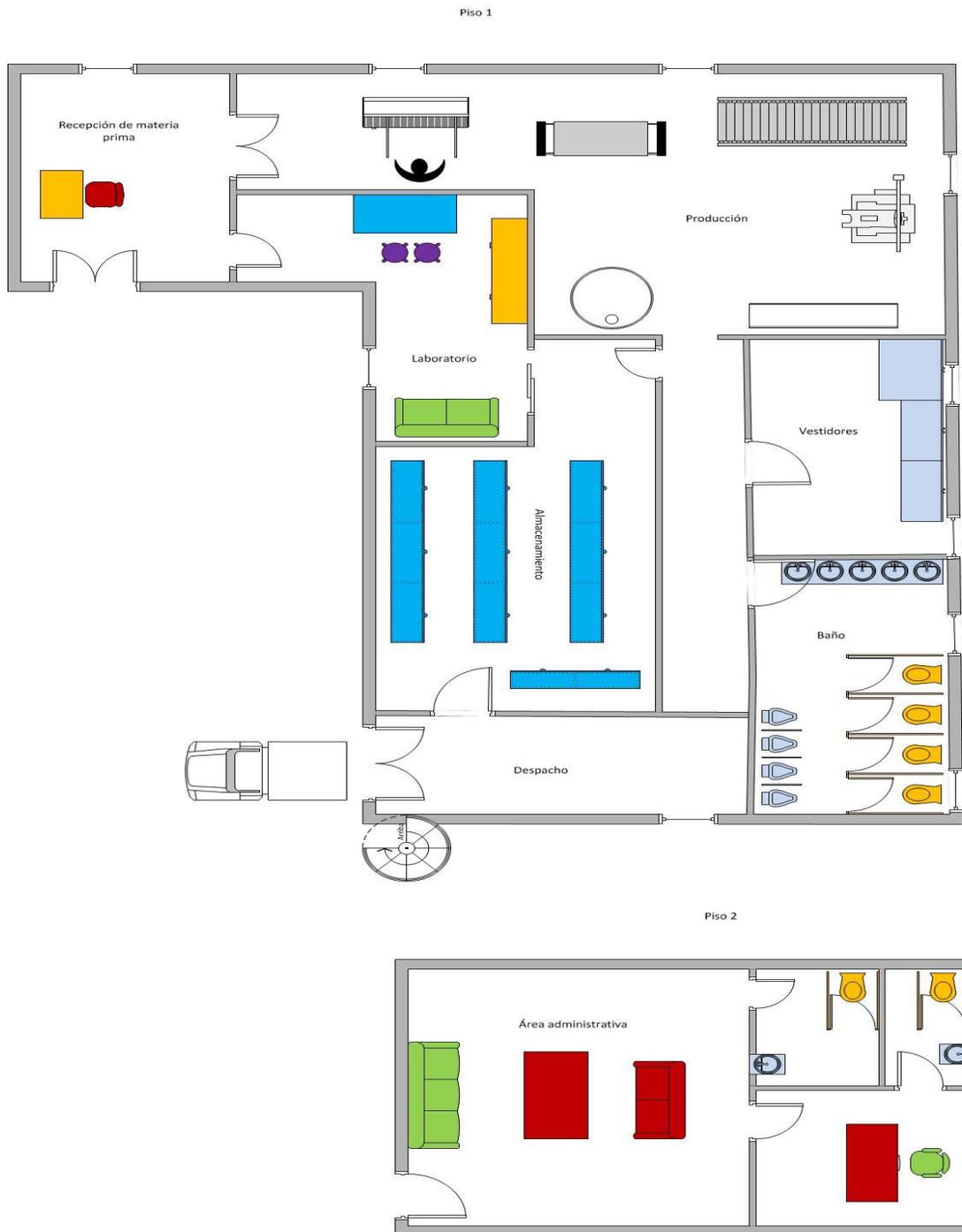


Figura 26: Plano de la Planta

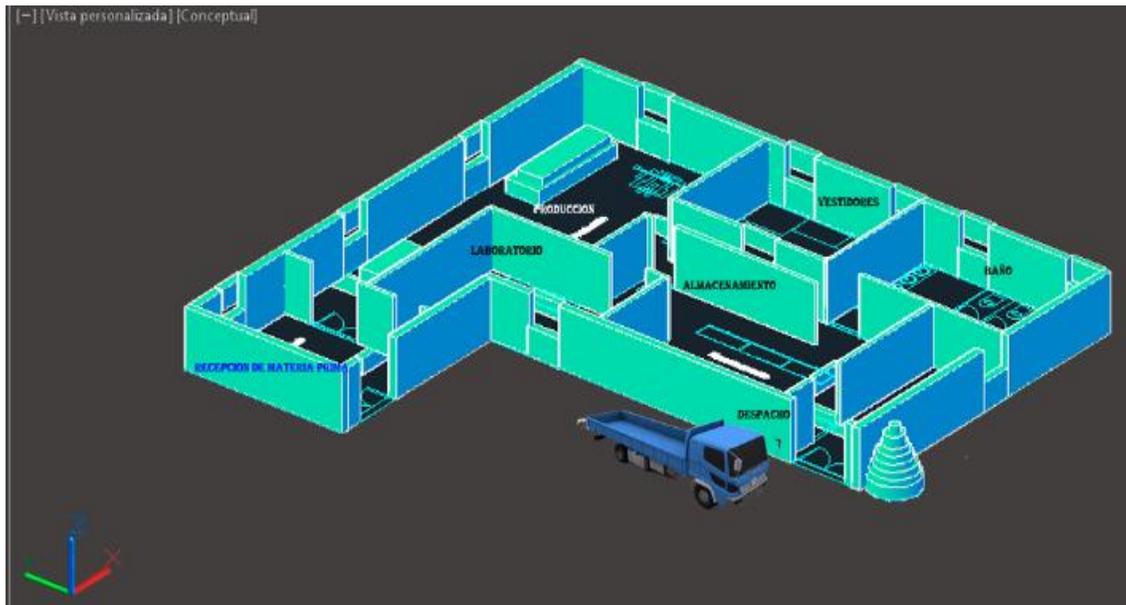


Figura 27: Piso 1

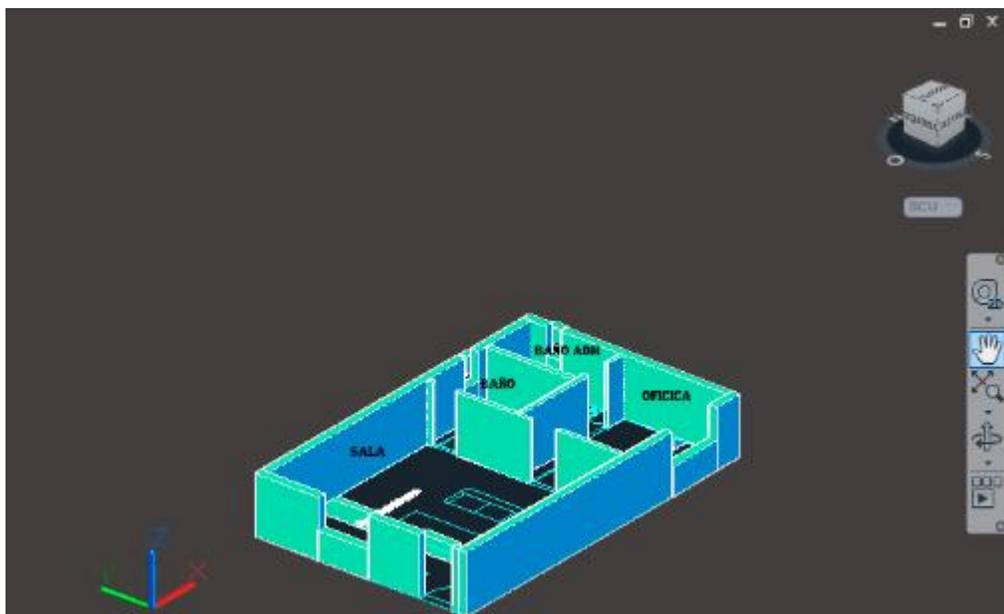
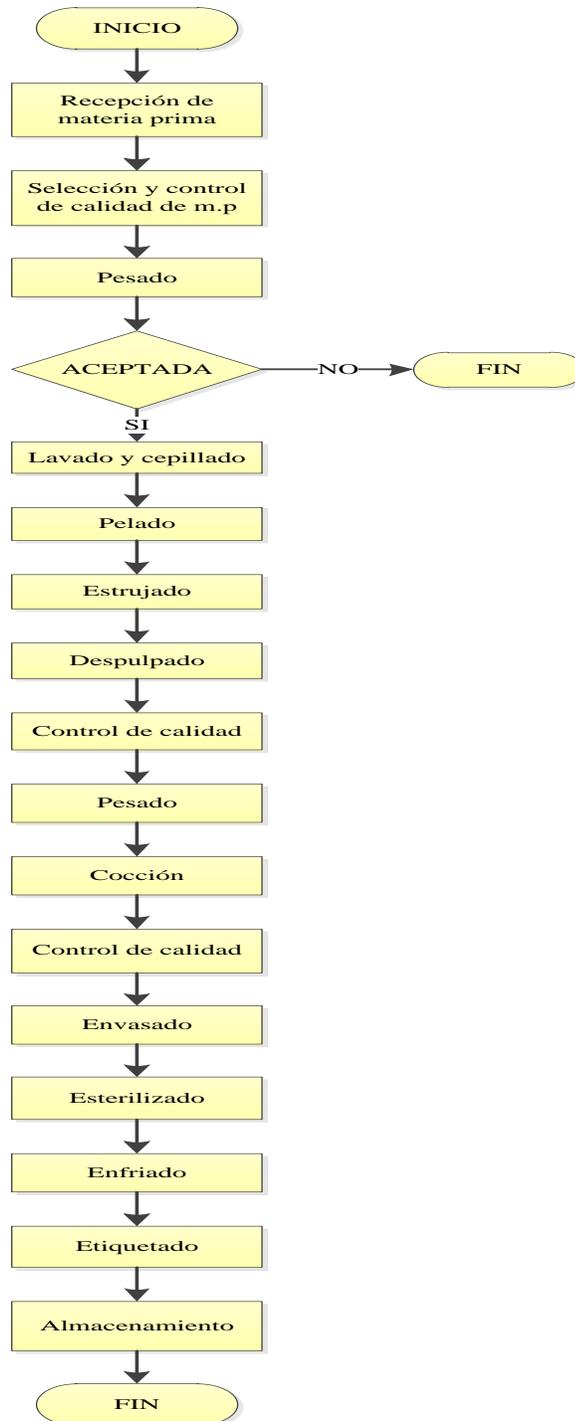


Figura 28: Piso 2

4.03.03 Proceso Productivo



4.03.03.01 Simbología del diagrama de flujo

Tabla 44:

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

4.03.03.02 Actividades

Tabla 45:

Actividades del Proceso Productivo

Actividad	Tiempo (min)	Símbolos	Observación
Recepción M.P	5		Recibir de la fruta
Selección de fruta	30		Escoger la fruta en que este en buen estado
Pesado	5		Pesar la fruta que ingresa
Lavado y cepillado	25		Lavar para sacar todas las impurezas
Pelado	15		Quitar las cascara de la fruta
Estrujado	10		Hacer rodajas la fruta
Despulpado	30		Obtener el zumo de la fruta
Control de calidad	15		Verificar que no exista impurezas
Pesado	5		Para saber cuánto hay de fruta para agregar la azúcar
Cocción	60		Coser el zumo de la fruta hasta su punto
Control de calidad	10		Determinar que la mermelada este en punto
Envasado	20		Se envasa en los frascos, listos para la venta
Esterilizado	20		Dar más vida útil al producto
Enfriado	30		Dejar que se enfríe la mermelada en el frasco



Actividad	Tiempo (min)	Símbolos	Observación
Etiquetado	15		Poner etiquetas en los envases.
Almacenamiento	10		Ubicar en bodega

4.03.04 Maquinaria y Equipo

Tabla 46:

Maquinaria y Equipo

Descripción	N° unidades	Costos		Total bruto
		Costo unitario	Costo total	
Activos fijos				
Terreno	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	
Infraestructura	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
Vehículo	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	
Total activos fijos				\$ 25.000,00
Maquinaria y equipos				
Marmita de 100 kg.	1	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	
Despulpador 100 kg.	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	
Lavador de futas 100 kg.	1	\$ 600,00	\$ 600,00	
Balanza 100 kg.	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
Desintegrador	1	\$ 900,00	\$ 900,00	
Refractómetro (50-90 Brix)	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
Ollas	2	\$ 45,00	\$ 90,00	
Tinas plásticas (150 lt.)	3	\$ 10,00	\$ 30,00	
Jarras plásticas (2lt.)	3	\$ 1,00	\$ 3,00	
Coladores	2	\$ 5,00	\$ 10,00	
Tablas de picar	3	\$ 3,00	\$ 9,00	
Cuchillos	3	\$ 2,00	\$ 6,00	
Juego de cucharas de medida	2	\$ 5,00	\$ 10,00	
Espumaderas	2	\$ 5,00	\$ 10,00	
Paletas	3	\$ 7,00	\$ 21,00	
Total maquinaria y equipos				\$ 4.339,00
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



Descripción	N° unidades	Costos		Total bruto
		Costo unitario	Costo total	
Equipo de computación				
Computadora	1	\$ 600,00	\$ 600,00	
Impresora	1	\$ 90,00	\$ 90,00	
Teléfono	1	\$ 15,00	\$ 15,00	
Total equipo de computación				\$ 705,00
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				\$ 30.691,50

Fuente: Estudio técnico



Capítulo V: Estudio Financiero

Estudio Financiero

(Baca Urbina, G. 2006) define que el estudio financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. (pág. 168)

5.01 Ingresos Operacionales

(Buenaventura V, 2011) define que los ingresos son las entradas financieras que percibe la empresa por la actividad realizada. (pág. 134)

Los ingresos operacionales que tendrá el proyecto se muestran a continuación:

5.01.01.01 Materia Prima Directa

Tabla 47:

Materia Prima (M.P)

Materia prima requerida anualmente					
Producción mensual	Cantidad	Materia prima	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
5450	4910	Chamburo	\$ 0,50	\$ 2.455,00	\$ 29.460,00
5450	2455	Azúcar	\$ 0,50	\$ 1.227,50	\$ 14.730,00
Total de materia prima				\$ 3.682,50	\$ 44.190,00

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

Para la elaboración de 3300 frascos mensuales de mermelada se necesitara 2200 libras de chamburo y 1100 libras de azúcar lo que equivale en costo aproximadamente es de \$ 1100,00 y \$ 550,00 correspondientemente.

5.01.01.02 Mano de Obra Directa (M.O.D)

Tabla 48:

Mano de Obra Directa (M.OD)

Mano de Obra Directa						
Concepto	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Total mensual	Total anual
Jefe de producción	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 41,67	\$ 604,17	\$ 7.250,00
Trabajador 2	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 28,33	\$ 410,83	\$ 4.930,00
Trabajador 3	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 28,33	\$ 410,83	\$ 4.930,00
Total mano de obra directa					\$ 1.425,83	\$ 17.110,00

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.01.01.03 Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 49:

Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F)

Costos indirectos de fabricación				
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Frascos	5450	\$ 0,190	\$ 1.035,50	\$ 12.426,00
Etiquetas	5450	\$ 0,135	\$ 735,75	\$ 8.829,00
Servicios Básicos			\$ 200,00	\$ 2.400,00
Total costos indirectos			\$ 1.971,25	\$ 23.655,00

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.01.02 Ingresos

Tabla 50:

Ingresos Operacionales

Mermeladas	
Costo de producción unitario	\$ 1,30
Utilidad del 50%	\$ 0,65
P.V.P	\$ 1,95
Producción mensual	5450
Ingreso mensual	\$ 10.619,38
Ingreso anual	\$ 127.432,50

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

Tabla 51:

Ingresos proyectados

Ingresos proyectados			
Años	Ingreso actual (\$)	Tasa del sector manufacturero	Ingreso anual (\$)
(año base) 2014	127432,50	-	127432,50
2015	127432,50	1,037	132147,50
2016	132147,50	1,037	137036,96
2017	137036,96	1,037	142107,33
2018	142107,33	1,037	147365,30
2019	147365,30	1,037	152817,81

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.01.01 Ingresos no operacionales

El presente proyecto no cuenta con ingresos no operacionales debido a que es una nueva unidad de producción de tal manera que solo tiene ingresos relacionados con el giro de negocio.

5.02 Costos

(Baca Urbina, G. 2006) define que los costos son un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente o en el futuro o en forma virtual. (pág. 169).

5.02.01 Costo Directo

Tabla 52:

Costos Directos

Costos directos	
Materia prima	44190,00
Mano de obra directa	17110,00
Total costos directos	61300,00

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.02.02 Costo Indirecto

Tabla 53:

Costos Indirectos

Costos indirectos	
Etiquetas	8829,00
Frascos	12426,00
Servicios Básicos	2400,00
Total costos indirectos	23655,00

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano

5.02.03 Gasto Administrativo

Son los valores a pagar por las actividades de gestión de la microempresa e incluye el costo que está asociado por las funciones del personal.

Tabla 54:

Gastos Administrativos

Gastos administrativos							
Concepto	Cantidad	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Total mensual	Valor anual
Gerente general	1	700,00	58,33	29,17	58,33	845,83	10150,00
Secretaria	1	350,00	29,17	14,58	29,17	422,92	5075,00
Total	2	1050,00	87,50	43,75	87,50	1268,75	15225,00

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

Tabla 55:

Material de Aseo

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

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

Tabla 56:

Otros Gastos

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Suministros de oficina	25,00	300,00
Servicios básicos	40,00	480,00
Total	65,00	780,00

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

Tabla 57:

Proyección Gastos Administrativos

Proyección gastos administrativos							
Descripción	Inflación	Año base 2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos del personal							
Gerente general	1,028	10150,00	10434,20	10726,36	11026,70	11335,44	11652,84
Secretaria	1,028	5075,00	5217,10	5363,18	5513,35	5667,72	5826,42
Total		15225,00	15651,30	16089,54	16540,04	17003,16	17479,25
Otros gastos							
Suministros de oficina	1,028	300,00	308,40	317,04	325,91	335,04	344,42
Material de aseo	1,028	184,00	189,15	194,45	199,89	205,49	211,24
Servicios básicos	1,028	480,00	493,44	507,26	521,46	536,06	551,07
Total		964,00	990,99	1018,74	1047,26	1076,59	1106,73
Total gastos administrativos		16189,00	16642,29	17108,28	17587,31	18079,75	18585,99

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.02.04 Gasto de venta

Representa los recursos utilizados para las ventas, es el valor que ha incurrido para comercializar un bien o servicio.

Tabla 58:

Gastos de Venta

Gastos de venta		
Concepto	Valor mensual	Valor anual
Servicios básicos	15,00	180,00
Gasolina	30,00	360,00
Publicidad	15,00	180,00
Material POP	25,00	300,00
Gigantografía	20,00	240,00
Total	105,00	1260,00

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

Tabla 59:

Proyección de Gasto de Ventas

Proyección gasto de ventas							
Descripción	Inflación	Año base 2014	2015	2016	2017	2018	2019
Servicios básicos	1,028	180,00	185,04	190,22	195,55	201,02	206,65
Gasolina	1,028	360,00	370,08	380,44	391,09	402,05	413,30
Publicidad	1,028	180,00	185,04	190,22	195,55	201,02	206,65
Material POP	1,028	300,00	308,40	317,04	325,91	335,04	344,42
Gigantografía	1,028	240,00	246,72	253,63	260,73	268,03	275,54
Total		1260,00	1295,28	1331,55	1368,83	1407,16	1446,56

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.02.05 Costo fijo y variable

Tabla 60:

Proyección Costos Anuales

Proyección de costos anuales						
En dólares						
		Años				
N°						
1	Detalle	1	2	3	4	5
	Costos totales (1 + 2)	\$104.292,30	\$107.115,82	\$110.018,40	\$112.767,25	\$115.834,65
1	Costos fijos	\$ 19.157,30	\$ 19.597,04	\$ 20.049,09	\$ 20.278,80	\$ 20.756,52
	Depreciación	\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 2.997,30	\$ 2.997,30
	Amortización de inversión diferida	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
	Sueldos administrativos	\$ 15.225,00	\$ 15.651,30	\$ 16.089,54	\$ 16.540,04	\$ 17.003,16
	Servicios básicos	\$ 480,00	\$ 493,44	\$ 507,26	\$ 521,46	\$ 536,06
2	Costos variables	\$ 85.135,00	\$ 87.518,78	\$ 89.969,31	\$ 92.488,45	\$ 95.078,12
	Materia prima	\$ 44.190,00	\$ 45.427,32	\$ 46.699,28	\$ 48.006,86	\$ 49.351,06
	Mano de Obra	\$ 17.110,00	\$ 17.589,08	\$ 18.081,57	\$ 18.587,86	\$ 19.108,32
	Costos indirectos de fabricación	\$ 23.655,00	\$ 24.317,34	\$ 24.998,23	\$ 25.698,18	\$ 26.417,72
	Publicidad	\$ 180,00	\$ 185,04	\$ 190,22	\$ 195,55	\$ 201,02
	Ventas	\$132.147,50	\$137.036,96	\$142.107,33	\$147.365,30	\$152.817,81

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.03 Inversiones

Toda empresa al iniciar sus actividades económicas, requiere de activos y de capital de trabajo. A continuación se describe los diferentes tipos de inversiones para el presente proyecto.



5.03.01 Inversión fija

Las inversiones de activos fijos de refiere a la compra de bienes tangibles como por ejemplo: terrenos, edificios, construcciones, vehículos, maquinaria, muebles y equipos de oficina.

5.03.01.02 Inversión de activos nominales

Los activos nominales o diferidos hacen referencia a la inversión de los intangibles (generalmente aspectos legales del cumplimiento obligatorio), como los gastos de constitución, rubro de los permisos, patentes, entre otros.

5.03.02 Capital de trabajo

Toda compañía para un normal funcionamiento, requiere de capital de trabajo que permita cubrir en el corto plazo, los diferentes gastos que siguieran. Dentro de este tipo de inversiones, se puede mencionar: costos de producción y ventas, costos operativos y los gastos administrativos y gastos de venta.

Tabla 61:

Cuadro de Inversiones

Concepto	Inversión		
	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos financiados
Activos fijos			
Terreno	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 0,00
Infraestructura	\$ 5.000,00	\$ 0,00	\$ 5.000,00
Vehículo	\$ 10.000,00	\$ 0,00	\$ 10.000,00
Maquinaria y equipos	\$ 4.339,00	\$ 4.339,00	\$ 0,00
Muebles y enseres	\$ 592,00	\$ 592,00	\$ 0,00
Equipo de computo	\$ 705,00	\$ 705,00	\$ 0,00
Equipo de oficina	\$ 55,50	\$ 55,50	\$ 0,00
Total de activos fijos	\$30.691,50	\$ 15.691,50	\$ 15.000,00
Activos diferidos			
Gasto de constitución	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 0,00
Total activos diferidos	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 0,00
Capital de trabajo			
Costos de producción	\$ 1.886,40	\$ 1.886,40	\$ 0,00
Gasto administrativos	\$ 1.288,67	\$ 1.288,67	\$ 0,00
Gasto de venta	\$ 105,00	\$ 105,00	\$ 0,00
Total de capital de trabajo	\$ 3.280,07	\$ 3.280,07	\$ 0,00
Total de la inversión	\$35.071,57	\$20.071,57	\$15.000,00
Participación	100,00%	57,23%	42,77%

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Como se muestra en la tabla anterior, podemos constatar que la inversión total será de \$ 40062,07 de la cual el 57,15% será de recursos propios mientras que el 42,85% será financiado a través de un préstamo.

5.03.04 Amortización de financiamiento

Tabla 62:

Amortización del Préstamo

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

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

Análisis.- El financiamiento se lo realizará por la suma de \$18168,00 a una tasa de interés del 11,83%, y la forma de pago será semestral durante 3 años.

5.03.04.01 Amortización del diferido

Tabla 63:

Amortización del Diferido

Concepto	Valor total	Vida del proyecto	Valor anual	Años amortizados	Amortización acumulada	Saldo
Gastos de constitución	\$ 1.100,00	5	\$ 220,00	5	\$ 1.100,00	\$ 0,00
Total			\$ 220,00		\$ 1.100,00	

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.03.05 Depreciaciones

Tabla 64:

Depreciaciones

Depreciaciones							
Activo	Valor de compra	Vida del proyecto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	\$ 10.000,00	5	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Maquinaria y equipos	\$ 4.339,00	5	\$ 867,80	\$ 867,80	\$ 867,80	\$ 867,80	\$ 867,80
Muebles y enseres	\$ 592,00	5	\$ 118,40	\$ 118,40	\$ 118,40	\$ 118,40	\$ 118,40
Equipo de Computación	\$ 705,00	3	\$ 235,00	\$ 235,00	\$ 235,00		
Equipo de oficina	\$ 55,50	5	\$ 11,10	\$ 11,10	\$ 11,10	\$ 11,10	\$ 11,10
Valor total			\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 2.997,30	\$ 2.997,30

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.03.06 Estado de Situación Inicial

Tabla 65:

Estado de Situación Inicial

Cali-Mermeladas		
Estado de Situación Inicial		
Activos		\$ 31.791,50
Activo corriente	\$ 0,00	
Bancos		
Activo fijo	\$ 30.691,50	
Maquinarias	\$ 4.339,00	
Muebles y enseres	\$ 592,00	
Equipo de computación	\$ 705,00	
Equipo de oficina	\$ 55,50	
Vehículo	\$ 10.000,00	
Terreno	\$ 10.000,00	
Infraestructura	\$ 5.000,00	
Activo diferido	\$ 1.100,00	
Gastos de constitución	\$ 1.100,00	
Pasivos		\$ 15.000,00
Pasivo corriente	\$ 15.000,00	
Préstamo bancario por pagar	\$ 15.000,00	
Patrimonio		\$ 16.791,50
Capital	\$ 16.791,50	
Total pasivo + patrimonio		\$ 31.791,50

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014



5.03.07 Estado de Resultados Proyectados

Baca Urbina, G. (2006) La finalidad del análisis del estado de resultados o también llamado de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos del efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta (pág. 181).

Tabla 66:

Estado de Resultados Proyectado

Descripción	2014 año base	Estado de resultado proyectado				
		2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS		\$132.147,50	\$137.036,96	\$142.107,33	\$147.365,30	\$152.817,81
- Costos de producción		\$ 88.098,34	\$ 91.357,97	\$ 94.738,22	\$ 98.243,53	\$101.878,54
= Utilidad bruta en ventas		\$ 44.049,17	\$ 45.678,99	\$ 47.369,11	\$ 49.121,77	\$ 50.939,27
- Gastos administrativos		\$ 16.642,29	\$ 17.108,28	\$ 17.587,31	\$ 18.079,75	\$ 18.585,99
- Gastos de venta		\$ 1.295,28	\$ 1.331,55	\$ 1.368,83	\$ 1.407,16	\$ 1.446,56
- Depreciaciones		\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 2.997,30	\$ 2.997,30
- Amortizaciones		\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
= Utilidad operacional		\$ 22.659,30	\$ 23.786,86	\$ 24.960,67	\$ 26.417,56	\$ 27.689,43
± 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.		\$ 22.659,30	\$ 23.786,86	\$ 24.960,67	\$ 26.417,56	\$ 27.689,43
- 15 % participación trabajadores		\$ 3.398,89	\$ 3.568,03	\$ 3.744,10	\$ 3.962,63	\$ 4.153,41
= Utilidad antes de impuestos		\$ 19.260,40	\$ 20.218,83	\$ 21.216,57	\$ 22.454,92	\$ 23.536,01
- 22 % Impuesto a la renta		\$ 4.237,29	\$ 4.448,14	\$ 4.667,65	\$ 4.940,08	\$ 5.177,92
= Utilidad neta del ejercicio		\$ 15.023,11	\$ 15.770,69	\$ 16.548,92	\$ 17.514,84	\$ 18.358,09

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.03.08 Flujo de Caja

Tabla 67:

Flujo de Caja Proyectado

Flujo de Caja Proyectada						
Descripción	2014 año base	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS		\$132.147,50	\$137.036,96	\$142.107,33	\$147.365,30	\$152.817,81
- Costos de producción		\$ 88.098,34	\$ 91.357,97	\$ 94.738,22	\$ 98.243,53	\$101.878,54
Utilidad bruta en ventas	=	\$ 44.049,17	\$ 45.678,99	\$ 47.369,11	\$ 49.121,77	\$ 50.939,27
- Gastos administrativos		\$ 16.642,29	\$ 17.108,28	\$ 17.587,31	\$ 18.079,75	\$ 18.585,99
- Gastos de venta		\$ 1.295,28	\$ 1.331,55	\$ 1.368,83	\$ 1.407,16	\$ 1.446,56
- Depreciaciones		\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 2.997,30	\$ 2.997,30
- Amortizaciones		\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
Utilidad operacional	=	\$ 22.659,30	\$ 23.786,86	\$ 24.960,67	\$ 26.417,56	\$ 27.689,43
± 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. 15 %	=	\$ 22.659,30	\$ 23.786,86	\$ 24.960,67	\$ 26.417,56	\$ 27.689,43
- participación trabajadores		\$ 3.398,89	\$ 3.568,03	\$ 3.744,10	\$ 3.962,63	\$ 4.153,41
Utilidad antes de impuestos	=	\$ 19.260,40	\$ 20.218,83	\$ 21.216,57	\$ 22.454,92	\$ 23.536,01
- 22 % Impuesto a la renta		\$ 4.237,29	\$ 4.448,14	\$ 4.667,65	\$ 4.940,08	\$ 5.177,92
Utilidad neta del ejercicio	=	\$ 15.023,11	\$ 15.770,69	\$ 16.548,92	\$ 17.514,84	\$ 18.358,09
+ Depreciaciones		\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 3.232,30	\$ 2.997,30	\$ 2.997,30
+ Amortizaciones		\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
- 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	-\$ 35.071,57					

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ARTESANAL, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADAS DE CHAMBURO (CHIHUALCÁN) AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

inicial						
- Capital de trabajo		- \$ 3.280,07				
= Flujo de caja del periodo		- \$ 53.351,64	\$ 18.475,41	\$ 19.222,99	\$ 20.001,22	\$ 20.732,14
			\$ 21.575,39			

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.04 Evaluación financiera

Después del estudio financiero se procederá a la evaluación financiera que permite conocer si el proyecto es viable y rentable en base a determinados indicadores financieros.

5.04.01 TMAR (Tasa de descuento)

La tasa de descuento es la suma de la tasa activa más la tasa pasiva.

Tabla 68:

Tasa de Descuento

TMAR	
Concepto	Porcentaje
Tasa activa	11,83%
Tasa pasiva	4,53%
TMAR	16,36%

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.04.02 VAN (Valor actual neto)

Baca Urbina, G (2006) señala que el VAN es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (pág. 221)

Tabla 69:

Valor Actual Neto

Cálculo del VAN	
Concepto	Valor
Tasa	16,36%
Inversión	-35071,57
2015	\$ 18.475,41
2016	\$ 19.222,99
2017	\$ 20.001,22
2018	\$ 20.732,14
2019	\$ 21.575,39
VAN	\$ 25.028,09

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

Análisis: como se puede observar, el proyecto en su vida útil tiene un valor actual neto de \$ 25.028,09 de una inversión de \$ 35.071,57 por lo tanto el indicador es aceptable.

5.04.03 TIR (Tasa interna de retorno)

Baca Urbina, G. (2006) afirma que la TIR es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Es la tasa de descuento por la cual en VAN es igual a cero (pág. 224)

Tabla 70:

Tasa Interna de Retorno

Cálculo de la TIR	
Concepto	Valor
Inversión	-\$ 35.071,57
2015	\$ 18.475,41
2016	\$ 19.222,99
2017	\$ 20.001,22
2018	\$ 20.732,14
2019	\$ 21.575,39
TIR	47,49%

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

Análisis.- Como se observa la TIR tiene un valor del 47,49% lo cual indica que el proyecto es viable, ya que está dentro de los parámetros establecidos.

5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión)

Como su nombre lo indica, determina el tiempo (años, meses y días) en el cual el inversionista recupera el valor invertido.

Tabla 71:

Período de Recuperación de la Inversión

Cálculo del período de recuperación de la inversión				
Años	Flujos de efectivo	Factor de actualización	Flujos actualizados	Flujos acumulados
2015	\$ 18.475,41	0,86	\$ 15.877,80	\$ 15.877,80
2016	\$ 19.222,99	0,74	\$ 14.197,55	\$ 30.075,36
2017	\$ 20.001,22	0,63	\$ 12.695,37	
2018	\$ 20.732,14	0,55	\$ 11.309,13	
2019	\$ 21.575,39	0,47	\$ 10.114,40	
Regla de tres				
	\$ 12.695,37	12		
	\$ 4.996,21	X	4,72	0,72
				22
La inversión se recupera en 2 años, 4 meses, 22 días.				

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.04.05 RBC (Relación costo beneficio)

Permite determinar la ganancia que el gestor del proyecto obtiene por cada dólar de inversión, es el resultado de la sumatoria de los flujos actualizados para el total invertido.

Tabla 72:

Relación Costo Beneficio

Años	Flujos
2015	\$ 15.877,80
2016	\$ 14.197,55
2017	\$ 12.695,37
2018	\$ 11.309,13
2019	\$ 10.114,40
Suma total	\$ 64.194,26
Ganancias por cada dólar	\$ 1,83

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

Análisis.- Como se observa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene de ganancia \$ 0,83 ctvs.

5.04.06 Punto de equilibrio

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Tabla 73:

Datos Iniciales del Punto de Equilibrio

Datos iniciales	
Precio Venta	\$ 1,95
Coste Unitario	\$ 1,30
Gastos Fijos Mes	1.596
Pto. Equilibrio	2.458 Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	4.789 \$ de Equilibrio

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

Tabla 74:

Datos para el Gráfico del Punto de Equilibrio

Datos para el gráfico				
Concepto		Pérdida	P.E.	Utilidad
Q Ventas	0	1.229	2.458	3.687
\$ Ventas	0	2.395	4.789	7.184
Costo Variable	0	1.596	3.193	4.789
Costo Fijo	1.596	1.596	1.596	1.596
Costo Total	1.596	3.193	4.789	6.386
Beneficio	-1.596	-798	0	798

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 2.458 unidades mes

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

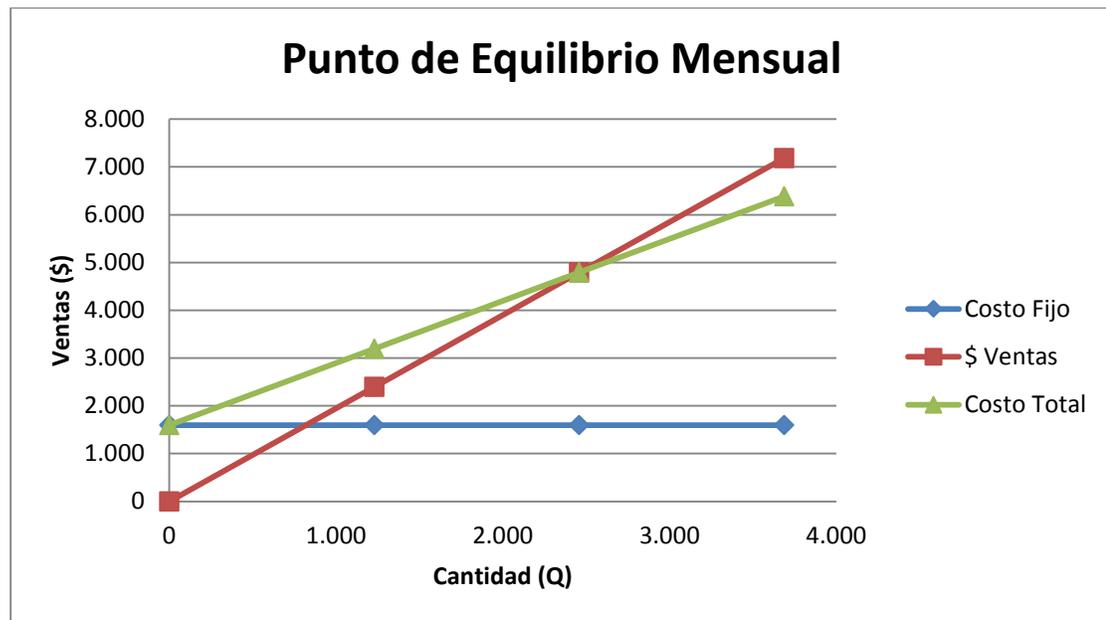


Figura 29: Punto de Equilibrio

Investigación de campo; Nathaly Calahorrano, 2014

5.05 Análisis de índices financieros

Baca Urbina, G. (2006) afirma que, este tipo de análisis no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no están relacionados en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa (pág. 232).

5.05.01 Razón de endeudamiento

Señala el grado de endeudamiento del activo total con recursos de terceros.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{15000}{31791,5}$$

$$\text{Endeudamiento} = 0,47$$

Análisis.- El grado de endeudamiento del activo total con recursos de terceros es del 47 %, el cual está dentro de los parámetros normales.

5.05.02 ROE (Rentabilidad del patrimonio)

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{15023,11}{16791,5}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = 0,89$$

Análisis.- la rentabilidad sobre el patrimonio es de un 89 %, lo que significa que el patrimonio en los próximos años crecerá.



5.05.03 ROA (Rentabilidad del activo)

Señala el grado de rentabilidad de los activos.

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{15023,11}{31791,5}$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = \mathbf{0,47}$$

Análisis.- El grado de rentabilidad sobre el activo es del 47% lo que significa que el activo genera una buena rentabilidad para la empresa.

5.05.04 ROI (Rentabilidad de la inversión)

Señala la rentabilidad sobre la inversión realizada por los accionistas o dueños de la empresa.

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = \frac{15023,11}{35071,57}$$

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = \mathbf{0,43}$$

Análisis.- La rentabilidad sobre la inversión es del 43 % y se encuentra dentro de los parámetros establecidos.

Capítulo VI Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

Cali- Mermeladas podría ocasionar problemas ambientales por contaminación del agua, del aire y 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 de la mermelada de chamburo es indispensable al 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 de mermeladas de chamburo 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 y manteniendo periódico 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.

Apaga tu ordenador cuando vayas a estar un rato sin trabajar con él.

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: una pérdida continua de agua puede desperdiciar unos 20 litros de agua al día.

- Gestión de residuos

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

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

Minimiza tu generación de residuos (reutiliza material oficina, compra productos que no tengan un gran embalaje, no utilices vasos o platos desechables, compra baterías recargables, 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 Cali-Mermeladas 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 de fortalecer el sector agrícola para el caso de los proveedores, y al sector artesanal, ofreciendo una diversidad de producción en el país, porque generar 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 de que los procesos no dañen el ambiente, con productos libres de fosfatos, cumpliendo con los estándares de calidad, garantizando el bienestar de todos los consumidores.

El uso de la mermelada no es exclusivo para las tostadas del desayuno o meriendas, pero en realidad este tipo de conservas tienen una amplia gama de aplicaciones en repostería: en rellenos, adornos, coberturas, salsas, etc. Igualmente en la actualidad es empleado en innovaciones culinarias, es decir, platos salados.

Además tenemos beneficios para la salud según la siguiente tabla de composición de alimentos, la composición de la pulpa (parte comestible) sin semillas que es el 45%, contiene en 100 gramos:

Tabla 75:

Composición de la Pulpa de Chamburo

Agua	93,5 gr
Proteínas	0,7 gr
Grasas	0,1 gr
Carbohidratos	3,9 gr
Fibra	1,2 gr
Cenizas	0,6 gr
Calcio	10 mg
Fosforo	11mg
Vitamina A	100 U.l.
Tiamina	0,02 mg
Riboflavina	0,03 mg
Niacina	0.6 mg
Ácido cítrico	70 mg
Calorías	16

(Villar, L 2006, pág.13)

Capítulo VII Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Después de haber el presente trabajo, siguiendo un orden cronológico y específico se ha llegado a la conclusión que la mermelada ha constituido uno de los productos de consumo de mayor aceptación en todos los estratos sociales y económicos, y que se puede construir una microempresa de mermelada, tomando en cuenta directrices y requerimientos de los potenciales consumidores.
- El estudio de mercado estableció cuatro ejes principales, demanda, oferta, precio y comercialización que permitieron conocer al consumidor y sus expectativas con respecto al producto, también permitió conocer los competidores potenciales e investigar un mercado mayor dentro de supermaxis, tiendas y distribuidores con esto la venta del producto puede alcanzar mayor rentabilidad.
- Financieramente se pudo determinar que la implementación del proyecto es viable y rentable de acuerdo a los resultados de los indicadores ya que se obtuvo un VAN de \$ 27.342.23 lo cual es aceptable, y el TIR del 50,13 %, el periodo de

recuperación de la inversión será de 2 años 3 meses 12 días, con una ganancia por dólar de \$ 0,91, lo cual indica que el proyecto se encuentra dentro de los parámetros rentables.

- De acuerdo a los impactos analizados ambiental con la aplicación de buenas prácticas ambientales y en lo económico, social y productivo, la microempresa es favorable para la sociedad, desarrollo del país y mejoramiento del sector

7.02 Recomendaciones

- La microempresa de mermelada debe estar concebida 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.
- Lograr 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 constantemente los procesos 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. Es importante considerar que los cálculos de este estudio, son estimaciones en base a la información correspondiente del periodo.



Bibliografía

Baca Urbina, G. (2006). Evaluación de proyectos. McGraw Hill/ Interamericana editores

S.A

Buenaventura, V. (2011). Finanzas internacionales.

Roger, D. Blackwell. (2002) Comportamiento del Consumidor. México: Thomson.

Díaz, V. (2005). Diseño y Elaboración de Cuestionarios para la Investigación

Comercial. ESIC.

E-conomic España. (2013). Obtenido de E-conomic España:

www.e-conomic.es/programa/glosario/definición-inflación

Guevara, J. (2013). Material de clases.

Ricera, J & López, M. (2012). Dirección de Marketing: Fundamentos y aplicaciones.

España: ESIC.

Murray, R. (2004). Teoría Elemental de Muestreo. México: Universidad Juárez

Autónoma de Tabasco.

Ruiz, A. (2004). Migración Oaxaqueña. Oaxaca.

Ñacato, H. (2000) Fruta Exótica no tradicional.

Villar, L. (2006) El Libro de las Frutas. RBA Libros S.A.

Linkgrafía

Diario Hoy. (2008). Obtenido de:



<http://www.hoy.com.ec/especiales/2008/ecuadorsi-2008/ecuadorsi27.html>.

Mapa del Norte de la Ciudad de Quito (2013) Obtenido de:

<http://www.in-quito.com/sectores-quito.php>

Población Económicamente activa. (2013). Obtenido de:

<http://www.eco-finanzas.com/diccionario/Población.economicamente-activa>.

Producto Interno Bruto. (noviembre 2013). Obtenido de:

<http://www.economía.com.mx/producto-interno-bruto>.

Técnicas de recolección de datos. (mayo 2012). Obtenido de:

<http://jorgegomez.blogspot.com/2011/05/tecnicas-de-recolección-de-información.html>.

Thompson, I. (2005) PromonegocioS.net. Obtenido de:

<http://www.promonegocio.net/publicidad/concepto-publicidad.html>.



ANEXOS



Anexo N° 1: Junta Nacional del Artesano

Requisitos de Calificación Artesanal Autónoma

- Solicitud de la Junta Nacional del Artesano de Defensa del Artesano.
- Costo del formulario \$60.
- Declaración Juramentada de tener de 6 a 8 años de experiencia.
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia del certificado de votación hasta los 65 años.
- Foto a color tamaño carnet actualizada.
- Tipo de sangre.

Requisitos de Calificación de Taller Artesanal

- Solicitud de la Junta Nacional de Artesano de Defensa del Artesano
- Costo del formulario \$ 25
- Copia del título artesanal.
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia del certificado de votación hasta los 65 años.
- Foto a color tamaño carnet actualizada.
- Tipo de sangre.
- Carnet Actualizado del gremio

Requisitos de Recalificación Del Taller Artesanal



-
- Solicitud de la Junta Nacional de Artesano de Defensa del Artesano
 - Costo del formulario \$ 20
 - Copia de la última calificación.
 - Copia de la cedula de identidad.
 - Copia del certificado de votación hasta los 65 años.
 - Foto a color tamaño carnet actualizada.
 - Tipo de sangre.
 - Carnet Actualizado del gremio

Anexo N° 2: Cámara Artesanal de Pichincha

Requisitos para afiliación a la Cámara del Artesano

- Ejercer la actividad artesanal del producto o servicio.
- Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación actualizado.
- Una foto tamaño carnet actualizada.
- Recibo de algún servicio básico.
- Cancelar el valor correspondiente a \$ 132 que equivale a una año y se desglosa de la siguiente manera:
 - \$ 66 de la afiliación.
 - \$ 28 Certificado de Artesano
 - \$ 38 Calificación Artesanal.



-
- En caso de renovación el costo es de \$ 75
 - La entrega del certificado dura aproximadamente de 2 a 3 días laborables.
 - La calificación se caduca en caso de cambio de domicilio.

En caso de no tener título de artesano se debe entregar

- Declaración juramentada de tener de 6 a 8 años de experiencia, esta puede ser emitida por un familiar, amigo o persona de entera confianza del artesano.
- Pago de los \$ 66 que forma parte de los \$ 132 dólares que es parte de los requisitos para la afiliación en la cámara.

Requisitos para la calificación en el MIC

- Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación actualizado.
- Copia del carnet de la afiliación.
- Llenar el formulario del MIC.
- Cancelar el valor correspondiente al llenado del formulario y seguimiento de trámite.
- Certificado de salud y permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública (para el sector alimenticio, cosmetología y belleza).

Calificación del Artesano y del Taller

La Cámara Artesanal le otorga un certificado acreditándole como persona artesanal, en la actividad que realice. La Cámara acredita o tramita el acuerdo ministerial en el MIPRO con el cual el artesano puede abrir su local y sacar sus facturas como artesano.



La Junta Nacional del Artesano le otorga el título de artesano siempre y cuando siga el curso de 2 años 9 meses, con un costo de \$ 600 dólares, el mismo que tiene que ser renovado cada tres años.

Anexo N° 3: RUC

Personas Naturales

- Presentar el original y copia de la cedula de identidad y certificado de votación actualizada.
- Copia de un servicio básico don de certifique la dirección del local donde se va a desarrollar las actividades.
- En caso de ser artesano la copia de la calificación artesanal.

Anexo N° 4: Patente Municipal

Requisitos para Personas Naturales

- Formulario de la inscripción de la Patente.
- Ruc (original y copia)
- Original y copia de la cedula de identidad y certificado de votación actualizado.
- Copia del pago del impuesto predial de donde funcionara el negocio.
- Calificación artesanal.

Anexo N° 5: Uso del Suelo

Requisitos

- Formulario de inscripción de regulación metropolitana.



-
- Copia de la cedula de identidad y certificado de votación actualizado.
 - Pago del impuesto predial.

Anexo N° 6: Licencia Metropolitana de Funcionamiento.

Requisitos

- Llenar el formulario con datos requeridos son nombre o razón social del establecimiento y su nombre comercial.
- Registrar los números de predio, la patente actual y del RUC.
- Copia de la cedula de identidad y certificado de votación actualizado.