



TECNOLOGICO SUPERIOR
“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA
MICRO EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN
DE MERMELADAS CON SABORES NO TRADICIONALES Y ENDULZANTE
NATURAL APLICADO A LA MATRIZ PRODUCTIVA, UBICADA EN EL
CENTRO HISTORICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016

Proyecto De Investigación Previo A La Obtención Del Título De Tecnólogo

En Administración Bancaria y financiera

Autora: Alomoto Pallasco Ana Belén

Tutor: Dr. Roberto López

Quito, Enero 2016

DECLARATORIA

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

Ana Belen Alomoto Pallasco

CI 172500885-6

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo **Ana Belen Alomoto Pallasco** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172500885-6 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “Administración Bancaria y Financiera” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

Ana Belen Alomoto Pallasco

CI 172500885-6

Quito, a los 16 días del mes de Enero 2016

AGRADECIMIENTO

Mi más amplio agradecimiento al ITSCO por darme la oportunidad de concluir una etapa más de mi vida, a mi familia por hacer posible mis metas con su apoyo incondicional, a mi tutor Ing. Luis López por su valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso del desarrollo del proyecto, en favor de la culminación de la carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.

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

Ana Belen Alomoto Pallasco

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis Padres quienes me animaron a culminar mi carrera, porque creyeron en mí, porque siempre me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque gracias a ellos, hoy puedo ver alcanzado mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome y dándome ánimos en los momentos más difíciles de mi carrera.

A Dios, por siempre estar conmigo, guiándome en todo momento y a ser día a día perseverante y lograr los objetivos alcanzados.

INDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	ii
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
INDICE GENERAL.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvii
CAPITULO I.....	1
1.01 INDRODUCCION.....	1
1.02 JUSTIFICACION.	2
1.03 ANTECEDENDES.	5
CAPITULO II	8
2.01 ANALISIS SITUACIONAL.....	8
2.01.01 Entorno Externo.	8
2.01.01.01 Factor Económico.	9
2.01.01.01.01 PIB.	9
2.01.01.01.01.01 PIB sectorial.	11
2.01.01.01.02 Inflación.	12
2.01.01.01.03 Tasas de interés.	13
2.01.01.01.03.01 Tasa Activa.....	13
2.01.01.01.03.02 Tasa Pasiva.....	14
2.01.01.01.04 Balanza Comercial.	15
2.01.01.01.05 Riesgo País.	17
2.01.01.02 Factor Social.....	18
2.01.01.02.01 Población.....	18
2.01.01.02.01.01 Población Económicamente Activa.	19
2.01.01.02.02 Desempleo.....	20
2.01.01.02.03 Cultura.....	22
2.01.01.03 Factor político.	24

2.01.01.04 Factor Legal	24
2.01.01.04.01 RUC	25
2.01.01.04.02 PATENTE MUNICIPAL.....	26
2.01.01.04.03 IEES REGISTRO COMO EMPLEADOR.....	26
2.01.01.04.04 LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas).....	27
2.01.01.04.05 PERMISO BOMBEROS	28
2.01.01.05 Factor Tecnológico.....	29
2.01.02 Entorno Local.....	29
2.01.02.01 Clientes.....	30
2.01.02.02 Proveedores.....	31
2.01.02.03 Competidores	32
2.01.03 Análisis interno.....	32
2.01.03.01 Propuesta estratégica.....	33
2.01.03.01.01 Misión.....	33
2.01.03.01.02 Visión.....	33
2.01.03.01.03 Objetivos	34
2.01.03.01.03.01 Objetivo General.....	34
2.01.03.01.03.02 Objetivo Específico.....	34
2.01.03.01.04 Principios y Valores.....	35
2.01.03.01.04.01 Principios.....	35
2.01.03.01.04.02 Valores.....	36
2.01.03.02 Gestión Administrativa	37
2.01.03.02.01 Planificación.....	37
2.01.03.02.02 Organización.....	38
2.01.03.02.02.01 Organigrama Estructural.....	38
2.01.03.02.02.02 Manual de Funciones.....	39
2.01.03.02.03 Dirección.....	40
2.01.03.02.04 Control	41
2.01.03.03 Gestión Operativa.....	41
2.01.03.04 Gestión Comercial.....	43
2.01.03.04.01 Marketing Mix	43

2.01.03.04.01.01 Producto	43
2.01.03.04.01.02 Precio	43
2.01.03.04.01.03 Plaza	44
2.01.03.04.01.04 Promoción	44
2.01.03.01.04.01 Logotipo.....	45
2.01.03.01.04.02 Slogan.....	46
2.01.03.01.04.03 Tarjeta de presentación	46
2.01.03.01.04.04 Triptico.....	47
2.01.03.01.04.05 Pagina web	48
2.01.04 Análisis FODA.....	48
CAPITULO III.....	50
3.01 Estudio de Mercado.....	50
3.01.01 Análisis de consumidor.....	50
3.01.02 Determinación de la población y la muestra.....	52
3.01.02.01 Población.....	52
3.02.01.02 Muestra.....	53
3.01.03 Técnicas para la obtención de información.....	55
3.01.03.01 Encuesta	57
3.01.02 Análisis de la información	59
3.01.04.01 Resultados de la encuesta.....	59
3.01.05 Demanda.....	70
3.01.05.01 Demanda Histórica.....	70
3.01.05.02 Demanda Actual.....	70
3.01.05.03 Demanda proyectada.....	72
3.01.06 Oferta.....	72
3.01.06.01 Oferta Histórica.....	73
3.01.06.02 Oferta Actual.....	73
3.01.06.03 Oferta proyectada.....	73
3.01.07 Productos sustitutos.....	74
3.01.08 Balance Oferta- Demanda.....	74
3.01.08.01 Balance Actual	75

3.01.08.02 Balance proyectado	75
CAPITULO IV	76
4.01 Estudio Técnico.....	76
4.01.01 Tamaño del proyecto.....	77
4.01.01.01 Maquinaria y Herramienta requerido	77
4.01.01.02 Muebles y enseres	78
4.01.01.02 Mano de obra.....	78
4.01.01.04 Equipo de computación.....	79
4.01.01.05 Equipo de oficina	80
4.01.02 Variables de viabilidad.....	80
4.01.03.01 Distribución de la Planta	82
4.01.03.02 Matriz SLP (Systematic Layout Planning)	82
4.01.04 Capacidad máxima de producción del proyecto.	84
4.01.05 Localización del proyecto.	84
4.01.05.01 Factores generales de localización.....	85
4.01.05.02 Macro localización.	86
4.01.05.03 Micro localización.....	87
4.01.06 Ingeniería del proyecto.....	89
4.6.1 Descripción de las instalaciones del proyecto.....	89
4.01.06.02 Plano del negocio	90
4.01.07 Diagrama de flujo del proceso de producción.	91
4.01.07.01 Simbología	91
4.7.2 Flujo grama del proceso	92
4.01.07.03 Descripción de actividades.....	93
4.01.08 Determinación de la maquinaria y equipo.	94
4.01.02 Cuantificación de variables.....	95
CAPITULO V	96
5.01 Ingresos operacionales.	96
5.02 Ingresos no operacionales.	98
5.03 Costos.....	98
5.030.1 Costo directo	99

5.030.2 Costos Indirectos	100
5.3.3 Gastos Administrativos	101
5.03.04 Gasto de ventas	101
5.03.05 Gastos financieros	102
5.03.06 Costos fijos y variables	102
5.04 Inversiones	104
5.04.01 Inversión Fija	104
5.04.01.01 Activos fijos	104
5.04.01.02 Activos Nominales (Diferidos)	106
5.04.01.03 Capital de trabajo	106
5.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.	107
5.06 Amortización de Financiamiento y uso de fondos.	108
5.2.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)	109
5.08 Estado de Situación Inicial.....	110
5.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).....	111
5.10 Flujo de Caja	112
5.11 Evaluación.....	112
5.11.01 Tasa de descuento	113
5.11.02 VAN	114
5.11.03 TIR	115
5.11.04 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	115
5.11.05 RCB (Relación costo beneficio).....	117
5.11.06 Punto de equilibrio	118
5.12 Análisis de índices Financieros	124
5.12.01 ROE (Rendimiento sobre el patrimonio)	124
6.01 Análisis de impactos	126
6.01.01 Impacto Ambiental.....	126
6.01.02 Impacto Económico	126
6.01.03 Impacto productivo	127
6.4 Impacto Social.....	127
CAPITULO VII	128

7.01 Conclusiones	128
7.02 Recomendaciones.....	129
Bibliografías	130

Índice de Tablas

Tabla 1 Producto Interno Bruto	10
Tabla 2 Inflación	12
Tabla 3 Tasas de interés activas	13
Tabla 4 Tasa de interés pasiva	15
Tabla 5 Balanza comercial	16
Tabla 6 Riesgo País	17
Tabla 7 PEA	19
Tabla 8 Desempleo.....	21
Tabla 9 Clientes.....	30
Tabla 10 Proveedores.....	31
Tabla 11 Competidores	32
Tabla 12 Planificación.....	38
Tabla 13 oportunidades	48
Tabla 14 Amenazas	49
Tabla 15 Análisis de consumidor.....	51
Tabla 16 Población centro histórico.....	52
Tabla 17 turistas Centro Histórico de Quito	52
Tabla 18 población de barrios aledaños	53
Tabla 19 Población Total	53
Tabla 20 Género.....	59
Tabla 21 Edad	60
Tabla 22 Nivel de ingresos.....	61
Tabla 23 Pregunta 1	62
Tabla 24 Pregunta 2	63
Tabla 25 Pregunta 3	64
Tabla 26 Pregunta 4	65
Tabla 27 Pregunta 5	66
Tabla 28 Pregunta 6	67
Tabla 29 Pregunta 7	68
Tabla 30 Pregunta 8	69
Tabla 31 Demanda Actual.....	71

Tabla 32 Demanda proyectada.....	72
Tabla 33 Oferta Actual.....	73
Tabla 34 Oferta proyectada.....	74
Tabla 35 Productos sustitutos	74
Tabla 36 Balance Actual	75
Tabla 37 Balance proyectado	75
Tabla 38 Maquinaria y Herramienta requerido	77
Tabla 39 Muebles y enseres	78
Tabla 40 Mano de obra	79
Tabla 41 Equipo de computación.....	79
Tabla 42 Equipo de oficina	80
Tabla 43 Variables de viabilidad.....	80
Tabla 44 Capacidad máxima de producción del proyecto	84
Tabla 45 Factores generales de localización	85
Tabla 46 Factores generales de localización	86
Tabla 47 Factores generales de localización	86
Tabla 48 Micro localización.....	87
Tabla 49 Simbología	91
Tabla 50 Determinación de la maquinaria y equipo	94
Tabla 51 Cuantificación de variables	95
Tabla 52 Ingresos operacionales	97
Tabla 53 Ingresos operacionales	97
Tabla 54 Ingresos operacionales	98
Tabla 55 MOD	99
Tabla 56 MOD	99
Tabla 57 MPD mermelada 1	99
Tabla 58 MPD mermelada 2	100
Tabla 59 MPD mermelada 3	100
Tabla 60 costos indirectos.....	100
Tabla 61 Gastos Administrativos	101
Tabla 62 Gasto de ventas	101
Tabla 63 Gastos financieros	102
Tabla 64 Costos fijos y variables mermelada 1	103
Tabla 65 Costos fijos y variables mermelada 2	103
Tabla 66 Costos fijos y variables mermelada 3	103
Tabla 67 Activos fijos	105
Tabla 68 capital de trabajo	106
Tabla 69 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.	107
Tabla 70 Amortización de Financiamiento y uso de fondos.....	108
Tabla 71 Depreciaciones	109
Tabla 72 Estado de Situación Inicial.....	110

Tabla 73 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).....	111
Tabla 74 Flujo de Caja	112
Tabla 75 Tasa de descuento	113
Tabla 76 VAN.....	114
Tabla 77 TIR	115
Tabla 78 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	116
Tabla 79 PRI	116
Tabla 80 PRVC	116
Tabla 81 PRVA.....	117
Tabla 82 RCB.....	117
Tabla 83 Punto de equilibrio 1	118
Tabla 84 Punto de equilibrio 2	120
Tabla 85 Punto de equilibrio3	122

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 Producto Interno Bruto	10
Grafico 2 PIB SECTORIAL	11
Grafico 3 Inflación	12
Grafico 4 Balanza comercial.....	16
Grafico 5 Riesgo País.....	17
Grafico 6 Población.....	18
Grafico 7 PEA.....	20
Grafico 8 Tasa de Desempleo	22
Grafico 9 Organigrama Estructural.....	39
Grafico 10 Gestión Operativa	42
Grafico 11 Logotipo mermelada 1	45
Grafico 12 Logotipo mermelada 2	45
Grafico 13 Logotipo mermelada 3	46
Grafico 14 Tarjeta de presentación	46
Grafico 15 Tarjeta de presentación Frontal.....	47
Grafico 16 Tarjeta de presentación Inferior	47
Grafico 17 Pagina web	48
Grafico 18 Género.....	59
Grafico 19 Edad	60
Grafico 20 Nivel de ingresos.....	61
Grafico 21 Pregunta 1	62
Grafico 22 Pregunta 2	63

Grafico 23 Pregunta 3	64
Grafico 24 Pregunta 4	65
Grafico 25 Pregunta 5	66
Grafico 26 Pregunta 6	67
Grafico 27 Pregunta 7	68
Grafico 28 Pregunta 8	69
Grafico 29 Matriz SLP	83
Grafico 30 Grados y Razones de cercanía.....	83
Grafico 31 Factores generales de localización.....	85
Grafico 32 Macro localización.....	87
Grafico 33 Micro localización	88
Grafico 34 Fotografía fachada	88
Grafico 35 Plano del negocio.....	90
Grafico 36 Flujo grama del proceso.....	92
Grafico 37 Punto de equilibrio 1	119
Grafico 38 Punto de equilibrio 2.....	121
Grafico 39 Punto de equilibrio3.....	123

RESUMEN EJECUTIVO

MERMELGOOD es una microempresa que se dedicará a la fabricación y comercialización de mermeladas no tradicionales su forma de constitución será como persona natural no obligada a llevar contabilidad por no cumplir con la base propuesta por el S.R.I. Se encontrara ubicada en el Centro Histórico del Distrito metropolitano de Quito.

La presente investigación recopila la información necesaria para analizar la factibilidad del proyecto, realizando un diagnostico situacional del macro y microambiente. Mediante un estudio de mercado, aplicando la técnica de la encuesta que nos permitió un análisis acerca de los clientes, el producto, el precio, aceptación del producto y el grado de satisfacción que tiene la competencia en el mercado. Sin olvidar la oferta y demanda actual y proyectada del campo de aplicación del proyecto.

Se obtiene la información y evaluación financiera en donde se muestra al proyecto rentable y en qué medida las ventas se proyectan en los próximos años y el periodo de recuperación de la inversión inicial utilizando herramientas como VAN, TIR, TMAR que permiten evaluar financieramente el proyecto.

Se determina el análisis de impactos, con el fin de saber la magnitud de afecta o beneficia la puesta en marcha del proyecto tanto en los ámbitos: social, económico, productivo y ambiental, buscando alternativas o estrategias para obtener resultados positivos.

ABSTRACT

MERMELGOOD is a small business that will be dedicated to the manufacture and marketing of non-traditional jams its form of constitution will be as a natural person is not obliged to keep accounts for not complying with the basis proposed by the S.R.I. It is found located in the historic center of the Metropolitan District of Quito.

The present investigation collects the information necessary to analyze the feasibility of the project, making a situational diagnosis of the macro and microenvironment. Through a market study, applying the technique of the survey that allowed us to an analysis about the customers, the product, price, acceptance of the product and the degree of satisfaction that has the competition in the market. Without forgetting the offer and existing and projected demand of the field of application of the draft.

You get the information and financial evaluation where shown to economical project and the extent to which sales are projected in the coming years and the period of recovery of the initial investment using tools such as van, TIR, take that allow to evaluate financially the project.

Determines the analysis of impacts in order to know the magnitude of affects or benefit the implementation of the project both in the fields: social, economic, productive and environmental, seeking alternatives or strategies to obtain positive results.

CAPITULO I

1.01 INTRODUCCION.

Este proyecto se basa en la propuesta para la creación de una mermelada, un producto novedoso que aporta a la alimentación de diferentes personas que conforman el hogar.

El estudio que se llevara a cabo radica en determinar la factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de mermeladas con sabores no tradicionales y endulzante stevia ubicado en el centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito.

La elaboración de mermeladas es una actividad que por mucho tiempo ha venido acompañando a amas de casa que junto a sus habilidades han logrado desarrollarse en su hogar y sobre todo económicamente.

Hoy en día las personas tienen la responsabilidad difícil de emprender o iniciar con un negocio debido a que el país cruza por una grave crisis económica.

Los productos serán totalmente naturales ya que sus componentes principales serán la alfalfa; el sangorache, el higo, frutas exóticas y stevia con el afán de cuidar de los consumidores.

En el desarrollo del proyecto se realizara un estudio de mercado, con el cual se pretende determinar las principales necesidades del mercado objetivo y a la vez establecer valores referentes a la oferta y demanda de productos, niveles de aceptación, precios, producto, competidores y frecuencia de compra.

Se efectuará un estudio técnico el cual reflejara la capacidad instalada, la capacidad óptima, capacidad de producción, recursos disponibles, factores de localización y descripción de procesos productivos.

Al mismo tiempo se llevara a cabo el análisis financiero de los índices de evaluación financiera como son: el VAN, TIR, TMAR, Relación Costo Beneficio, Periodo de Recuperación de Inversión. De esta manera lograr determinar si el proyecto es viable o no.

1.02 JUSTIFICACION.

En el Ecuador el consumo de mermeladas ha disminuido debido a que son perjudiciales para la salud de las personas; ya que contienen excesivas cantidades de azúcar y aditivos químicos; y las que obtienen estándares de calidad tienen mayor costo de adquisición, y no están al alcance del bolsillo del consumidor.

Con este proyecto se beneficiaran personas con enfermedades de altos niveles de azúcar, personas que deseen cuidar su aspecto físico y sobre todo su salud.

También el proyecto está orientado a generar fuentes de empleo y de esta manera erradicar el desempleo del país, ya que se encuentra enfocado al Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017 objetivo N° 10: impulsar la transformación de la matriz productiva que fomentan las nuevas industrias e impulsan a empresas a crear nuevos sectores que ofrezcan productividad, que sean sostenibles y a su vez competitivos; de esta manera contribuir al programa del gobierno que busca obtener cambios de estructura productiva para diversificar la economía, y por supuesto consumir productos ecuatorianos y tratar de eliminar las exportaciones de cualquier bien .

Con este proyecto se busca lograr determinar nuestros clientes y competencias potenciales, para crear formas de comercializar, buscando líneas de distribución, tanto directa o indirecta con el cliente.

En el Ecuador la producción y comercialización no se ha difundido a nivel potencial debido a que la mayoría de empresas productoras adquieren la materia prima, la transforman en producto terminado y los venden a empresas comerciales para que las mismas lo pongan a la venta directa con el cliente; lo cual representa una pérdida para los productores y para el consumidor ya que los costos serán más altos; por esta razón este proyecto representa una fuente alternativa de competencia ya que no solo se producirá si no también se comercializara; además de permitir resultados a corto ,mediano y largo plazo porque se cuenta con el capital y el recurso

humano lo que asegura que el proyecto podrá ser manejado de la mejor manera para que en un futuro llegue a ser sustentable y con una rentabilidad alta.

La ubicación en donde se va a ejecutar el presente proyecto fue escogido en base al aumento poblacional que existe en el sector y a la vez a cercanía y accesibilidad con los clientes y proveedores. Su localización se encuentra ubicada en el centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito.

A su vez el Ecuador cuenta con una gran diversidad de productos tanto en la sierra, costa y oriente que se pueden adquirir con facilidad y ayudaran a la realización del proyecto para obtener mayor cantidad de diversificación del producto; lo que generara ingresos económicos tanto para la microempresa y para los campesinos productores de la materia prima.

La idea de este proyecto surge de la necesidad de ofrecer a personas la posibilidad de adquirir un producto innovador y con altos niveles de cuidado alimenticio y liberarse de los productos inadecuados que ofrece actualmente el mercado.

El producto estará disponible para cualquier tipo de consumidor debido que el producto contiene ingredientes que no afectan en lo más mínimo posible, al contrario brinda varios beneficios porque sus principales ingredientes son saludables.

El producto que se ofrecerá, es igual o mejor que los existentes en el mercado; por lo que se realizara una comparación pertinente para determinar los costos más

accesibles del mercado debido a que la competencia existente en el país es muy elevada.

1.03 ANTECEDENTES.

El origen de las mermeladas proviene de hace siglos atrás en el medio oriente. Los árabes lo habían traído del país de Asia. *“Fue creada por el médico de María, Reina de Francia, en 1561, quien mezcló pulpa de naranjas con azúcar molida para aliviar los mareos de la Reina en sus viajes por barco”* (Enriquez, 2014).

En los pueblos antiguos no existía la tecnología y maquinaria suficiente para crear medicinas para los enfermos, por eso mezclaban todo tipo de hierbas, hortalizas y frutas para encontrar una sustancia que mejore su salud; de esta manera se logró descubrir la mermelada y se la realizaba de las frutas más conocidas y exóticas de ese tiempo.

Las mermeladas se han utilizado con mayor volumen hace más de 400 años ya que durante el siglo XXII se tomó mayor importancia a este producto, se empezó a diversificar compuestos y lo elaboraban expertos de cocina usando técnicas diferentes para su fabricación.

La sociedad no imagina la variedad de productos que puede realizar con el alfalfa, sangorache y el higo ya que cubren dolencias del ser humano porque médicos confirman que generan extensos beneficios.

La alfalfa es una planta comestible tanto para personas como animales y es considerada como un nutriente para las tierras además de mejorar la calidad de suelo,

puede ser cultivada en cualquier tipo de terreno con climas secos o templados, es de gran ayuda para las personas que sufren de enfermedades cardiacas, personas con diabetes, con colesterol, promueven la desintoxicación, incluso ayuda a mejorar el ánimo de las personas y es muy recomendado en la sociedad porque contiene varios beneficios.

La explotación de la naranja es muy alta debido a que es utilizada para varias actividades y es cultivado a mayor escala en Brasil, Estados Unidos y España.

Su composición es nutritiva porque interviene en la formación de huesos y dientes, ayuda a la producción de glóbulos rojos y blancos, y contiene minerales que mejoran la actividad muscular normal, y el funcionamiento del intestino.

El sangorache es una planta que en su mayor parte es producida en la sierra ecuatoriana; es y fue utilizada como un ingrediente de alimentos y medicina ya que contiene varios nutrientes, proteínas, calcio, fibra y potasio que ayudan a prevenir enfermedades cardiacas y de temperatura.

La frutilla es la fruta más exótica del planeta porque es utilizada en todo tipo del ámbito gastronómico; aunque no es de origen natural, ya que fue producida en una planta chilena, pero contiene muchos beneficios porque favorece al metabolismo y disminuye niveles de azúcar, es capaz de curar el cáncer ya que contienen vitamina C ayudando a la creación de glóbulos blancos.

El higo es uno de los frutos más consumidos por el ser humano, antiguamente se utilizaba con dieta alimenticia y era considerada como un símbolo de fertilidad, abundancia y buena suerte; es una fruta saludable y contiene propiedades

medicinales que ayudan a controlar el peso, el estreñimiento, la presión arterial y el organismo.

La manzana se produce con mayor frecuencia en los países de Europa, Estados Unidos, Turquía y China. Es consumida por la mayoría de personas debido a su exquisito sabor, sus nutrientes y beneficios, es por esto que es la fruta preferida de niños y adultos, reduce los niveles de colesterol y glucosa en la sangre, activa funciones cerebrales y cura varias dolencias.

La realización de mermeladas es conocida como un arte que toda persona puede acceder ya que es sencillo de realizar y se puede combinar varios productos según los gustos y preferencia que se desee.

Hoy por hoy las personas están dispuestas a consumir productos que generen beneficios para su salud, razón por la cual es potencialmente favorable realizarlo, informándose de los compuestos nutritivos que contiene cada uno; para crear una mermelada de nuevas combinaciones y que no existan en el mercado actual.

La producción de mermeladas ha sido de mucha importancia para la gastronomía y ha servido de acompañamiento en cualquier comida especialmente en los desayunos de varios hogares del país, ya que son consumidas por personas de cualquier edad.

En algunas ocasiones la producción de mermeladas ha logrado ser una fuente de ingresos para algunas familias que se dedican a su venta, sin embargo existen pocos proyectos de comercialización debido a que la mayoría de sus productores los venden mediante intermediarios lo cual causa un alto nivel de explotación laboral.

CAPITULO II

2.01 ANALISIS SITUACIONAL.

“El análisis situacional nos permite ver el contexto actual de la empresa, ya que se considera datos pasados, presentes y futuros proporcionando una base para seguir el proceso de la planificación estratégica.” (Jeffer, 2012)

Estudia con mayor profundidad factores internos y externos que afectan a la empresa y a su posición en el mercado.

Estos factores ayudaran a reunir información de la empresa, verificar su factibilidad y de esta manera tomar decisiones correctas.

2.01.01 Entorno Externo.

El entorno externo es un factor que no se encuentra vinculado con la empresa pero influyen en su desenvolvimiento; ya que son difíciles de controlar.

Es importante analizarlos para saber qué cambios se pueden presentar en un futuro y de esta manera lograr aprovechar las oportunidades, y tomar medidas ante futuras amenazas.

2.01.01.01 Factor Económico.

Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas. (Alberto, 2012)

Los factores económicos se relacionan directamente con la sociedad debido que de ellos depende su crecimiento o reducción ya que la economía puede incrementar o reducir de acuerdo a la cantidad de trabajo que se realice y su capacidad de utilizar sus recursos para satisfacer necesidades de personas y con ello lograr que exista oferta y demanda en el mercado.

2.01.01.01.01 PIB.

“Producto Interno Bruto es el valor del output (producción) final de todos los bienes (productos y servicios) producidos internamente en una economía durante un determinado período de tiempo (generalmente un año).” (Paulo, 2015)

Es un indicador que muestra en valores monetarios la cantidad de bienes y servicios que se han generado en el mercado dentro de un territorio o país en un lapso de tiempo; establece el reparto equitativo de la riqueza y la evolución económica de un país.

También ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios indicándonos la capacidad de competencia de las empresas.

Tabla 1 Producto Interno Bruto

PIB	
AÑO	% ANUAL
2015	0,3
2014	3,7
2013	4,6
2012	5,6

Fuente: Banco Central del Ecuador

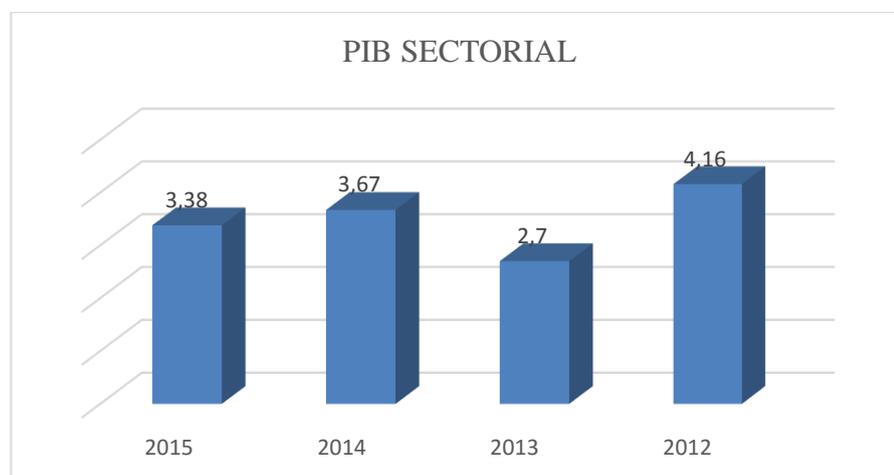


Grafico 1 Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

El producto interno bruto, influye en todo el proyecto ya que el cambio de la matriz productiva apunta y da prioridad a la producción interna. Este sector ha obtenido una reducción lo cual representa una amenaza de carácter medio sin embargo con el presente proyecto se espera contribuir con su crecimiento y la integración social ya que se estima crear fuentes de empleo para que de esta manera

se logre aportar a la reducción del desempleo y generar rentabilidad para contribuir al cumplimiento del plan nacional del buen vivir y al desarrollo económico del país.

2.01.01.01.01.01 PIB sectorial.

El PIB sectorial se refiere a la cantidad de bienes y servicios producidos en los diferentes sectores existentes en el Ecuador como son: manufacturera, petróleo y minas, comercio, construcción, agrícola, enseñanza, otros servicios, la administración pública, actividades profesionales y el transporte.



Grafico 2 PIB SECTORIAL

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Como se puede observar en el gráfico, Mermelgood se encuentra en la sección de Manufactura la cual abarca todos los productos procesados con un porcentaje del 3,08 lo cual es una oportunidad de carácter alto para el proyecto ya que el sector tiene tendencia de seguir creciendo.

2.01.01.01.02 Inflación.

“Es el aumento sostenido y generalizado de los precios de los bienes y servicios de una economía a lo largo del tiempo.” (Banco de Mexico, 2012)

Tabla 2 Inflación

INFLACION	
AÑO	% ANUAL
2015	3,38
2014	3,67
2013	2,7
2012	4,16

Fuente: Instituto nacional de estadística y censos



Grafico 3 Inflación

Fuente: Instituto nacional de estadística y censos

Análisis

En los últimos años la inflación del Ecuador ha obtenido una variación ya que año a año ha aumentado y disminuido aunque dichas variaciones no han sido altas en el año 2015 ha reducido un 0,29%; lo cual representa una amenaza de carácter alto debido a que los precios de la materia prima sufrirán grandes alzas por lo cual la microempresa tiene que diversificar proveedores y no depender de uno solo verificando la cantidad y calidad de cada uno de los insumos.

2.01.01.01.03 Tasas de interés.

“La tasa de interés es el porcentaje adicional que se paga por el uso del dinero, generalmente para un período de un año.” (Superintendencia del sistema financiero El salvador, 2013)

Las tasas de interés representan al precio del dinero que se genera al momento de pagar o cobrar un monto específico por un crédito o un préstamo realizado por una empresa o una organización.

2.01.01.01.03.01 Tasa Activa.

“Es la tasa que se paga a las entidades financieras al recibir un préstamo, la cual puede ser nominal o efectiva.” (Superintendencia del sistema financiero El salvador, 2013)

La tasa activa se genera al momento que una entidad o persona adquiere un crédito de una institución financiera con la responsabilidad de pagar el monto y adicionalmente un interés por el dinero obtenido.

Tabla 3 Tasas de interés activas

TASA DE INTERES ACTIVA PARA PYMES		
AÑO	TASA REFERENCIAL	TASA MAXIMA
2016	11,82	11,83
2015	10,28	11,83
2014	11,2	11,83
2013	11,2	11,83

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

La presente tabla muestra las diferentes tasas de interés activas por lo que se determina que el sector crediticio en donde se encuentra ubicado la microempresa es el productivo PYMES el cual tiene una tasa referencial de 11,82 y una tasa máxima de 11,83 lo cual es una amenaza de impacto alto ya que el porcentaje de interés es elevado para adquirir un crédito; y Mermelgood necesita financiamiento para su actividad.

2.01.01.01.030.2 Tasa Pasiva.

“Es la tasa de interés que las entidades financieras paga a los depositantes por sus ahorros. Estas varían dependiendo del plazo y tipo de depósito: depósitos a la vista, depósitos de ahorro a plazo y depósito a plazo fijo” (Superintendencia del sistema financiero El salvador, 2013)

Es una tasa que la entidad financiera cancela por mantener una cantidad de dinero dentro de la institución; generalmente las empresas realizan este tipo de inversión al momento de generar un monto de dinero importante y lo depositan a plazo fijo para obtener mayor ganancia hasta que llegue el momento de reinvertir.

Tabla 4 Tasa de interés pasiva

TASA DE INTERES PASIVA PARA PYMES DEPOSITOS DE AHORRO		
AÑO	CORTO PLAZO	LARGO PLAZO(30-60)
2016	1,28	5,1
2015	0,87	4,54
2014	1,41	3,89
2013	1,41	3,89

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

La tasa de interés pasiva es inferior a la tasa de interés activa, lo que representa una oportunidad de carácter bajo ya que al inyectar nuestro capital a una entidad financiera lograremos rendimientos económicos bajos; lo que nos indica que es mejor invertir el capital en nuevos proyectos dentro de la microempresa.

2.01.01.01.04 Balanza Comercial.

“Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones.”

(PRO ECUADOR, 2013)

Es un registro el cual refleja las importaciones y exportaciones que se ha realizado en un país; cuando existe mayor exportaciones es un beneficio ya que representa para el país un superávit mientras que si existe mayor número de importaciones será un déficit.

Tabla 5 Balanza comercial

BALANZA COMERCIAL EN MILES DE DOLARES			
AÑO	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	TOTAL
2016	6011,6	6416	-404,4
2015	9285,3	8169	1116,3
2014	10590,8	11131,2	-540,4
2013	10784,6	10108,6	676

Fuente: Banco Central del Ecuador

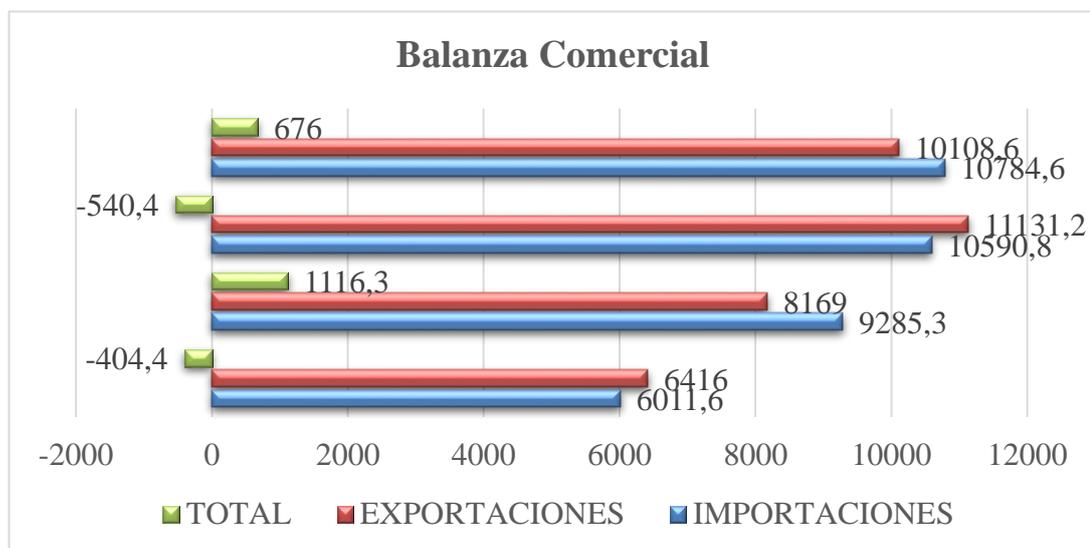


Grafico 4 Balanza comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

En el año 2016 han existido mayor número de exportaciones que importaciones en el mercado esto debido a la mejora de maquinarias en diversos sectores, y la participación del presidente Economista Rafael Correa ya que está fomentando a la producción nacional; lo cual para el proyecto representa una oportunidad de carácter medio ya que se utilizara materia prima de nuestro propio país de alta calidad en la producción del producto y existirá la posibilidad de exportarlo.

2.01.01.01.05 Riesgo País.

El riesgo país es la capacidad que tiene un país para solventar sus deudas existentes con otros países y los inversionistas extranjeros se basan en este indicador para tomar decisiones, aspirando obtener ganancias.

Tabla 6 Riesgo País

RIESGO PAIS	
AÑO	PUNTOS
2016	867
2015	682
2014	592
2013	631

Fuente: Banco Central del Ecuador

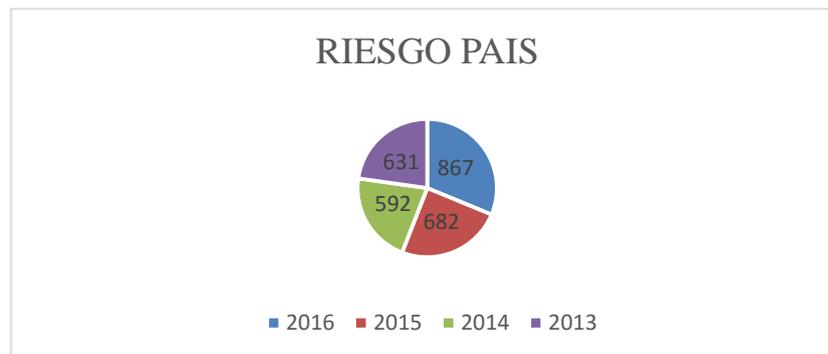


Gráfico 5 Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

Según la tabla y gráfico se puede observar que el riesgo país ha incrementado lo cual es una amenaza de carácter bajo para el proyecto porque la inversión dentro del país es un riesgo para nuevos capitales extranjeros dispuestos a apoyar nuevos emprendimientos; aunque el Ecuador actualmente realiza esfuerzos de generar una economía rentable y sostenible no ha logrado reducir los puntos de calificación al riesgo.

2.01.01.02 Factor Social.

Los factores sociales son todos aquellos que se encuentran relacionados directamente con los seres humanos y es uno de los más importantes ya que abarca la manera de cómo se organiza la sociedad dentro de una organización o de un mercado.

En la actualidad el factor social ha sido uno de los factores más importantes para el gobierno debido que ha emprendido políticas encaminadas al mejoramiento de la calidad de vida de todos los ecuatorianos.

2.01.01.02.01 Población.

“Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.”

(Jacqueline, 2010)



Grafico 6 Población

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Análisis

El Ecuador cuenta con una población total de 14'483.499 según el Instituto Nacional de Estadística y Censos en el último censo realizado en el año 2010; lo cual indica que el mayor porcentaje se encuentra situado en las provincias de Pichincha y Guayas lo cual es una oportunidad de carácter alto para el proyecto porque existirá mayor demanda para la adquisición del producto.

2.01.01.02.01.01 Población Económicamente Activa.

“La población económicamente activa abarca todas las personas de uno u otro sexo que aportan con su trabajo para producir bienes y servicios económicos comprendidos dentro de la frontera de producción.” (Centro Internacional de Formación, 2012)

Tabla 7 PEA

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA EN MILES DE PERSONAS MARZO 2015					
	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	MACHALA	AMBATO
PEA	829	1.075	187	121	94

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos

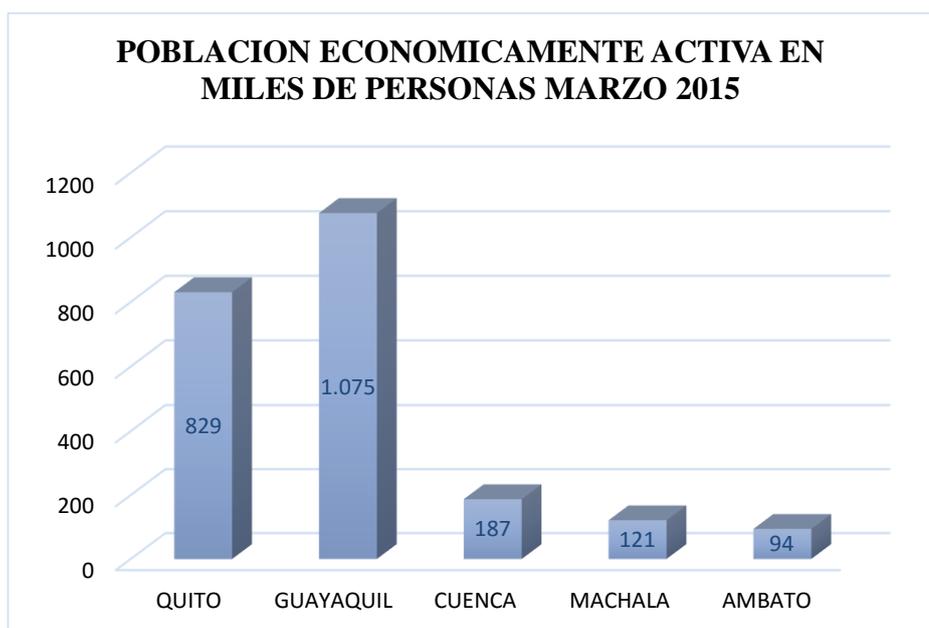


Grafico 7 PEA

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Análisis

Al referirse a la población económicamente activa indicamos a las personas de 12 años en adelante que tienen una ocupación también a los que lo tuvieron y se encuentran en busca de algún empleo de manera activa porque se encuentran disponibles para trabajar.

El instituto nacional de estadística y censo indica que a nivel nacional existe una población económicamente activa de 7,4 millones de personas lo cual es una oportunidad a nivel bajo ya que la economía del país es estable.

2.01.01.02.02 Desempleo.

El desempleo surge cuando las personas que se encuentran en edad de laborar, tienen todas las capacidades y el deseo absoluto para realizar cualquier

actividad y no encuentra un trabajo esto; se debe a que existe una mínima oferta de trabajo y un exceso de demanda de trabajadores. El Instituto Nacional de Estadística y Censo menciona que: Los desempleados son personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no estuvieron empleados y presentan ciertas características: No tuvieron empleo, no estuvieron empleados la semana pasada y están disponibles para trabajar; buscaron trabajo o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores. (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2015)

Es la incapacidad que tiene una economía para absorber el número de desempleados en una nación; pero también interviene el tiempo que tarda una persona en encontrar empleo que se adapte a sus capacidades y necesidades ya que pocas personas se conforman con el salario mínimo, o las empresas solo adquieren personal con experiencia laboral.

Tabla 8 Desempleo

TASA DE DESEMPLEO	
AÑO	TASA
2016	5,3
2015	4,8
2014	4,7
2013	3,9
2012	4,1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos

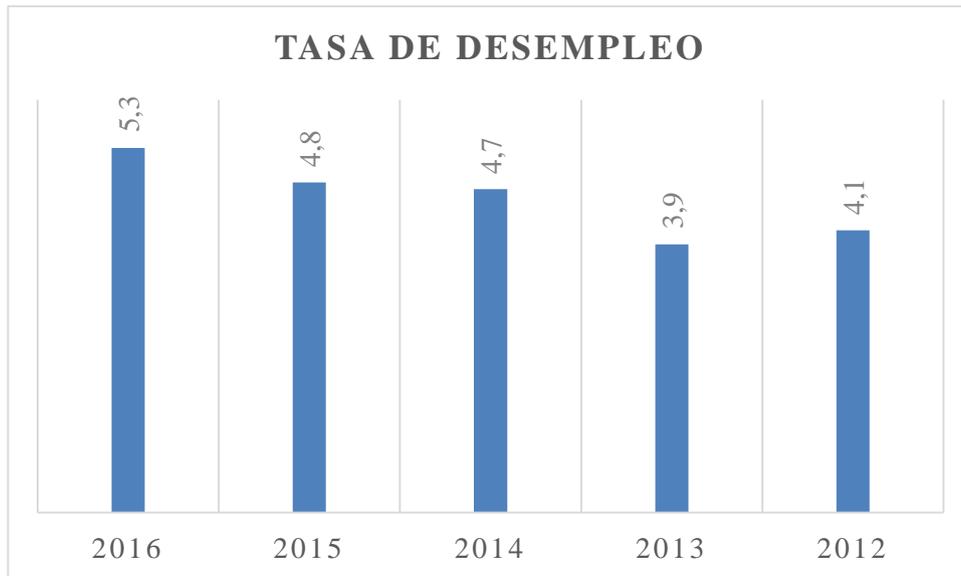


Grafico 8 Tasa de Desempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Análisis

En el año 2016 se ha incrementado la tasa de desempleo por lo que es una oportunidad de carácter bajo para el proyecto ya que se busca trabajar en conjunto con la sociedad, para generar fuentes de empleo y evitar el incremento del desempleo y subempleo en el territorio ecuatoriano. Pero el desempleo en el Ecuador es bajo en comparación a países sudamericanos y esto se debe a la iniciativa de la sociedad al realizar emprendimientos de pequeñas y medianas empresas.

2.01.01.02.03 Cultura.

“La cultura ha sido objeto de estudio como elemento necesario para el pleno desarrollo de las personas y las comunidades.” (Maraña, 2010)

Este término se refiere al conjunto de conocimientos, creencias, leyes, costumbres y hábitos de los seres humanos que se heredan de generación a generación en el transcurso del tiempo.

Depende de la sociedad mantener, transformar o desaparecer una cultura en el transcurso del tiempo dentro de la cultura también influyen elementos como la vestimenta, música, pensamientos, religión, arte, lengua y comportamiento.

En el Ecuador existe gran variedad pluricultural repartidos por todo el país; en la sierra, costa, oriente y galápagos cada uno con sus respectivas creencias y habitualidades.

La cultura en el Ecuador es una oportunidad de impacto medio ya que el gobierno ecuatoriano desde el mandato del economista Rafael Correa ha implementado diferentes cambios para beneficio de la sociedad ya que se encuentran encaminadas a mejorar la calidad de vida con el esfuerzo, cambio y esfuerzo no solo de una persona sino de toda la sociedad de manera colectiva.

Es por esto que se creó el Plan Nacional del Buen Vivir que a partir del año 2013 ha tenido vigencia el cual refleja una forma de vida para que en el territorio exista felicidad, igualdad, solidaridad, diversidad de cultura y por supuesto aprovechar los recursos que poseemos; es una planificación liderada por gobierno junto a la SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo).

El Plan Nacional del buen vivir es un conjunto de objetivos que expresan la voluntad de continuar con la transformación histórica del Ecuador. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013-2017)

2.01.01.03 Factor político.

Este factor hace presencia en toda sociedad ya que es encabezada por el gobierno y su poder de posición ante la sociedad.

Actualmente la política ecuatoriana está conformada por diferentes poderes estatales como son: ejecutivo, legislativo, judicial, electoral, de transparencia y control social. Cada gobierno aplica políticas según sea su conveniencia e intereses de las personas y del territorio.

Ecuador se encuentra liderado por un gobierno democrático ya que supero a todos los mandatos anteriores que se manejaban la corrupción y la dictadura; este gobierno ha implementado grandes cambios como es el de la afiliación a amas de casa, equilibrar la economía, erradicar la pobreza, también realizo varios cambios en instituciones públicas evitando su mal manejo y administración por lo que genera una oportunidad de nivel medio.

2.01.01.04 Factor Legal

Hace referencia a todas las normas y reglamentos que deben regirse las empresas, organizaciones para su funcionamiento. Se debe tomar en cuenta la relación que tiene el gobierno con respecto a las diferentes políticas fiscales, monetarias que controlan a las industrias para regular la competencia y de esta manera proteger al consumidor.

Este proyecto será legalizado como una microempresa una vez que sustente los siguientes requisitos:

1. Registrar el nombre de la empresa en la superintendencia de compañías y si el nombre aún no se encuentra realizado se debe cubrir en una cuenta de integración.
2. Realizar la escritura de la constitución de la compañía redactada por un abogado con información precisa y real para que sea inscrita en una notaría.
3. El documento debe ser aprobado por el registro mercantil en donde se especifica el nombre del representante legal; una vez realizado la empresa ya está constituida legal mente.
4. Una vez inscrita en el registro mercantil se debe entregar los papeles correspondientes a la superintendencia de compañías para que lo registren el su libro.
5. Luego se debe obtener los permisos y papeles correspondientes para su funcionamiento como son:

2.01.01.04.01 RUC

Acercarse personalmente al SRI en caso de que acuda un tercero debe tener una carta de autorización y presentar los siguientes documentos:

- ✓ Original y copia de la cedula de identidad
- ✓ Papeleta de votación original
- ✓ Una planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono)
- ✓ Estado de cuenta bancaria de los últimos tres meses

2.01.01.04.02 PATENTE MUNICIPAL.

Para la obtención de la patente por primera vez se debe presentar los siguientes documentos:

- ✓ Formulario de inscripción de patente que se la puede descargar de la página del municipio de Quito.
- ✓ Copia de cedula y papeleta de votación
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Acercarse a las administraciones zonales
- ✓ Solicitar una clave vía internet
- ✓ Declarar por medio de internet el tributo; este pago se lo puede realizar en cualquier entidad financiera que tenga convenio con el municipio.

2.01.01.04.03 IEES REGISTRO COMO EMPLEADOR.

- 1.- Ingresar a la página del IEES y escoger la opción de empleador
- 2.- Actualizar datos del registro patronal
- 3.- Escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico)
- 4.- Ingresar los datos obligatorios que tienen asterisco
- 5.- Digitar el número de RUC
- 6.- Seleccionar el tipo de empleador

7.- En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave.

8.- Una vez registrados los datos solicitados, tiene que acercarse a las oficinas de Historia Laboral del Centro de Atención Universal del IESS a solicitar la clave de empleador, con los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)
- ✓ Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- ✓ Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- ✓ Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- ✓ Copia de pago de un servicio básico (agua , luz o teléfono)
- ✓ Calificación artesanal si es artesano calificado.
- ✓ Original de la cédula de ciudadanía. (IEES, 2016)

2.01.01.04.04 LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas).

Es un permiso que autoriza ejercer cualquier actividad económica dentro del distrito metropolitano de quito el cual para obtenerlo se necesita lo siguiente:

- ✓ Formulario lleno de la LUAE
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación

- ✓ Dimensiones y esquema grafico del rotulo que se realizara.

2.01.01.04.05 PERMISO BOMBEROS

El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

- a) Solicitud de inspección del local;
- b) Informe favorable de la inspección;
- c) Copia del RUC (CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2014)

Análisis:

Para el proyecto el factor legal representa una amenaza de carácter alto ya que actualmente para la creación de una microempresa hay que someterse a un riesgo, nace de una idea de crear un nuevo producto o servicio; y para emprenderlo hay que tomar en cuenta todos los tramites que se deben realizar y los principales requisitos que impone el estado para su constitución legal para que la empresa pueda funcionar de manera legal. Para el presente proyecto se adquirió los parámetros y requisitos mediante el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y su página virtual, la superintendencia de compañías, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

2.01.01.05 Factor Tecnológico

“Basados en la evolución técnica de la producción. Se expresa en la aparición de nuevos productos-servicios, en la reducción de costes de transformación, etc.”

(Cabrera, 2010)

El constante cambio tecnológico se da por el aumento significativo de la competencia lo cual obliga a una empresa estar actualizada en función a este factor para mantenerse en el mercado; ya que mientras mejor sea el nivel tecnológico mayor será la posibilidad de crecimiento en cuanto a presentación del producto y tiempos de respuesta con los clientes.

El factor tecnológico ha ido facilitando el trabajo de las personas y de esta manera aumentar la productividad de las empresa; este factor va de la mano del recurso humano ya que uno necesita del otro para su funcionamiento y son los recursos más importantes de la organización.

Por esta razón la tecnología en el proyecto representa una oportunidad de alto nivel porque ayudara a mejorar los niveles de producción, eficiencia en sus procesos lo cual representara una inversión para el desarrollo de la microempresa.

2.01.02 Entorno Local.

El entorno local está constituido por personas y organizaciones reales que se relacionan de manera directa con la microempresa como los que son: clientes, proveedores y competencia.

Son elementos relacionados con la empresa y que y que influyen en sus operaciones diarias y los resultados esperados.

2.01.02.01 Clientes.

“Es la razón de ser de toda organización, por este motivo es importante realizar un análisis sistemático de los deseos y necesidades de los clientes para la creación de productos o servicios direccionados a la satisfacción de los usuarios.”

(Sandra, 2012)

Tabla 9 Clientes

DENOMINACION	DESCRIPCION
Público en General	Personas que transitan por el centro histórico de Quito
Viveres Elenita	Ubicada al Sur de Quito en la AV. Mariscal sucre y calle del sector Lucha de los pobres
Panadería y Pastelería El Dorado	Ubicada al Sur de Quito en la AV. Maldonado cerca de la feria del sur
Minimarket D&A	Ubicada al Norte de Quito en la Av. 10 de Agosto y Villa lengua oe22

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

Los clientes descritos anteriormente representan una oportunidad de carácter alto para el presente proyecto aunque en la actualidad aun no realizan ninguna compra, son visualizados como posibles clientes en un futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro

(a corto, mediano o largo plazo) y por tanto, se los puede considerar como una fuente de ingresos futuros.

2.01.02.02 Proveedores.

“Es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin.” (Imelda, 2011)

Tabla 10 Proveedores

PROVEEDOR	DESCRIPCION	FACTOR DE NEGOCIACION
	San Roque (Higo, Manzana, Naranja)	12% de descuento en compras
Sra. Mercedes Caiza	San roque(Sangorache, Alfalfa, Stevia)	Entrega a domicilio
Almacén Pichincha	Imbabura N 3-49 Y Mideros , San Roque(Frascos)	compra directa a la fábrica para minorar precios

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

El número de proveedores representa una oportunidad de alto nivel para la microempresa ya que los proveedores se encuentran cerca de la empresa y sus factores de negociación son de gran beneficio para el proyecto aunque se visualiza buscar mayor cantidad de proveedores para lograr evitar cualquier inconveniente en un futuro.

2.01.02.03 Competidores

Se refiere a que la empresa ofrecerá productos similares que al resto de la competencia satisfaciendo una misma necesidad. Son empresas u organizaciones que se encuentran en el mercado que tienen toda la libertad que participan en la actividad económica

Tabla 11 Competidores

NOMBRE	DESCRIPCION	FACTOR DIFERENCIADOR
	Calle Cuenca y Mejía	Variedad de productos
Asporal	Av. 24 de Mayo y Mejía	Calidad de productos
Industria Alimentos Andinos	Calle Vicente Rocafuerte	Maquinaria actualizada

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

Los competidores representan un amenaza alta para el proyecto tomando en cuenta que son empresas con mayor nombramiento, reconocimiento y cuentan con mayores canales de distribución por su tiempo de funcionamiento lo que hace que las personas lo prefieran.

2.01.03 Análisis interno.

Es el estudio de diferentes factores dentro de la empresa y la evaluación de todos recursos con los que cuenta la empresa y de esta manera conocer su capacidad de funcionamiento.

2.01.03.01 Propuesta estratégica

En este proyecto se realizará una propuesta estratégica para ofrecer productos enfocados a cubrir las necesidades y requerimientos de los clientes al brindarles productos de calidad, innovadores; mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la producción y elaboración de productos.

2.01.03.01.01 Misión.

“Es el patrón de conducta a partir del cual el público juzgara su comportamiento.” (Matilla, 2010)

Satisfacer las expectativas y requerimientos de los clientes; a través de técnicas innovadoras y creativas de fabricación, manteniendo los más altos estándares de calidad y a la vez contribuir al desarrollo de la microempresa y del país.

2.01.03.01.02 Visión.

“Es una imagen de lo que los miembros de la empresa quieren que esta sea, o que llegue a ser.” (Matilla, 2010)

Posicionarnos en el mercado local como la mejor empresa de producción de mermeladas no tradicionales en un lapso de 5 años, con la mejor competitividad al ofrecer productos de forma creativa e innovadora.

2.01.03.01.03 Objetivos

“Los objetivos constituyen el nivel de aspiración sobre el desempeño. Son resultados o atributos a lograr: rentabilidad, flujo de fondos, crecimiento, participación en el mercado, satisfacción de clientes.” (Cabrera, 2010)

Los objetivos son metas a las cuales desea llegar una empresa y pueden convertirse con el tiempo en una realidad según la ejecución; esto impulsa a las personas a tomar decisiones para lograr alcanzar el propósito.

2.01.03.01.03.01 Objetivo General.

“El Objetivo General de una empresa define y explica su finalidad, el campo en el cual se desea actuar y las actividades a que se dedicara.” (Vergés, 2010)

Apoyar al desarrollo del crecimiento económico de la matriz productiva mediante la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de mermeladas no tradicionales con endulzante stevia, a través de la realización de un estudio de factibilidad, y de esta manera obtener posicionamiento dentro del mercado competitivo.

2.01.03.01.03.02 Objetivo Específico.

“Cumplen el propósito de vincular el nivel de abstracción presente en los objetivos generales, con la realidad inmediata a estudiar.” (Miriam, 2013)

- ❖ Brindar productos de calidad para nuestros clientes.

- ❖ Establecer y cuantificar la oferta y la demanda del mercado objetivo y determinar el nivel de producción.
- ❖ Realizar un estudio de mercado para determinar el porcentaje de la demanda insatisfecha.
- ❖ Establecer la viabilidad del proyecto mediante un estudio de financiero y técnico.
- ❖ Definir la estructura organizacional con la que operaría la empresa.
- ❖ Analizar el entorno empresarial a la que se enfrentaría la empresa.

2.01.03.01.04 Principios y Valores.

La microempresa establecerá los principios y valores de acuerdo a sus necesidades para alcanzar los objetivos de la empresa.

2.01.03.01.04.01 Principios.

Representan el conjunto de valores, creencias que se siguen para lograr algún propósito, indican las conductas y acciones del ser humano y orientan a una organización.

- ❖ Innovación: Desarrollando nuevas combinaciones de mermeladas; con tendencias de nuevas tecnologías y presentaciones.
- ❖ Calidad: Se maximizará la calidad de los productos verificando que todos los procesos se manejen de la manera correcta; desde la adquisición de los insumos hasta el producto terminado.

- ❖ Trabajo en equipo: Unión de todos los trabajadores en cuanto a sus capacidades y fortalezas para que de esta manera contribuyan al logro de los objetivos de la empresa reduciendo tiempos.
- ❖ Comunicación: Es fundamental entre los miembros de la microempresa para que exista flujo en el trabajo y mayor conexión con los clientes.
- ❖ Participación: Las personas que se encuentran laborando deben tener toda la voluntad de apoyar a las actividades que se realicen; con la finalidad de obtener beneficios para todos.

2.01.03.01.04.02 Valores.

“Los valores son el fundamento de la convivencia, los principios rectores que sirven de base a las relaciones entre las personas.” (Matilla, 2010)

Son las conductas cualidades y pilares fundamentales dentro de una organización ya que ayudan a la realización de misión, visión, y objetivos.

- ❖ Respeto: Regirse a los lineamientos y reglas establecidos por la microempresa y el entorno en donde se desenvuelva para un mejor clima laboral. También tienen que mostrar respeto frente al cliente explicándole todo el procedimiento de compra y para que el cliente se sienta satisfecho.
- ❖ Disciplina: Se trabajara en coordinación todas las actividades en el proceso de producción y administrativo; para de esta manera trabajar de manera ordenada y con mayor rapidez.

- ❖ Responsabilidad: Todos los trabajadores tendrán un cargo importante dentro de la organización por ende deben asumir las consecuencias de las decisiones tomadas.
- ❖ Puntualidad: Cumplir con los compromisos y obligaciones en el tiempo acordado tanto con clientes como con la empresa respetando el tiempo de cada uno.
- ❖ Honestidad: Trabajar a conciencia pensando siempre en el beneficio de la microempresa y no en perjudicarlo.

2.01.03.02 Gestión Administrativa

Son acciones las cuales son emprendidas por los directivos de la empresa para cumplir un proceso administrativo como lo es la planificación, ejecución y control.

2.01.03.02.01 Planificación

“Comprende el conjunto de actividades que dan forma a la dirección futura de la organización y que sirven, al mismo tiempo.” (Cabrera, 2010)

Tabla 12 Planificación

TIEMPO	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 Selección del tema																																
2 Aprobación del tema																																
3 Recopilación de información																																
4 Avance del 30% (Inicial)																																
5 Avance del 60 % (Intermedio)																																
6 Avance 100% (Final)																																
7 Entrega del 1er Borrador																																
8 Informe del Urkund																																
9 Aprobación del proyecto por parte del tutor																																
10 Entrega de Borrador Lector																																
11 Acta de aprobación del Lector al Consejo																																
12 Entrega de trabajos de titulación empastados																																
13 sustentación del proyecto																																

Fuente: Investigación Propia

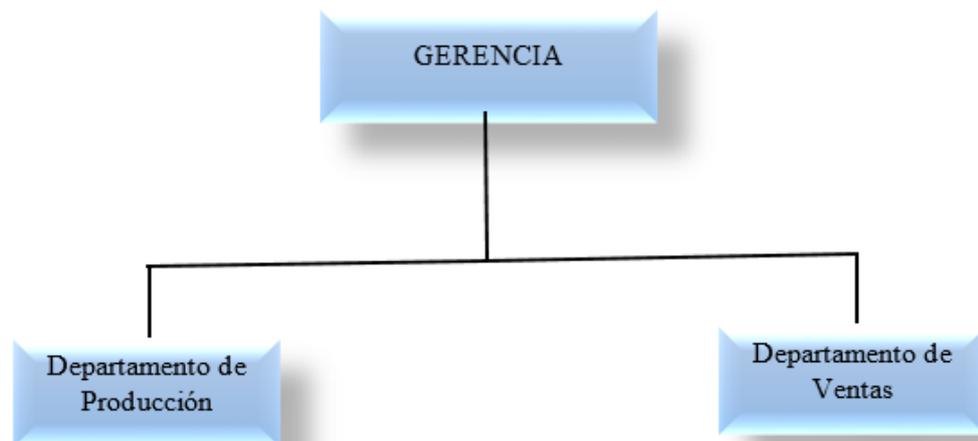
Elaborado por: Ana Alomoto

2.01.03.02.02 Organización.

“Recoge la asignación de tareas y la selección, que deberá llevarse a cabo de una manera lógica y ordenada, incluyéndose en este apartado la estructura necesaria y las relaciones precisas para cumplir con las referidas tareas.” (Cabrera, 2010).

2.01.03.02.02.01 Organigrama Estructural.

Representación gráfica la cual nos permite visualizar la estructura organizativa de la empresa por departamentos de manera más sencilla y fácil de entender.



*Grafico 9 Organigrama Estructural
Elaborado por: Ana Alomoto*

2.01.03.02.02.02 Manual de Funciones.

En el presente proyecto de fabricación y distribución de mermeladas se realizarán las siguientes actividades operacionales descritas a continuación:

Gerente

Será el representante legal de la microempresa, encargado de tomar decisiones para el desarrollo, crecimiento de la microempresa también se hará responsable de la gestión empresarial, administrativa, y control.

Departamento de ventas

Estará encargado de manejar caja, ofrecer el producto a los clientes que lleguen a la microempresa, encargado de captar nuevos clientes emprendiendo estrategias de venta.

Departamento de Producción

Es la área más importante de la empresa ya que si no funciona este departamento no se podrá seguir con el giro del negocio; por esta razón su actividad no debe detenerse; el área de producción será el encargado de la elaboración del producto de una manera adecuada; controlando la calidad tanto de la materia prima con la que se iniciara el trabajo como del producto elaborado; además analizara las formas más adecuadas de realizar los procesos de producción con mayor eficiencia para mayor satisfacción del cliente.

2.01.03.02.03 Dirección

“Apoyo a los diferentes niveles de la organización para que éstos puedan alcanzar las metas que les han sido asignadas, todo ello mediante la utilización de acuerdos claros y equitativos basados en la autoridad y en la integridad.” (Cabrera, 2010)

Dentro de la microempresa se adoptara un liderazgo democrático para su dirección ya que se receptara ideas, opiniones y sugerencias por parte de los trabajadores; con la finalidad de promover el dialogo de todo el grupo para un mejor trabajo en equipo y generar un excelente clima laboral.

2.01.03.02.04 Control

“Establecimiento de una comparación entre las realizaciones y las previsiones para determinar las medidas a introducir cuando se observen desviaciones entre los datos previstos y los datos reales.” (Cabrera, 2010)

2.01.03.03 Gestión Operativa

Es lo que la microempresa realizara día a día empleando los recursos y esfuerzos necesarios para llegar a la meta o a los resultados esperados de la organización para que la misma siga existiendo.

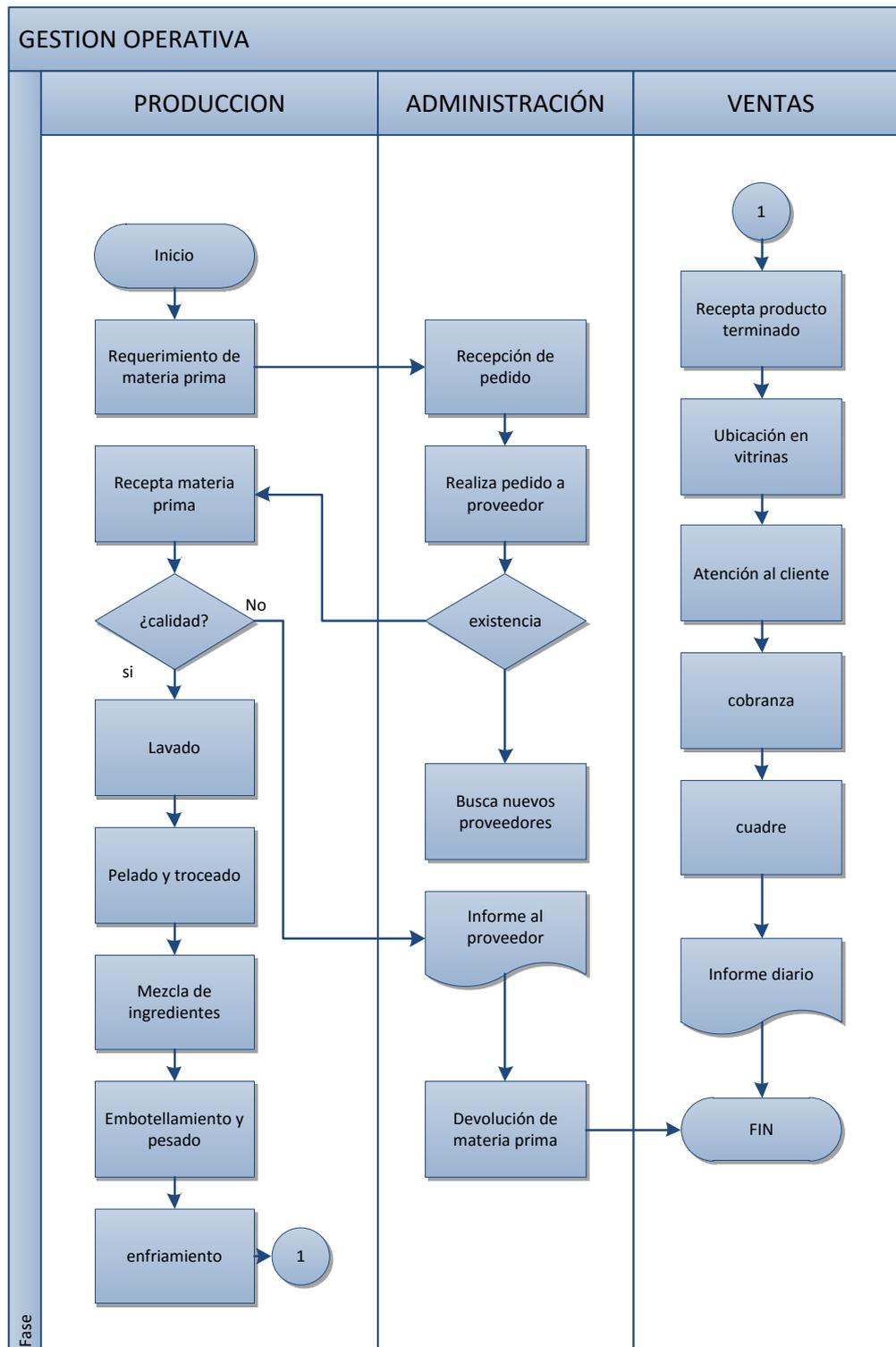


Grafico 10 Gestión Operativa
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ana Alomoto

2.01.03.04 Gestión Comercial

“Es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing.” (Nunez, 2015)

2.01.03.04.01 Marketing Mix

El marketing Mix maneja cuatro variables los cuales ayudan a que el consumidor se relacione de la mejor manera frente al producto.

2.01.03.04.01.01 Producto

“Cualquier elemento tangible o conjunto de prestaciones que se ofrece en un mercado y que satisface una necesidad o un deseo de los consumidores, usuarios o clientes.” (Soriano, 2011)

La microempresa se caracteriza por elaborar productos de calidad acorde a los gustos y preferencias de los clientes, adicionalmente sus componentes contribuirán a la salud de los clientes; por lo que es un factor diferenciador para que los consumidores prefieran el producto.

2.01.03.04.01.02 Precio

“Subir o bajar los precios, fijar precios discriminados, ampliar los términos del crédito que se ofrece a los clientes, establecer el sistema de factura divididas y/o

pospuestas, ofrecer descuentos especiales, utilizar el precio como un arma competitiva.” (Soriano, 2011)

Se tratará de lanzar al mercado un producto con un precio bajo y de alta calidad para que de esta manera sea acogido por los clientes lo más rápido posible.

El precio del producto se basará en los costos por ende se debe optimizar al máximo los recursos para que el precio sea competitivo en el mercado y a su vez obtener una ganancia para la empresa.

2.01.03.04.01.03 Plaza

“Estructura externa e interna (logística) que permite establecer el vínculo entre la empresa y los integrantes de su mercado con el fin de facilitar y permitir la compra de sus productos o servicios.” (Soriano, 2011)

La microempresa estará ubicada en el Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito, un lugar turístico, lo cual atrae la atención del público; tanto nacionales como extranjeros, siendo este es un aspecto positivo ya que a diario transitan por el sector infinidad de personas.

2.01.03.04.01.04 Promoción

“Actividades que realizan las empresas con el propósito dar a conocer sus productos o servicios y sus ventajas competitivas, con el fin de provocar una reacción de compra por parte de los consumidores, usuarios o clientes.”

Las técnicas de promoción y publicidad estarán dirigidas a clientes potenciales los cuales serán efectuados por diversos medios.

2.01.03.01.04.01 Logotipo.

El logotipo es un importante elemento que forma parte de la marca porque ayuda a que esta sea identificada.



*Grafico 11 Logotipo mermelada 1
Elaborado por: Ana Alomoto*



*Grafico 12 Logotipo mermelada 2
Elaborado por: Ana Alomoto*



*Grafico 13 Logotipo mermelada 3
Elaborado por: Ana Alomoto*

El logotipo tiene un estilo natural en donde se muestra la composición de la mermelada y su combinación de colores amarillo y naranja indica la alegría, creatividad y éxito del producto.

2.01.03.01.04.02 Slogan

Es el complemento de la imagen que identifica un contexto comercial de igual manera, indica que el producto es totalmente distinto a los demás.

“Un sabor diferente en tu mesa”

2.01.03.01.04.03 Tarjeta de presentación



*Grafico 14 Tarjeta de presentación
Elaborado por: Ana Alomoto*

2.01.03.01.04.04 Tríptico

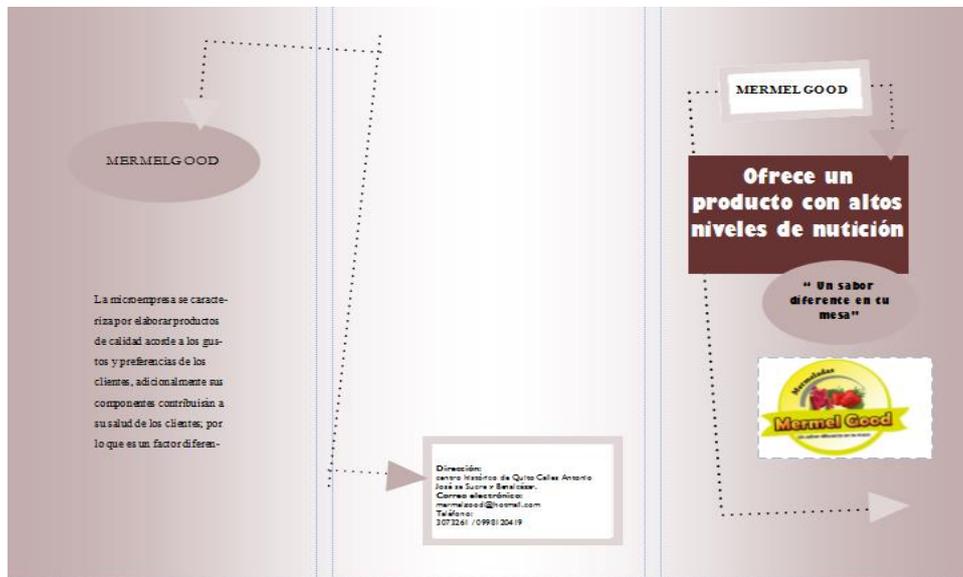


Grafico 15 Tarjeta de presentación Frontal
Elaborado por: Ana Alomoto

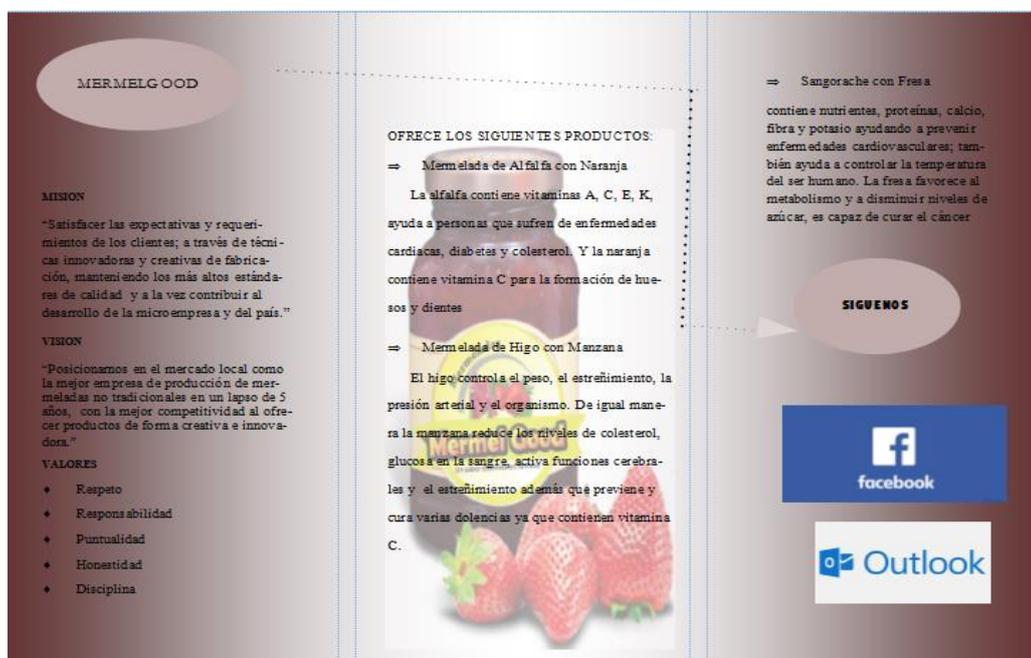


Grafico 16 Tarjeta de presentación Inferior
Elaborado por: Ana Alomoto

2.01.03.01.04.05 Pagina web



*Grafico 17 Pagina web
Elaborado por: Ana Alomoto*

2.01.04 Análisis FODA

Tabla 13 oportunidades

OPORTUNIDADES			
CONCEPTO	ALTO	MEDIO	BAJO
PIB Sectorial	X		
Tasa Pasiva			X
Balanza Comercial		X	
Población	X		
PEA			X
Desempleo			X
Cultura		X	
Factor Político		X	
Factor Tecnológico	X		
Cientes	X		
Proveedores	X		

Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 14 Amenazas

AMENAZAS			
CONCEPTO	ALTO	MEDIO	BAJO
PIB		X	
Inflación	X		
Tasa Activa	X		
Riesgo País			X
Factor Legal	X		
Competidores	X		

Elaborado por: Ana Alomoto

CAPITULO III

3.01 Estudio de Mercado.

“El estudio de mercado busca cuantificar la demanda potencial insatisfecha de cualquier producto, requiere una serie de capacidades tanto básicas como superiores.” (Urbina, 2010)

Es una herramienta que permite analizar el mercado para obtener datos de manera sencilla y posteriormente poder analizar los resultados de aceptación de un producto o servicio dentro del mercado competitivo. Determinando la oferta y la demanda para de esta manera tener una visión clara de la cantidad de consumidores que están dispuestos a adquirir el producto.

3.01.01 Análisis de consumidor.

Es un proceso en donde se toma en cuenta las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamiento de compra y las demás características de los consumidores del mercado objetivo para que realicen el acto de compra.

Con el estudio de mercado se lograra conocer y entender las expectativas del cliente frente al producto y satisfacer su necesidad tomando en cuenta las ofertas de la competencia.

Segmentación de mercado

“La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing.” (Espinosa, 2013)

Tabla 15 Análisis de consumidor

GEOGRAFICAS	PAIS: Ecuador
	REGIÓN: Sierra
	PROVINCIA: Pichincha
DEMOGRAFICAS	SECTOR: Centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito
	EDAD: De 12 años en adelante
	GENERO: Todo genero
	OCUPACION: Todo tipo de ocupación
	EDUCACION: Todo nivel

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

3.01.02 Determinación de la población y la muestra.

3.01.02.01 Población

“Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.”

(Wigodski, 2010)

La población para el presente proyecto según datos proporcionados por el INEC en base en la población y vivienda realizada en el 2010, muestra la siguiente información acerca de la población que existe en el centro histórico de Quito y los turistas que transitan en el sector adicionalmente se tomara en cuenta los barrios aledaños del sector.

Tabla 16 Población centro histórico

ZONA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Centro histórico de Quito	20051	20536	40587

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Tabla 17 turistas Centro Histórico de Quito

POBLACION ANUAL	TOTAL
54500	54500

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Tabla 18 población de barrios aledaños

ZONA	POBLACIÓN
La Libertad	26827
Chimbacalle	35000
San Juan	54027
Floresta	34000
Itchimbia	35496
TOTAL	185350

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Tabla 19 Población Total

Población Centro Histórico+ Turistas+ Barrios aledaños
40587+54500+185350=280437

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

El centro histórico de Quito cuenta con una población total de 40.587 habitantes con una población turística de 54500 y adicionalmente se toma en cuenta las parroquias cercanas del centro histórico como es la de La libertad, Chimbacalle, San Juan, La floresta e Itchimbia dando como resultado total 280437 habitantes.

3.02.01.02 Muestra

“la muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población.”

(Wigodski, 2010)

El presente proyecto está enfocado al centro histórico del distrito metropolitano de Quito, en donde se detecta una demanda insatisfecha por lo tanto se realizara una investigación de campo a través de la aplicación de encuestas a personas que residan o transiten por el sector tomando como referencia la población.

Fórmula para determinar la muestra

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{(N-1)E^2 + Z^2 P Q}$$

Fuente: Gabriel vaca urbina

n= número de encuestas

N= Tamaño de la población o universo

E= error máximo admisible 5%

P= probabilidad de éxito 50%

Q= probabilidad de fracaso 50%

Z= distribución normal en estadística cuando el Nivel de confianza es del 95% su valor equivalente constante es el 1,96 como más usual.

Calculo

N=280437

E= 0,05

P=0,50

Q= 0,50

Z=1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,50) * (0,50) * (280437)}{(280437 - 1) * (0,05) + (1,96)^2 * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = 385$$

Luego de aplicar la fórmula para la obtención de la muestra número de encuestas a realizar son de 385 encuestas tanto para personas nacionales y extranjeras, las mismas que son como referencia para la obtención de la población.

3.01.03 Técnicas para la obtención de información.

Existen varios métodos de obtención de información y cada uno tiene su respectivo proceso de recolección de datos; los cuales nos permitirán conocer cuáles son las necesidades de cada grupo de interés.

La entrevista

Es un método de recolección de información en donde existe la interacción entre personas; en donde se realizan preguntas que contribuyan a la información de la investigación.

Es un dialogo en donde se puede visualizar conductas, actitudes, opiniones de diferentes personas con respecto a un determinado tema.

Dentro de una entrevista se pueden realizar preguntas estructuradas que son de carácter formal y semiestructuradas en donde las preguntas y respuestas se realizan con total libertad.

Observación

Es una investigación directa con la persona en donde un individuo visualiza a otro sujeto con la finalidad de comprender la realidad.

Existen varios tipos de información como:

La observación estructurada: Se realiza a través de un sistema el cual guía la investigación que se llevará a cabo.

La observación abierta: Se lo realiza libremente y se utiliza para captar el movimiento físico de un ser humano.

La observación semiestructurada: Parte de una forma estructurada pero lo aplica según el proceso de observación.

Observación participante: Implica relucir conductas ocultas para un observador externo.

La encuesta

“La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.” (Thompson, 2010)

Es aquel en donde el investigador realiza preguntas mediante un documento sobre la información que desea obtener en donde se le brinda al encuestado varias opciones para responder.

Se pueden realizar preguntas cerradas en donde solo existen dos posibilidades de respuestas y las preguntas abiertas en donde se acoge cualquier tipo de respuesta.

3.01.03.01 Encuesta

INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR CORDILLERA

ENCUESTA

OBJETIVO:

El objetivo de la presente encuesta es analizar, recolectar, y evaluar información acerca del consumo de mermelada en la población del Distrito Metropolitano de Quito.

DATOS INFORMATIVOS.

Genero:

Masculino Femenino

Edad:

De 18 a 25 De 26 a 35 De 36 en adelante

Nivel de ingresos:

\$0 a \$340 \$341 a \$450 \$451 en adelante

PREGUNTAS

1. ¿Consume usted mermelada en su hogar?

Sí No

2. ¿Con que frecuencia compra mermeladas para su hogar?

Semanal Quincenal Mensual

3. Al momento de adquirir una mermelada ¿Que factor toma en cuenta?

Precio Marca Valor nutricional

4. ¿Reemplazaría lo habitual con algo que contribuya en su salud?

Sí No

5. De existir una nueva mermelada baja en calorías y con alto grado de nutrición
¿lo adquiriría?

Sí No

6. ¿Cuál sería el sabor de su preferencia?

Alfalfa con naranja Higo con Manzana Sangorache con fresa

7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una mermelada de 300g con las
anteriores características?

\$3,00 a \$4,00 \$4,50 a \$5,00 \$5,50 a \$6,00

8. ¿Dónde acude normalmente a comprar mermelada?

Supermercado Tiendas
Ferias Otros

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.01.02 Análisis de la información

El análisis de la información consiste en codificar los resultados obtenidos; tabulando cada pregunta, para determinar si el efecto es positivo o negativo para la implementación del nuevo proyecto.

3.01.04.01 Resultados de la encuesta

Datos informativos

Tabla 20 Género

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Masculino	175	54,55
Femenino	210	45,45
TOTAL	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

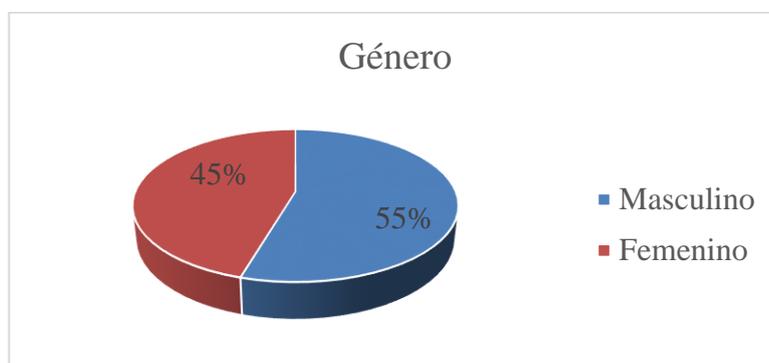


Gráfico 18 Género

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

De los datos recopilados sobre la edad de nuestros encuestados, se desprende que nuestros clientes potenciales es el género femenino.

Tabla 21 Edad

VARIABLE	FRECUENCIA	%
18-25	137	35,58
26-35	96	24,94
36-adelante	152	39,48
TOTAL	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

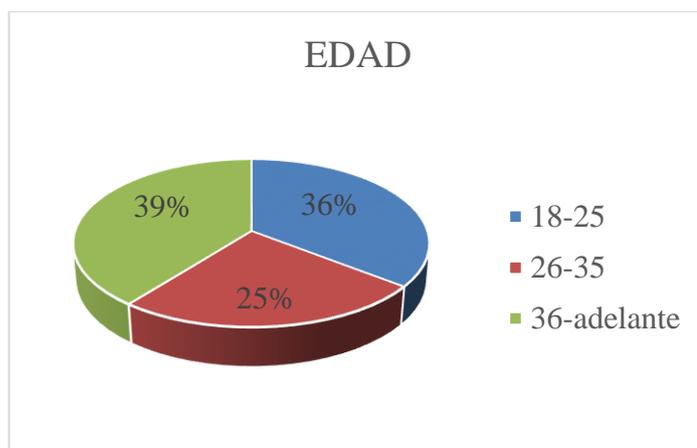


Gráfico 19 Edad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

Según datos recopilados sobre la edad se logra determinar que el 39% de la muestra corresponde a personas adultas que comprenden la edad de 36 años en adelante por lo que se concluye que estos pueden ser nuestros posibles clientes frecuentes.

Tabla 22 Nivel de ingresos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
\$0-\$366	210	54,55
\$341-\$450	87	22,59
\$451 en adelante	88	22,86
TOTAL	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

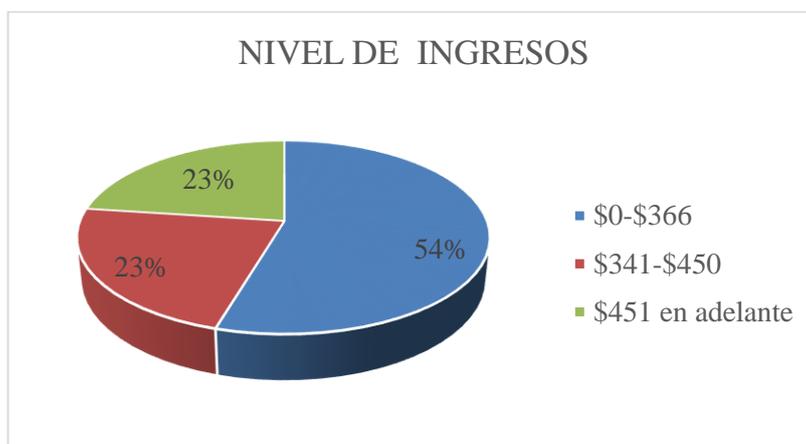


Grafico 20 Nivel de ingresos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

Con relación al nivel de ingresos se ha logrado determinar la mayoría de la muestra tiene un nivel de ingresos de un sueldo básico, lo cual indica que tienen la posibilidad de adquirir el producto.

PREGUNTAS

1. ¿Usted consume mermelada en su hogar?

Tabla 23 Pregunta 1

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	267	69,35
No	118	30,65
TOTAL	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

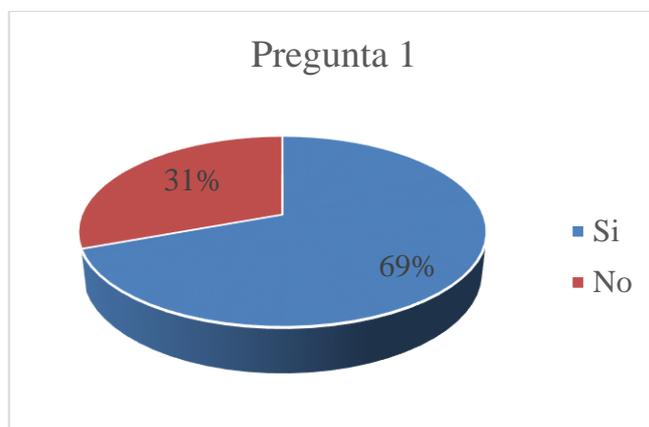


Gráfico 21 Pregunta 1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

Con respecto a la pregunta se determinó que el 69% de la muestra consume mermelada mientras que solo el 31% no lo hace; siendo este un factor importante para el proyecto ya que existe mayor posibilidad de acogida del producto.

2. ¿Con que frecuencia compra mermeladas para su hogar?

Tabla 24 Pregunta 2

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Semanal	23	5,97
Quincenal	89	23,12
Mensual	273	70,91
TOTAL	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

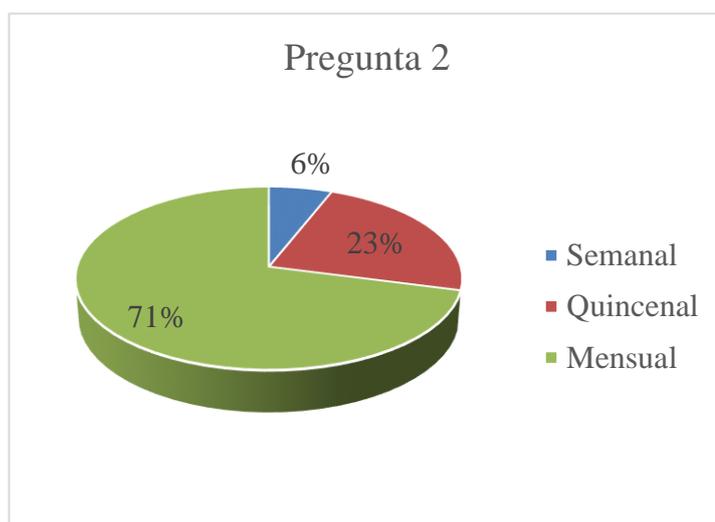


Gráfico 22 Pregunta 2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

De la encuesta realizada se determinó que el 71% de la muestra adquieren mermelada una vez al mes, el 23% lo hace cada quince días; mientras que semanalmente solo un 6% lo cual es de beneficio para el proyecto ya que se lograra obtener mayor volumen de ventas.

3. Al momento de adquirir una mermelada ¿Que factor toma en cuenta?

Tabla 25 Pregunta 3

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Precio	198	51,43
Marca	88	22,86
Valor Nutricional	99	25,71
TOTAL	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

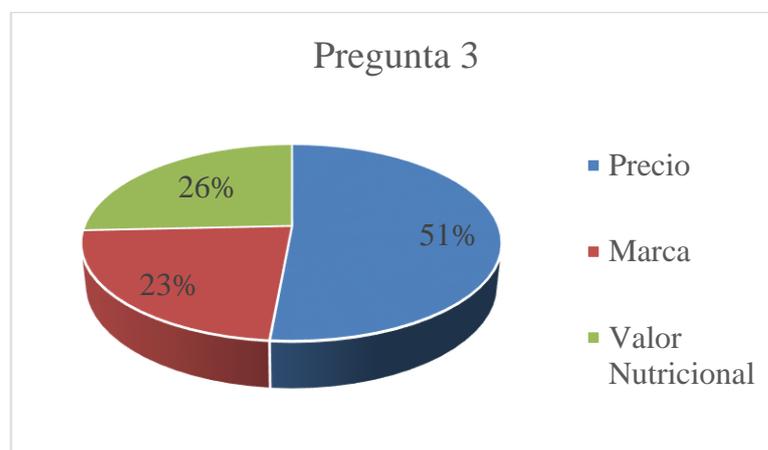


Gráfico 23 Pregunta 3

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada con respecto a la tercera pregunta se concluyó que la mayor parte de la muestra con un 51% al momento de adquirir el producto toma en cuenta el precio; mientras que el 26% su valor nutricional y el resto de la población con el 23% la marca; lo cual es bueno para el proyecto ya que el producto ofrecerá altos niveles nutricionales a un precio accesible.

4. ¿Reemplazaría lo habitual con algo que contribuya en su salud?

Tabla 26 Pregunta 4

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	259	67,27
No	126	32,73
TOTAL	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

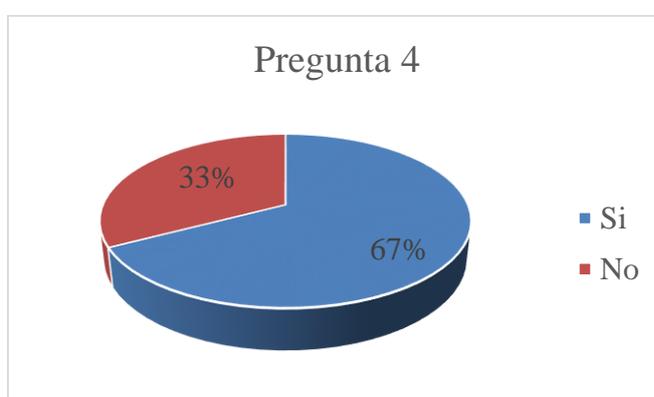


Gráfico 24 Pregunta 4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

Según datos obtenidos de la encuesta se logró determinar que la mayoría de las personas encuestadas con un 94% estarían dispuestos a adquirir el producto lo cual es un beneficio para el proyecto.

5.- De existir una nueva mermelada baja en calorías y con alto grado de nutrición.
¿Lo adquiriría?

Tabla 27 Pregunta 5

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	360	93,51
No	25	6,49
TOTAL	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

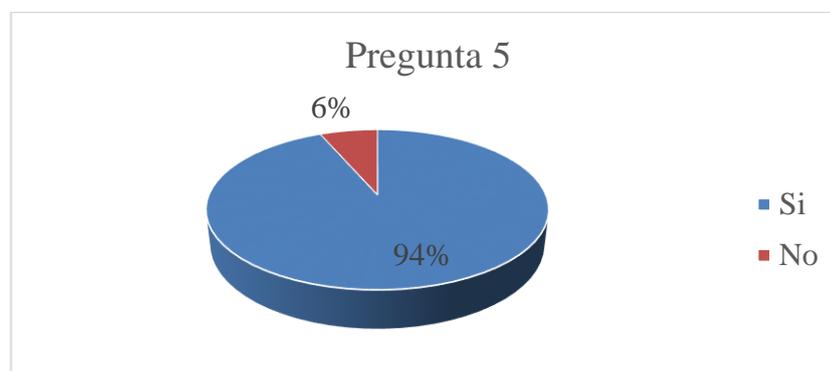


Gráfico 25 Pregunta 5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

De los datos recopilados se ha obtenido que el 94% de las personas encuestadas están dispuestos a comprar la mermelada asegurando así que nuestros productos y la microempresa tendrá un impacto positivo y una gran aceptación por parte del cliente; al contrario solo un 6% muestra desinterés para adquirir el producto.

6. ¿Cuál es el sabor de su preferencia?

Tabla 28 Pregunta 6

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Alfalfa con Naranja	147	38,18
Sangorache con fresa	127	32,99
Higo con manzana	111	28,83
TOTAL	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

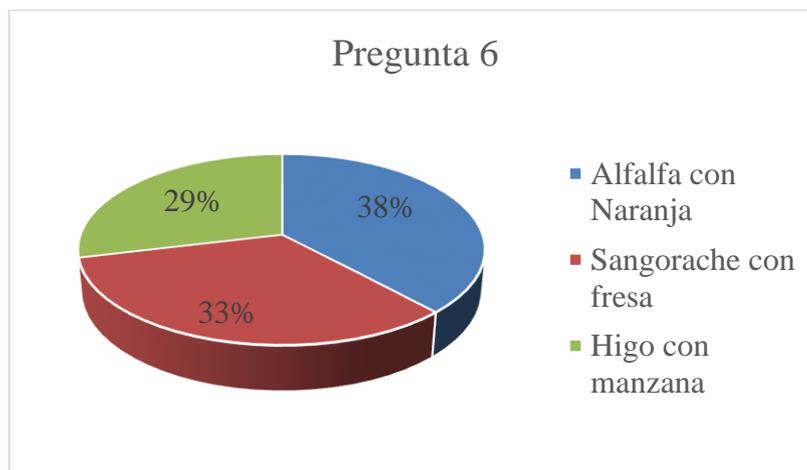


Gráfico 26 Pregunta 6

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

Según los resultados obtenidos en la encuesta se concluyó que el 38% de la muestra tiene mayor preferencia en la mermelada de naranja con alfalfa, el 33% la de sangorache con fresa y el 29% prefiere la de higo con manzana frutilla; esto indica que los productos si tienen aceptación.

7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una mermelada de 300g con las anteriores características?

Tabla 29 Pregunta 7

VARIABLE	FRECUENCIA	%
\$3,00-\$4,00	270	70,13
\$4,50-\$5,00	67	17,4
\$5,50-\$6,00	48	12,47
TOTAL	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

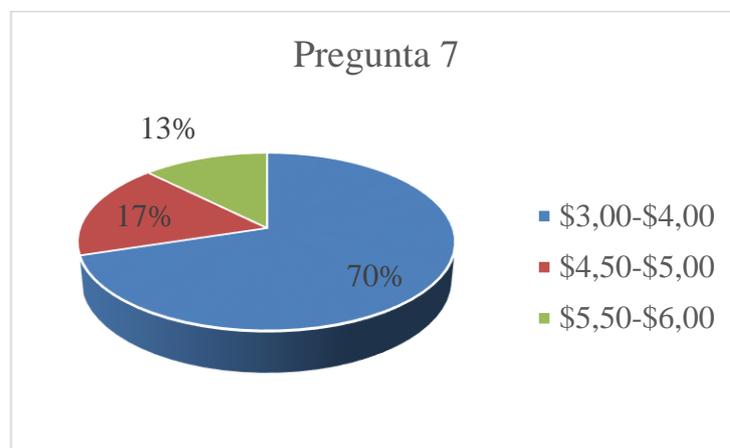


Gráfico 27 Pregunta 7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

De las personas encuestadas, en su mayoría señalaron que el precio dispuestos a pagar por la mermelada, es el menor valor de los rangos establecidos lo que indica que los precios del producto deben estar acorde a este rango para ser competitivos en cuanto en precios en el mercado.

8. ¿Dónde acude normalmente a comprar mermelada?

Tabla 30 Pregunta 8

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Supermercado	98	25,45
Tienda	176	45,71
Ferias	79	20,52
Otros	32	8,32
TOTAL	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

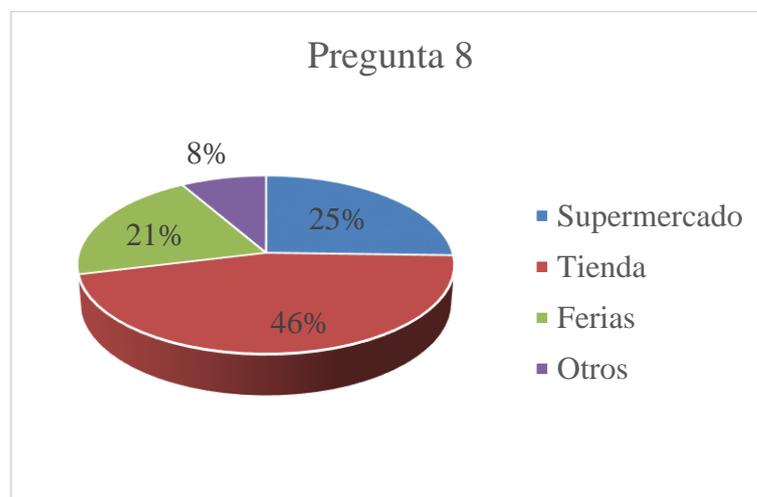


Gráfico 28 Pregunta 8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis

En esta pregunta se pudo confirmar que la mayoría de los encuestados adquieren el producto en las tiendas con un 46%, seguido por los supermercados con un 25%, un 21% lo adquiere en ferias y un 8% en otros lugares; lo cual indica que sería adecuado expandirnos a través de tiendas para lograr obtener mayor clientes y por ende maximizar ventas.

3.01.05 Demanda.

Es el conjunto de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en el mercado por parte de los clientes.

Para realizar el cálculo de la demanda actual con los datos de la encuesta se toma en cuenta los datos más relevantes de la encuesta como son la aceptación, la frecuencia de compra y el precio; para de esta manera establecer la demanda actual del producto.

3.01.05.01 Demanda Histórica.

Su objetivo es conocer el comportamiento del consumo del tiempo pasado es decir, la demanda del producto o servicio que hubo en los anteriores años.

Para el presente proyecto no se realizara la demanda histórica porque no se cuenta con ese tipo de información por lo que se procede a realizar la demanda actual.

3.01.05.02 Demanda Actual

Para calcular la demanda actual del presente proyecto se tomara como referencia los datos obtenidos en la encuesta y el crecimiento poblacional.

Tabla 31 Demanda Actual

DATOS	
Población	280437
Porcentaje de mayor frecuencia	70,91%
Precio	El 70% de los encuestados está dispuesto a pagar \$3,00-\$4,00
Porcentaje de mayor aceptación	93,51%
Total encuestas	385

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

Calculo: para realizar el cálculo respectivo, se toma como referencia los porcentajes más relevantes de la encuesta como son: aceptación del proyecto, frecuencia de consumo, y el precio.

Aceptación del producto: $280437 * 94\% = 263611$

Frecuencia: $263611 * 71\% = 187164$

Precio: $187164 * 2 \text{ dólares} = \374328

La demanda actual del producto es de \$374328 para el presente proyecto es una oportunidad para establecerse en el mercado, ya que el crecimiento de la zona determina mayor aceptación del producto.

3.01.05.03 Demanda proyectada

Proyectar la demanda es estimar lo que sucederá en un futuro con la población objetivo del proyecto, lo cual nos permite establecer la aceptación del producto con el transcurso del tiempo y si será rentable o no en un lapso de 5 años.

Tabla 32 Demanda proyectada

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2016		\$ 374.328
2017	3,30%	\$ 386.681
2018	3,30%	\$ 399.441
2019	3,30%	\$ 412.623
2020	3,30%	\$ 426.239

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

3.01.06 Oferta

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.” (Urbina, 2010)

Para establecer el cálculo de la oferta es necesario tomar como referencia el nivel de aceptación de la competencia es decir el número de encuestas a favor.

3.01.06.01 Oferta Histórica

El presente proyecto no tiene datos para poder definir la oferta histórica ya que el producto es nuevo por lo que procede a determinar la oferta actual mediante las encuestas realizadas en el centro histórico de Quito.

3.01.06.02 Oferta Actual

La oferta actual es la cantidad de productos que los vendedores están dispuestos a ofrecer distintos precios.

Para calcular la oferta del presente proyecto se utilizara la pregunta número 8 referente a la competencia de la siguiente manera; tomando en cuenta la demanda proyectada.

Calculo de la oferta

Tabla 33 Oferta Actual

AÑOS	DEMANDA	PORCENTAJE DE COMPETENCIA	TOTAL DEMANDA PROYECTADA
2016	\$ 374.328,00	45,71%	\$ 171.105

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

3.01.06.03 Oferta proyectada

“Para hacer la proyección de la oferta se tomara aquella variable como coeficiente de correlación sea más cercano a uno” (Urbina, 2010)

La oferta proyectada se establece para realizar un análisis del cual va a ser el crecimiento de la competencia en un futuro.

Tabla 34 Oferta proyectada

AÑO	PIB SECTORIAL	OFERTA PROYECTADA
2016		\$ 171.105
2017	3,80%	\$ 177.607
2018	3,80%	\$ 184.356
2019	3,80%	\$ 191.362
2020	3,80%	\$ 198.634

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

3.01.07 Productos sustitutos.

Son productos o servicios los cuales logran satisfacer la misma necesidad que otro producto o servicio.

Tabla 35 Productos sustitutos

PRODUCTO	PRODUCTO SUSTITUTO
Mermeladas con sabores no tradicionales	*Manjares de leche *Mermeladas normales *Jaleas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Alomoto

3.01.08 Balance Oferta- Demanda.

Mantener un equilibrio entre la oferta y la demanda depende del producto o servicio que se preste; si la demanda es mayor a la oferta tendremos como resultado

una demanda insatisfecha, la cual lo ha logrado acceder al producto y si accedió no logro satisfacer la necesidad.

3.01.08.01 Balance Actual

En el presente proyecto se utilizó la información proporcionada por la encuesta, desglosadas por las preguntas más relevantes sobre la necesidad de mercado que se pretende ingresar.

Tabla 36 Balance Actual

AÑO	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA
2016	\$ 374.328,00	\$ 171.105,33	\$ 203.223

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

3.01.08.02 Balance proyectado

Para determinar el balance proyectado se debe restar la demanda proyectada menos la oferta proyectada.

Tabla 37 Balance proyectado

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	\$ 386.680,82	\$ 177.607,33	\$ 209.073
2018	\$ 399.441,29	\$ 184.356,41	\$ 215.085
2019	\$ 412.622,85	\$ 191.361,95	\$ 221.261
2020	\$ 426.239,41	\$ 198.633,71	\$ 227.606

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana Alomoto

CAPITULO IV

4.01 Estudio Técnico.

“Presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal.” (Urbina, 2010)

El objetivo del estudio técnico es diseñar como se producirá el producto en la microempresa, para lo cual se debe establecer los factores que influirán para su realización; tales como:

- Localización adecuada el cual permitirá a los clientes internos y externos un fácil acceso.
- Tamaño del proyecto.
- Infraestructura necesaria.
- Maquinaria y equipos.
- Mano de obra.
- Materia prima.
- Inversión requerida.

Todo esto con la finalidad de asegurar mínimos costos y altos rendimientos.

4.01.01 Tamaño del proyecto

“El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata.” (Fernando, 2010)

4.01.01.01 Maquinaria y Herramienta requerido

Se refiere a toda la maquinaria y equipos que se relacionaran directamente con el proceso de producción.

Tabla 38 Maquinaria y Herramienta requerido

MAQUINARIA Y HERRAMIENTA			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
marmita eléctrica 150ltrs	1	\$ 650,00	\$ 650,00
recipientes	6	\$ 10,00	\$ 60,00
Cuchillos	2	\$ 4,00	\$ 8,00
mesa de trabajo	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Balanza	1	\$ 60,00	\$ 60,00
tablas para cortar	2	\$ 4,00	\$ 8,00
TOTAL		\$ 828,00	\$ 986,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

La adquisición de la maquinaria y herramienta contribuirá en la eficiencia ya que es un factor muy importante para el aumento de productividad y el volumen de producción de la microempresa.

4.01.01.02 Muebles y enseres

“son aquellos que pueden trasladarse fácilmente de un lugar a otro, manteniendo su integridad y la del inmueble en el que se hallaran depositados.”

(Adom, 2014)

Tabla 39 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Silla Giratoria	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Archivador	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Vitrinas	2	\$ 90,00	\$ 180,00
TOTAL		\$ 400,00	\$ 490,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

Los muebles y enseres serán de uso exclusivo para el proceso administrativo el cual facilitara el trabajo de la microempresa de manera ordenada existiendo así un flujo de trabajo correcto.

4.01.01.02 Mano de obra.

Recurso humano que se encuentra presente en el proceso de producción e intercambian sus conocimientos y habilidades con la finalidad de adquirir un sueldo; es un elemento fundamental para el funcionamiento de la microempresa.

Tabla 40 Mano de obra

N°	CARGO	SUELDO
1	Operario	\$ 400,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

Se menciona a las personas que laboraran en el departamento de producción es decir; las personas que se encargaran de la elaboración del producto; estas deben estar capacitadas y tener conocimientos necesarios para la ejecución del proyecto; tomando en cuenta todos los estándares de calidad para su realización.

4.01.01.04 Equipo de computación

Herramienta principal dentro de una oficina; permitirá la realización de tareas diarias dentro de cualquier organización.

Tabla 41 Equipo de computación

EQUIPOS DE COMPUTACION			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
computadora portatil (Desktop HP core i3)	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Impresora Epson L355	1	\$ 240,00	\$ 240,00
TOTAL		\$ 840,00	\$ 840,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

El equipo de computación facilitará el trabajo ya que permitirá guardar información de la microempresa, proveedores, clientes, con la finalidad de no tener ningún inconveniente en un futuro; contribuyendo a las labores de la organización.

4.01.01.05 Equipo de oficina

Tabla 42 Equipo de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Teléfono	1	\$ 40,00	\$ 40,00
calculadora casio sumadora con impresora	1	\$ 25,00	\$ 25,00
caja registradora	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total		\$ 165,00	\$ 165,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

Contribuyen con el desenvolvimiento de las gestiones administrativas siendo estos instrumentos básicos de trabajo.

4.01.02 Variables de viabilidad.

Tabla 43 Variables de viabilidad

CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR
Capital Propio	56%	\$ 4.450,39
Financiamiento	44%	\$ 3.475,14
TOTAL	100%	\$ 7.925,53

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

El financiamiento del 44 % se obtendrá con un crédito para microempresa de la cooperativa de ahorro y crédito JEP; este se utilizara para sustentar la empresa durante los primeros meses dela apertura.



MONTOS.

Máximo: \$ 20.000

Mínimo: \$ 600

PLAZO.

Hasta 10 años

INTERES:

11,20% ANUAL

Requisitos

- Apertura de cuenta Ahorro JEP.
- Cédula y certificado de votación.
- Planilla de servicio básico (agua, luz o teléfono).
- Balances, entre otros.

4.01.03 Variables de optimización.

Con la distribución adecuada se puede mejorar los siguientes puntos

- Tiempos de respuesta al cliente.
- Mínima distancia de recorrido.
- Seguridad de los trabajadores.

- Flexibilidad.
- Mejorar el servicio al cliente.
- Aumento de productividad.
- Nivelación de trabajo en todas las áreas.

4.01.03.01 Distribución de la Planta

“Proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.” (Urbina, 2010)

A continuación la descripción de las áreas que existirán dentro de la microempresa:

- ✓ Departamento administrativo.
- ✓ Departamento de producción.
- ✓ Departamento de ventas.
- ✓ Sanitario.

4.01.03.02 Matriz SLP (Systematic Layout Planning)

“Utiliza una técnica poco cuantitativa al poner distribuciones con base a la conveniencia de cercanía entre los departamentos.” (Urbina, 2010)

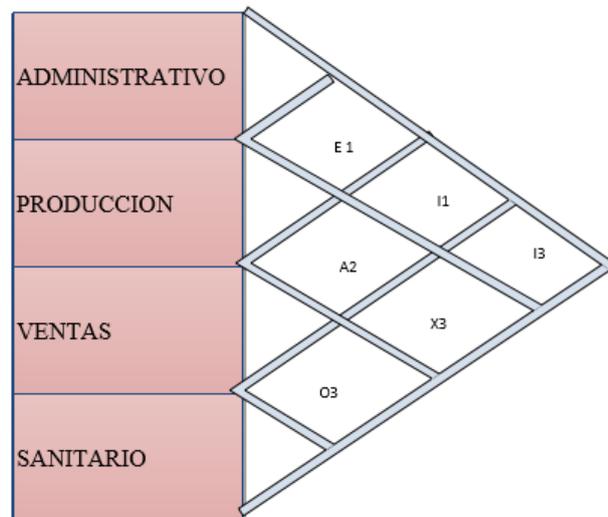


Grafico 29 Matriz SLP
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ana Alomoto

GRADOS DE CERCANIA	RAZONES DE CERCANIA
A Absolutamente necesario	1 Por razones administrativas 2 Por flujo de trabajo 3 Por higiene
E Especialmente necesario	
I Importante	
O Ordinaria	
U Unimportante	
X Indeseable	
XX Muy Indeseable	

Grafico 30 Grados y Razones de cercania
Fuente: Gabriel Vaca Urbina

4.01.04 Capacidad máxima de producción del proyecto.

Tabla 44 Capacidad máxima de producción del proyecto

TIEMPO DE PRODUCCIÓN			
N.	Actividad	Estación de Trabajo	Tiempo Total
1	lavado de materiales	Área de Producción	0:30:00
2	pelado y troceado de las frutas	Área de Producción	1:30:00
3	mezcla de ingredientes y preparación marmita eléctrica de 100lts	Área de Producción	2:30:00
4	Embotellamiento	Área de Producción	1:30:00
5	Pesado	Área de Producción	1:00:00
6	Enfriamiento	Área de Producción	1:00:00
Total Tiempo de Producción			8:00:00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

4.01.05 Localización del proyecto.

“Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital o; obtener el costo unitario mínimo.” (Urbina, 2010)

La empresa productora y comercializadora de mermeladas no tradicionales estará ubicada en el centro histórico del distrito metropolitano de Quito.

4.01.05.01 Factores generales de localización

Tabla 45 Factores generales de localización

FACTORES	PESO ASIGNADO
Materia Prima	20%
Costo de vida	10%
Transporte	5%
Arriendo	15%
Cercanía con el cliente	20%
permisos legales	20%
Proveedores	10%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ana Alomoto

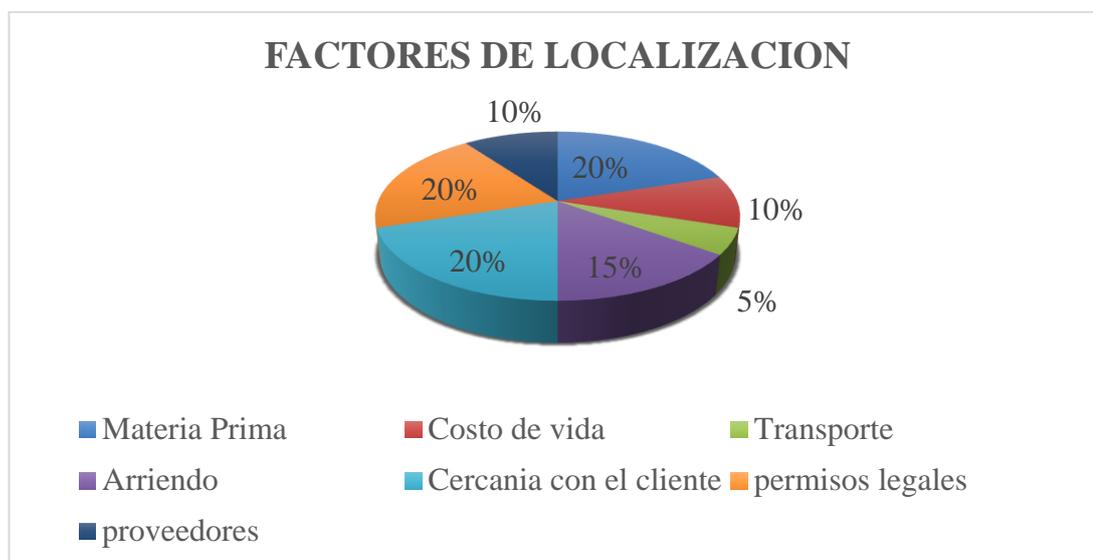


Grafico 31 Factores generales de localización
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 46 Factores generales de localización

FACTORES	Centro Histórico de Quito			Norte de Quito		Sur de Quito	
	PESO ASIGNADO	CALIF	CALIFICACION PONDERADA	CALIF	CALIFICACION PONDERADA	CALIF	CALIFICACION PONDERADA
Materia Prima	20%	8	1,6	5	1	8	1,6
Costo de vida	10%	7	0,7	9	0,9	6	0,6
Transporte	5%	5	0,25	7	0,35	6	0,3
Arriendo	15%	7	1,05	10	1,5	7	1,05
Cercanía con el cliente	20%	9	1,8	7	1,4	6	1,2
permisos legales	20%	9	1,8	10	2	8	1,6
proveedores	10%	7	0,7	2	0,2	7	0,7
TOTAL	100%		7,9		7,35		7,05

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis:

El lugar de mayor conveniencia para la localización de la microempresa es el Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito debido a que permitirá reducir costos de adquisición de materia prima y la cercanía con el cliente.

4.01.05.02 Macro localización.

La macro localización se refiere a la zona donde se situara la microempresa, ubicándolo en el país, provincia, cantón, ciudad. Con el propósito de determinar la ubicación más ventajosa tomando en cuenta su impacto productivo y económico.

Tabla 47 Factores generales de localización

País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito

Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y censos
Elaborado por: Ana Alomoto

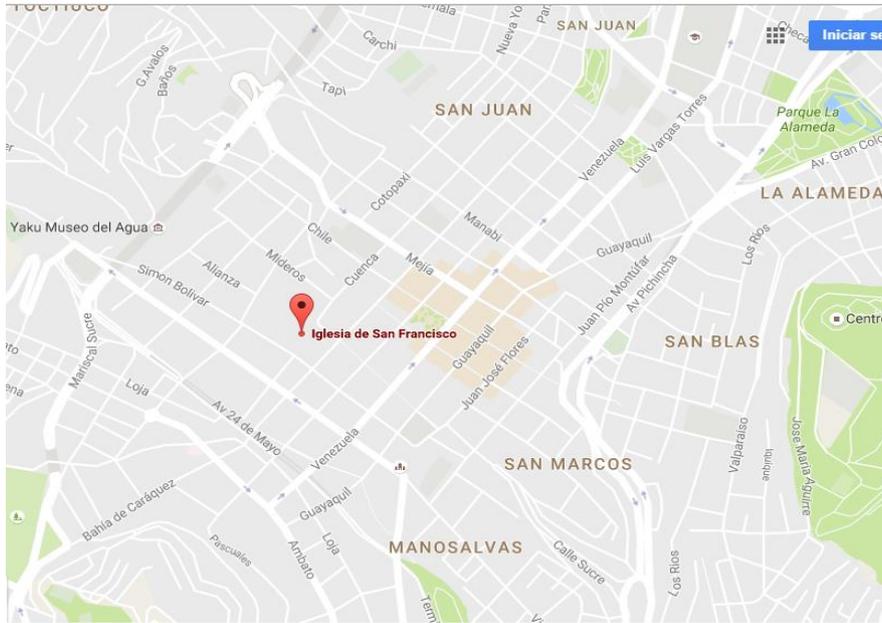


Grafico 32 Macro localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Google Maps

La microempresa estará ubicada en el centro histórico del distrito metropolitano de Quito su localización fue escogida en base al aumento poblacional que existe en el sector, a la cercanía y accesibilidad con los clientes.

4.01.05.03 Micro localización.

“Se elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.” (Calos, 2013)

Tabla 48 Micro localización

Sector	Centro de Quito
Parroquia	centro histórico del Distrito metropolitano de Quito
Dirección	calles Antonio José de Sucre y Sebastián de Benalcázar

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Alomoto



Grafico 33 Micro localización
Fuente: Google Maps



Grafico 34 Fotografía fachada

La microempresa se encontrara ubicada en el centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito en las calles Antonio José de Sucre y Benalcázar tomando en cuenta la cercanía con el cliente, fácil acceso al sitio para clientes, servicios básicos.

4.01.06 Ingeniería del proyecto.

“Es el conjunto de técnicas que resuelven todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta.” (Urbina, 2010)

4.6.1 Descripción de las instalaciones del proyecto

1.- Departamento Administrativo.

Condiciones: Área de 4,00 m², cuenta con energía eléctrica, internet, línea telefónica, instalaciones de conectores adecuados.

Función: Encargado del sistema contable de la empresa de acuerdo a las actividades de la misma; de manera que permitan medir su eficiencia.

2.- Departamento de producción

Condiciones: Área de 12,00 m², cuenta con energía eléctrica, agua potable, ventilación, conectores de maquinaria adecuados.

Función: Encargado del proceso productivo de la microempresa; elaboran el producto con los adecuados estándares de calidad.

3.- Ventas

Condiciones: Área de 6,00m², con ventilación y energía eléctrica.

Función: Brinda comodidad a clientes con una atención adecuada; atiende los requerimientos del mismo para satisfacer necesidades, a su vez gestiona la publicidad de la microempresa para el incremento del volumen de ventas.

4.- Sanitario

Condiciones: Área de 4,00 m², cuenta con energía eléctrica, agua potable, ventilación.

Función: contribuye a los estándares de sanidad de la microempresa.

4.01.06.02 Plano del negocio

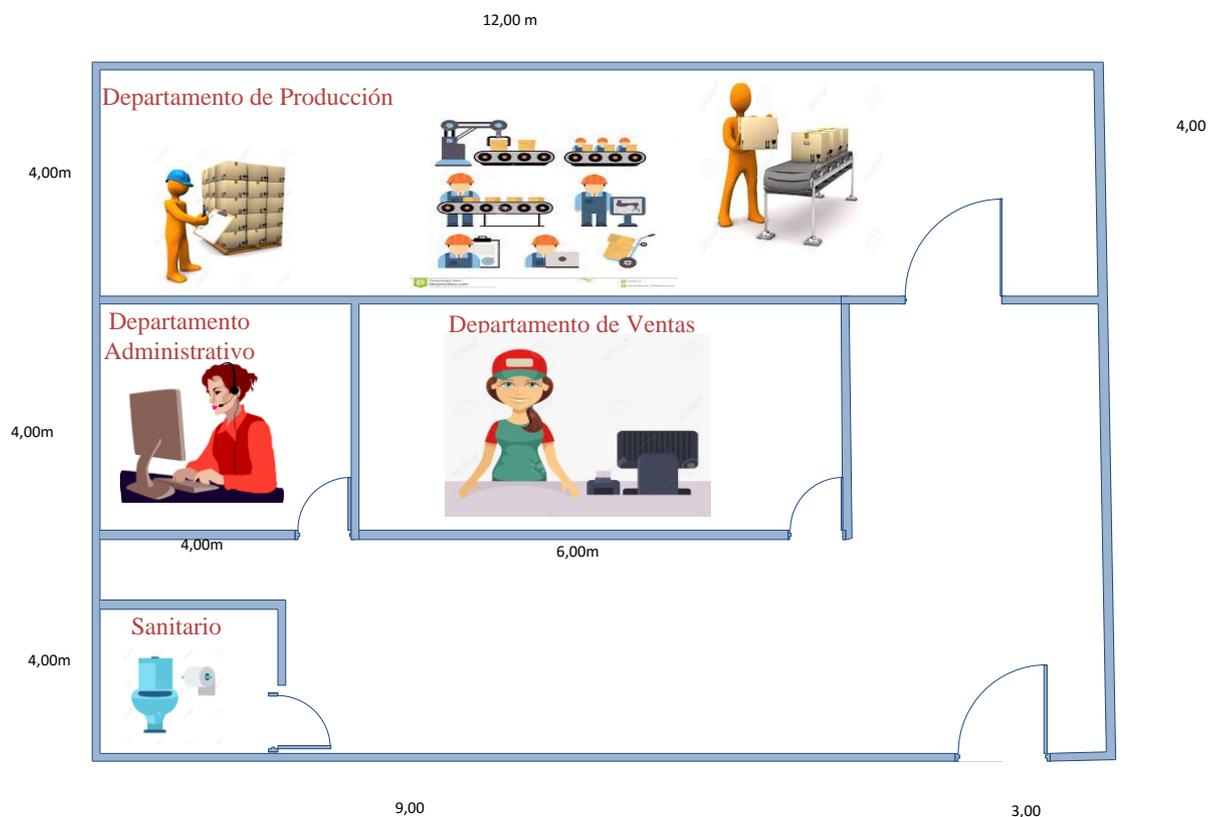


Grafico 35 Plano del negocio

Fuente: Investigación Propia

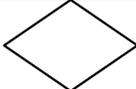
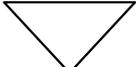
Elaborado por: Ana Alomoto

4.01.07 Diagrama de flujo del proceso de producción.

Es una representación gráfica que utiliza diversos símbolos en donde se describe las actividades realizadas en la empresa o en un proceso con mayor entendimiento.

4.01.07.01 Simbología

Tabla 49 Simbología

SIMBOLO	REPRESENTA
	Inicio o término.- Indica el principio o el fin del flujo. Puede ser acción o lugar; además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad.- Describen las funciones que desempeñan las personas involucradas en los procesos.
	Documento.- Representa cualquier documento que entre, se utilice, se genere o salga del proceso.
	Decisión o alternativa.- Indica un punto dentro del flujo donde se debe tomar una decisión
	Archivo.- Indica que se guarde un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página.- Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continua el diagrama de flujo.

Fuente: ANSI

Elaborado por: ANSI

4.7.2 Flujo grama del proceso

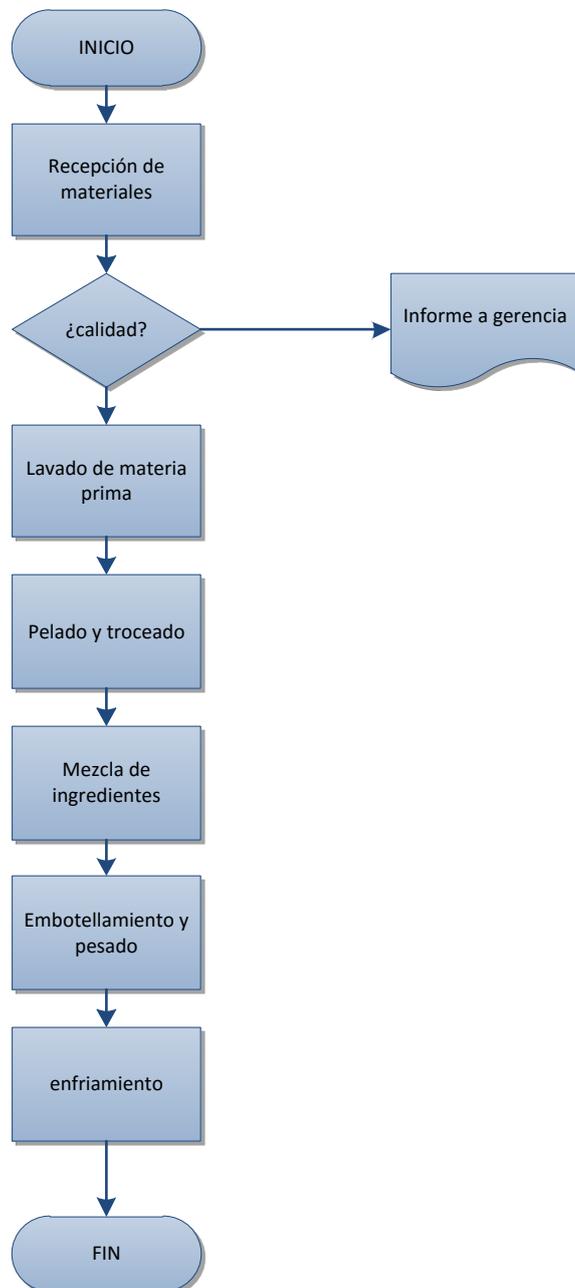


Grafico 36 Flujo grama del proceso

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

4.01.07.03 Descripción de actividades.

La descripción de la actividad es una breve explicación de lo que se va a realizar, desde el punto de origen hasta la finalidad de la actividad.

Dentro de la microempresa se debe seguir un procedimiento adecuado, preciso que se describen a continuación:

1. Recapta los materiales suficientes que se utilizara en el proceso de producción.
2. Lava frutas que se van a utilizar.
3. Se realiza el proceso de pelado y troceado de los materiales a utilizar.
4. Mezcla los ingredientes necesarios hasta obtener una contextura adecuada.
5. Se procede al proceso de embotellamiento y pesado.
6. Enfriamiento de la mermelada para la entrega al departamento de ventas.

4.01.08 Determinación de la maquinaria y equipo.

Tabla 50 Determinación de la maquinaria y equipo

N°	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	MAQUINARIA Y EQUIPO			
	marmita eléctrica 150lts	1	\$ 650,00	\$ 650,00
	recipientes	6	\$ 10,00	\$ 60,00
	Cuchillos	2	\$ 4,00	\$ 8,00
	mesa de trabajo	2	\$ 100,00	\$ 200,00
	Balanza	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	tablas para cortar	2	\$ 4,00	\$ 8,00
	TOTAL		\$ 828,00	\$ 986,00
2	MUEBLES Y ENSERES			
	Escritorios	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Silla Giratoria	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	archivador	1	\$ 120,00	\$ 120,00
	vitrinas	2	\$ 90,00	\$ 180,00
	TOTAL		\$ 400,00	\$ 490,00
3	EQUIPO DE COMPUTACION			
	computadora portatil (Desktop HP core 13)	1	\$ 600,00	\$ 600,00
	Impresora Epson L355	1	\$ 240,00	\$ 240,00
	TOTAL		\$ 840,00	\$ 840,00
4	EQUPOS DE OFICINA			
	Teléfono	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	calculadora casio sumadora con impresora	1	\$ 25,00	\$ 25,00
	caja registradora	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	Total			\$ 165,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS				\$ 2.481,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

4.01.02 Cuantificación de variables

Tabla 51 Cuantificación de variables

DETALLE	PROVEEDOR
marmita eléctrica 150ltrs	mercado libre
Recipientes	Pycca
Cuchillos	Pycca
mesa de trabajo	mercado libre
Balanza	Pycca
tablas para cortar	S&F
Escritorios	S&F
Silla Giratoria	S&F
Archivador	S&F
Vitrinas	Computron
computadora portátil (Desktop HP core 13)	Computron
Impresora Epson L355	mercado libre
Teléfono	mercado libre
calculadora casio sumadora con impresora	mercado libre
caja registradora	mercado libre

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Alomoto

La maquinaria y equipo se adquirirá mediante diferentes proveedores lo que es un beneficio para la empresa ya que no depende de un solo proveedor; y no podrá influir en los costos. Estos proveedores proporcionaran lo necesario para la ejecución del proyecto en cualquier momento ya que generalmente siempre tienen existencias de estos productos.

CAPITULO V

El estudio financiero consiste en determinar la capacidad que tiene una empresa para ser sustentable y rentable con el transcurso del tiempo, es decir que su objetivo principal es comparar ingresos y egresos para de esta manera definir si es conveniente implementar o no el proyecto.

5.01 Ingresos operacionales.

Los ingresos operacionales son los que se obtienen de las ventas relacionadas directamente con el giro de negocio; estos se calculan de manera anual para realizar las proyecciones.

Para el presente proyecto se toma en cuenta el tamaño del proyecto para de esta manera establecer los ingresos que se obtendrán con la microempresa.

Tabla 52 Ingresos operacionales

MERMELADA DE ALFALFA CON NARANJA	
DESCRIPCION	
Población Centro	280.437
Histórico	
Aceptación	94%
TOTAL DE COMPRA	263.611
Frecuencia de compra	70%
Total clientes	184.528
Aceptación del producto %	38%
Cientes Potenciales	70.120
Cientes	11%
Total anual unidades	7.713
Precio	2
Total ingresos anuales	15.426,50

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 53 Ingresos operacionales

MERMELADA DE SANGORACHA CON FRESA	
DESCRIPCION	
Población Centro	280.437
Histórico	
Aceptación	94%
TOTAL DE COMPRA	263.611
Frecuencia de compra	70%
Total clientes	184.528
Aceptación del producto %	33%
Cientes Potenciales %	60.894
Cientes Potenciales	11%
Total anual unidades	6.698
Precio	2
Total ingresos anuales	13.396,70

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 54 Ingresos operacionales

MERMELADA DE HIGO CON MANZANA	
DESCRIPCION	
Población Centro	280.437
Histórico	
Aceptación	94%
TOTAL DE COMPRA	263.611
Frecuencia de compra	70%
Total clientes	184.528
Aceptación del producto %	29%
Clientes Potenciales %	53.513
Clientes Potenciales	10%
Total anual unidades	5.351
Precio	2
Total ingresos anuales	10.702,60

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Total Ingresos anuales **39.525,80**

5.02 Ingresos no operacionales.

El presente proyecto no cuenta con ingresos no operacionales debido a que aún no se encuentra en marcha; es decir que aún no se ha generado ningún rubro.

5.03 Costos.

El costo es una variable muy importante para lograr el éxito de un proyecto; son diferentes gastos que se incurren para la elaboración de un bien o un servicio; se toma en cuenta los costos directos y los costos indirectos para establecer el precio de venta al público.

5.030.1 Costo directo

“Son los de recursos que se pueden identificar, medidos exactamente, en el producto” (Antonio, 2011)

Para el presente proyecto se toma en cuenta como costo directo a la mano de obra directa y materiales directos, los cuales son indispensables para la fabricación del producto

Tabla 55 MOD

ROL PAGOS DE PRODUCCION								
	Cargo	Sueldo Mensual	Aporte patronal IESS	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Trabajador 1	Produccion	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 448,60	\$ 5.383,20
TOTAL SUELDO		\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 448,60	\$ 5.383,20

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 56 MOD

COSTO MANO DE OBRA				
COSTO UNIDAD	DIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
0,04	20,70	103,52	448,60	5.383,20

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 57 MPD mermelada 1

ALFALFA CON NARANJA					
M.P D	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Total	Valor Mensual	Valor Anual
Alfalfa	6	\$ 0,01	\$ 0,03	\$ 0,90	\$ 10,80
Naranja	6	\$ 0,04	\$ 0,24	\$ 7,20	\$ 86,40
Stevia	20	\$ 0,01	\$ 0,10	\$ 3,00	\$ 36,00
Total		\$ 0,05	\$ 0,37	\$ 11,10	\$ 133,20

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 58 MPD mermelada 2

SANGORACHE CON FRESA					
M.P D	Cantidad	Costo	Total	Valor	Valor
	Utilizada	Unitario		Mensual	Anual
sangorache	5	\$ 0,01	\$ 0,05	\$ 1,50	\$ 18,00
Fresas	8	\$ 0,05	\$ 0,40	\$ 12,00	\$ 144,00
Stevia	20	\$ 0,01	\$ 0,10	\$ 3,00	\$ 36,00
Total		\$ 0,07	\$ 0,55	\$ 16,50	\$ 198,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 59 MPD mermelada 3

HIGO CON MANZANA					
M.P D	Cantidad	Costo	Total	Valor	Valor
	Utilizada	Unitario		Mensual	Anual
Higo	3	\$ 0,10	\$ 0,30	\$ 9,00	\$ 108,00
manzana	4	\$ 0,10	\$ 0,40	\$ 12,00	\$ 144,00
Stevia	20	\$ 0,01	\$ 0,10	\$ 3,00	\$ 36,00
Total	27	\$ 0,21	\$ 0,80	\$ 24,00	\$ 288,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.030.2 Costos Indirectos

Son todos los costos que no incurren directamente en el proceso productivo del producto; pero son necesarios para su fabricación.

Tabla 60 costos indirectos

	CIF		
	MES	UNDS	COSTO UNI
		DIA	
Servicios Básicos	\$ 150,00	500	\$ 0,02
Arriendo	\$ 250,00	500	\$ 0,03
Embaces	\$ 600,00	500	\$ 0,06

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.3.3 Gastos Administrativos

Son aquellos que no influyen directamente en la producción pero contribuyen con la administración del negocio.

Tabla 61 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Sueldo Personal Administración			\$ 1.119,14	\$ 13.429,73
Suministros de Oficina	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Arriendos	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Suministros de Limpieza	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Agua Potable	1	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Luz Eléctrica	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Teléfono	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Internet	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL			\$ 1.519,14	\$ 18.229,73

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.03.04 Gasto de ventas

Son costos que asumen para comercializar un bien o servicio, es decir la manera como se dará a conocer el producto al cliente.

Tabla 62 Gasto de ventas

GASTOS DE VENTAS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Artículos Promocionales	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Tarjetas de presentación y trípticos	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL	2	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 540,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.03.05 Gastos financieros

Se relacionan con la obtención del dinero para la operación del negocio; esto incluye los costos de intereses que se paga por un préstamo.

Tabla 63 Gastos financieros

DETALLE	VALOR
Entidad	Cooperativa de ahorro y crédito JEP
tipo de crédito	Microcrédito
Tasa de interés	11%
Monto de financiamiento	3475,14
Periodos	24
Años	2
Cuota mensual	153,39

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.03.06 Costos fijos y variables

Se entiende por costo fijo aquel que no varía con la cantidad de bienes y servicios producidos; mientras que los costos variables cambian de acuerdo al volumen de producción.

Tabla 64 Costos fijos y variables mermelada 1

ALFALFA CON NARANJA	
COSTOS FIJOS (Gto. Administrativo, ventas, financiero)	\$ 20.610,47
COSTOS VARIABLES (MP,MO)	\$ 3.173,30
COSTOS VARIABLES UNITARIO	\$ 0,41

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 65 Costos fijos y variables mermelada 2

SANGORACHA CON FRESA	
COSTOS FIJOS (Gto. Administrativo, ventas, financiero)	\$ 20.610,47
COSTOS VARIABLES (MP,MO)	\$ 3.961,47
COSTOS VARIABLES UNITARIO	\$ 0,59

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 66 Costos fijos y variables mermelada 3

HIGO CON MANZANA	
COSTOS FIJOS (Gto. Administrativo, ventas, financiero)	\$ 20.610,47
COSTOS VARIABLES (MP,MO)	\$ 4.281,04
COSTOS VARIABLES UNITARIO	\$ 0,80

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.04 Inversiones

Es el capital inicial con el que cuenta el proyecto para la compra de bienes que no son de consumo final y sirven para producir otros bienes con la finalidad de recuperarlo con las ganancias obtenidas.

5.04.01 Inversión Fija

“La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos tangibles, diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción de capital de trabajo”. (Urbina, 2010)

5.04.01.01 Activos fijos

(Urbina, 2010, pág. 143) Se entiende por activo fijo a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas, y otros. Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

Tabla 67 Activos fijos

N°	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	MAQUINARIA Y EQUIPO			
	marmita eléctrica 150ltrs	1	\$ 650,00	\$ 650,00
	Recipientes	6	\$ 10,00	\$ 60,00
	Cuchillos	2	\$ 4,00	\$ 8,00
	mesa de trabajo	2	\$ 100,00	\$ 200,00
	Balanza	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	tablas para cortar	2	\$ 4,00	\$ 8,00
	TOTAL		\$ 828,00	\$ 986,00
2	MUEBLES Y ENSERES			
	Escritorios	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Silla Giratoria	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	Archivador	1	\$ 120,00	\$ 120,00
	Vitrinas	2	\$ 90,00	\$ 180,00
	TOTAL		\$ 400,00	\$ 490,00
3	EQUIPO DE COMPUTACION			
	computadora portátil (Desktop HP core 13)	1	\$ 600,00	\$ 600,00
	Impresora Epson L355	1	\$ 240,00	\$ 240,00
	TOTAL		\$ 840,00	\$ 840,00
4	EQUPOS DE OFICINA			
	Teléfono	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	calculadora casio sumadora con impresora	1	\$ 25,00	\$ 25,00
	caja registradora	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	Total			\$ 165,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS				\$ 2.481,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.04.01.02 Activos Nominales (Diferidos)

Los activos nominales son un conjunto de bienes que corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para poner en marcha el proyecto. Por ende, es importante destacar que una inversión son gastos evitables; es decir; aquellos posteriores a la decisión de realización. Por lo tanto el costo del estudio del proyecto no constituye una inversión, ya que es un costo inevitable porque ocurre antes de la toma de decisión de ejecutar el proyecto.

5.04.01.03 Capital de trabajo

“Es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa.” (Urbina, 2010)

Tabla 68 capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes	TOTAL
Materia Prima	\$ 888,73	\$ 888,73	\$ 888,73	\$ 2.666,19
Mano de Obra	\$ 49,73	\$ 49,73	\$ 49,73	\$ 149,19
Arriendos	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 750,00
Servicios Básicos	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 750,00
Gasto Administrativo	\$ 1.159,14	\$ 1.159,14	\$ 1.159,14	\$ 3.477,43
Gasto Ventas	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 135,00
TOTAL	\$ 2.597,61	\$ 2.642,61	\$ 2.642,61	\$ 7.927,82

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.

Para poder llevar a cabo el presente proyecto se requiere de recursos económicos (capital) para realizar actividades; este recurso proviene de dos fuentes principales que son los recursos propios y deuda con una entidad financiera.

Tabla 69 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.

CUADRO DE INVERSIONES			
CONCEPTO	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y Equipo	\$ 986,00		\$ 986,00
Muebles y Enseres	\$ 490,00		\$ 490,00
Equipo de Computación	\$ 840,00		\$ 840,00
Equipo de Oficina	\$ 165,00	\$ 165,00	
Total de Activos Fijos	\$ 2.481,00	\$ 165,00	\$ 2.316,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	\$ 300,00	\$ 300,00	
Estudio de Factibilidad	\$ 150,00	\$ 150,00	
Total de Activos Diferidos	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ -
Capital de trabajo			
Materia Prima	\$ 2.704,76	\$ 2.704,76	
Mano de Obra	\$ 149,19	\$ 149,19	
Arriendos	\$ 600,00	\$ 600,00	
Servicios Básicos	\$ 375,00	\$ 375,00	
Mantenimiento			
Gasto Administrativo	\$ 1.159,14		\$ 1.159,14
Gasto Ventas	\$ 45,00	\$ 45,00	
Total capital de trabajo	\$ 5.033,10	\$ 3.873,95	\$ 1.159,14
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 7.964,10	\$ 4.488,95	\$ 3.475,14
PARTICIPACIÓN	\$ 1,00	\$ 0,56	\$ 0,44
PARTICIPACIÓN	100%	56%	44%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis: como se puede observar la inversión total es de \$ 7.925,53 de los cuales \$4.488,95 que representa el 56%, se obtendrá de los recursos propios; mientras que los \$3475,14 que es el 44% , se adquirirá de un financiamiento a través de un préstamo.

5.06 Amortización de Financiamiento y uso de fondos.

Es un proceso financiero mediante el cual se disminuye sucesivamente una deuda por medio de cuotas periódicas.

Tabla 70 Amortización de Financiamiento y uso de fondos

TABLA DE AMORTIZACIÓN						
Inversión	:		\$ 7.964,10			
Cap. Propio	:		\$ 4.488,95			
Financiamiento	:		\$ 4.000,00			
Plazo	:	24		MESES		
Interés	:	11,2%		0,47%		
Pagos	:			MENSUAL		

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	\$ 4.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.000,00
1	\$ 4.000,00	\$ 18,67	\$ 176,56	\$ 157,90	\$ 3.842,10
2	\$ 3.842,10	\$ 17,93	\$ 176,56	\$ 158,63	\$ 3.683,47
3	\$ 3.683,47	\$ 17,19	\$ 176,56	\$ 159,37	\$ 3.524,10
4	\$ 3.524,10	\$ 16,45	\$ 176,56	\$ 160,12	\$ 3.363,98
5	\$ 3.363,98	\$ 15,70	\$ 176,56	\$ 160,86	\$ 3.203,12
6	\$ 3.203,12	\$ 14,95	\$ 176,56	\$ 161,61	\$ 3.041,50
7	\$ 3.041,50	\$ 14,19	\$ 176,56	\$ 162,37	\$ 2.879,14
8	\$ 2.879,14	\$ 13,44	\$ 176,56	\$ 163,13	\$ 2.716,01
9	\$ 2.716,01	\$ 12,67	\$ 176,56	\$ 163,89	\$ 2.552,12
10	\$ 2.552,12	\$ 11,91	\$ 176,56	\$ 164,65	\$ 2.387,47
11	\$ 2.387,47	\$ 11,14	\$ 176,56	\$ 165,42	\$ 2.222,05
12	\$ 2.222,05	\$ 10,37	\$ 176,56	\$ 166,19	\$ 2.055,86
13	\$ 2.055,86	\$ 9,59	\$ 176,56	\$ 166,97	\$ 1.888,89
14	\$ 1.888,89	\$ 8,81	\$ 176,56	\$ 167,75	\$ 1.721,14
15	\$ 1.721,14	\$ 8,03	\$ 176,56	\$ 168,53	\$ 1.552,61
16	\$ 1.552,61	\$ 7,25	\$ 176,56	\$ 169,32	\$ 1.383,29
17	\$ 1.383,29	\$ 6,46	\$ 176,56	\$ 170,11	\$ 1.213,19
18	\$ 1.213,19	\$ 5,66	\$ 176,56	\$ 170,90	\$ 1.042,28
19	\$ 1.042,28	\$ 4,86	\$ 176,56	\$ 171,70	\$ 870,59
20	\$ 870,59	\$ 4,06	\$ 176,56	\$ 172,50	\$ 698,09
21	\$ 698,09	\$ 3,26	\$ 176,56	\$ 173,30	\$ 524,78
22	\$ 524,78	\$ 2,45	\$ 176,56	\$ 174,11	\$ 350,67
23	\$ 350,67	\$ 1,64	\$ 176,56	\$ 174,93	\$ 175,74
24	\$ 175,74	\$ 0,82	\$ 176,56	\$ 175,74	\$ -0,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.2.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Las depreciaciones es el desgaste que sufren los activos con el transcurso del tiempo debido al uso que se da para la producción de un bien o servicio; la siguiente tabla ha sido elaborada para un periodo de 5 años utilizando el método de depreciación en línea recta.

Tabla 71 Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Oficina	\$ 165,00	10	\$ 16,50	\$ 16,50	\$ 16,50	\$ 16,50	\$ 16,50
Equipos de Computacion	\$ 840,00	3	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00		
Muebles y Enseres	\$ 490,00	10	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00
Maquinaria y Herramienta	\$ 986,00	10	\$ 98,60	\$ 98,60	\$ 98,60	\$ 98,60	\$ 98,60
TOTAL	\$ 2.481,00		\$ 444,10	\$ 444,10	\$ 444,10	\$ 164,10	\$ 164,10

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.08 Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial o balance general es un documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera en la que se encuentra la empresa.

Tabla 72 Estado de Situación Inicial

MERMELGOOD		
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL		
ACTIVOS		
Activo Corriente		\$ 4.994,53
Bancos	\$ 4.994,53	
Activo no Corriente		\$ 2.931,00
Maquinaria y Equipo	\$ 986,00	
Muebles y Enseres	\$ 490,00	
Equipo de Computación	\$ 840,00	
Equipo de Oficina	\$ 165,00	
Gasto de Constitución	\$ 300,00	
Estudio de Factibilidad	\$ 150,00	
TOTAL ACTIVOS		\$ 7.925,53
PASIVOS		
Pasivos no Corrientes		
Préstamo Bancario por pagar		\$ 3.475,14
	\$ 3.475,14	
PATRIMONIO		
Capital		\$ 4.450,39
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 4.450,39	
		\$ 7.925,53

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

El estado de resultados refleja la situación económica de la empresa; en donde se informa detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad o pérdida del ejercicio. Así mismo nos permite realizar proyecciones futuras de los ingresos y gastos que generara la empresa y de esta manera determinar si en un futuro generará rentabilidad y viabilidad.

Tabla 73 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO						
PIB SECTORIAL		3,80%				
PORCENTAJE DE INFLACION		3,38%				
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
VENTAS	\$ 39.525,80	\$ 41.027,78	\$ 42.586,84	\$ 44.205,14	\$ 45.884,93	
(-) Costo de Ventas	\$ 13.237,83	\$ 13.685,27	\$ 14.147,83	\$ 14.626,03	\$ 15.120,39	
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 26.287,97	\$ 27.342,51	\$ 28.439,00	\$ 29.579,11	\$ 30.764,54	
(-) Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos	\$ 18.229,73	\$ 18.836,78	\$ 19.464,04	\$ 20.112,20	\$ 20.781,93	
Gastos de Ventas	\$ 540,00	\$ 557,98	\$ 576,56	\$ 595,76	\$ 615,60	
Gastos Financieras	\$ 1.840,74	\$ 1.840,74	\$ -	\$ -	\$ -	
(=) Utilidad Operacional	\$ 5.677,50	\$ 6.107,01	\$ 8.398,40	\$ 8.871,15	\$ 9.367,01	
(+) Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(-) Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(=) Utilidad A.P.E.I.	\$ 5.677,50	\$ 6.107,01	\$ 8.398,40	\$ 8.871,15	\$ 9.367,01	
(-) 15 % Participacion Laboral	\$ 851,63	\$ 916,05	\$ 1.259,76	\$ 1.330,67	\$ 1.405,05	
(=) Utilidad Antes de I.R.	\$ 4.825,88	\$ 5.190,96	\$ 7.138,64	\$ 7.540,48	\$ 7.961,96	
(-) Impuesto a la Renta PNOC	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(=) Utilidad Neta	\$ 4.825,88	\$ 5.190,96	\$ 7.138,64	\$ 7.540,48	\$ 7.961,96	
(+) Depreciaciones	\$ 444,10	\$ 444,10	\$ 444,10	\$ 164,10	\$ 164,10	
(+) Amortizaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(=) EXCEDENTE OPERACIONA	\$ 5.269,98	\$ 5.635,06	\$ 7.582,74	\$ 7.704,58	\$ 8.126,06	

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.10 Flujo de Caja

Es un estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en actividades de operación, inversión y financiación; por ende es importante su realización para la microempresa con la finalidad de evaluar los fondos disponibles que cubren los costos del proyecto.

Tabla 74 Flujo de Caja

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	\$ -7.925,53			\$ -840,00		\$ 1.100,50
Excedente Operacional		\$ 5.269,98	\$ 5.635,06	\$ 7.582,74	\$ 7.704,58	\$ 8.126,06
FLUJOS DE EFECTIVO	\$ -7.925,53	\$ 5.269,98	\$ 5.635,06	\$ 6.742,74	\$ 7.704,58	\$ 9.226,56

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.11 Evaluación.

(Urbina, 2010) El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable. En este momento surge el problema sobre el método de análisis que se empleará para comprobar la rentabilidad económica del proyecto. Se sabe que el dinero disminuye su valor real con el lapso del tiempo, a

una tasa aproximadamente igual al nivel de inflación vigente. Esto implica que el método de análisis empleado deberá tomar en cuenta este cambio de valor real del dinero a través del tiempo. (pág. 181)

La evaluación financiera determina la viabilidad y la rentabilidad que tendrá el proyecto a través del VAN, TIR desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno de la inversión.

5.11.01 Tasa de descuento

Es una tasa utilizada para descontar los flujos futuros de efectivo mediante la técnica del valor actual neto.

Tabla 75 Tasa de descuento

TASA DE DESCUENTO			
TMAR = $i + f + (i \times f)$			
i = inflación	3,38	%	0,0338
f = costo de oportunidad	8,75	%	0,0875
TMAR =	0,0875 + 0,0875 + (0,0338 X 0,0875)		
TMAR =	0,1213 + (0,0029575)		
TMAR =	0,1243		
TMAR =	12,43%		

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.11.02 VAN

Es un indicador financiero que sirve para descontar valores futuros a valores actuales. (Urbina, 2010) Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. (pág. 182)

Tabla 76 VAN

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	\$ -7.925,53	+	5.269,98	+	5.635,06	+	6.742,74	+	7.704,58	+	9.226,56
			1,1242575		1,263954926		1,42101081		1,597582056		1,796093608
VAN =	\$ -7.925,53	+	\$ 4.687,52	+	\$ 4.458,28	+	\$ 4.745,03	+	\$ 4.822,65	+	\$ 5.137,01
VAN =	\$ -7.925,53	-	\$ 23.850,48								
VAN =	\$ 15.924,95										
TIR =	70,65%										

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Análisis: El cálculo del valor actual neto es de \$15.924,95 el cual tiene una inversión inicial de \$ 7.925,53 por lo que se entiende que el proyecto es aceptable ya que es mayor a cero.

5.11.03 TIR

“La tasa interna de rendimiento es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (Urbina, 2010, pág. 184)

Tabla 77 TIR

$$\text{TIR} = 70,65\%$$

El resultado del TIR es positivo debido a que es mayor a la TMAR por lo que indica que los ingresos son mayores a los gastos y por ende el proyecto es aceptable, pues estimo un rendimiento mayor al mínimo requerido.

5.11.04 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

El periodo de recuperación de la inversión indica el tiempo específico en años, meses y días que se va a recuperar la inversión inicial.

Tabla 78 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

PERIODO DE RECUPERACION					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
				Actualizado	
0	-7.925,53	-7.925,53	1,00	-7.925,53	-7.925,53
1	5.269,98	-2.655,55	0,89	4.687,52	-3.238,01
2	5.635,06	2.979,50	0,79	4.458,28	1.220,26
3	6.742,74	9.722,24	0,70	4.745,03	5.965,29
4	7.704,58	17.426,82	0,63	4.822,65	10.787,94
5	9.226,56	26.653,38	0,56	5.137,01	15.924,95

Tabla 79 PRI

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CONSTANTES			PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	\$ 5.269,98	\$ -2.655,55	AÑO 1	\$ 4.687,52	\$ -3.238,01
1 mes	\$ 439,16	\$ -2.216,39	1 mes	\$ 390,63	\$ -2.847,39
2 mes	\$ 439,16	\$ -1.777,23	2 mes	\$ 390,63	\$ -2.456,76
3 mes	\$ 439,16	\$ -1.338,06	3 mes	\$ 390,63	\$ -2.066,13
4 mes	\$ 439,16	\$ -898,90	4 mes	\$ 390,63	\$ -1.675,51
5 mes	\$ 439,16	\$ -459,73	5 mes	\$ 390,63	\$ -1.284,88
6 mes	\$ 439,16	\$ -20,57	6 mes	\$ 390,63	\$ -894,26
7 mes	\$ 439,16	\$ 418,60	7 mes	\$ 390,63	\$ -503,63
8 mes	\$ 439,16	\$ 857,76	8 mes	\$ 390,63	\$ -113,00
9 mes	\$ 439,16	\$ 1.296,93	9 mes	\$ 390,63	\$ 277,62
10 mes	\$ 439,16	\$ 1.736,09	10 mes	\$ 390,63	\$ 668,25
11 mes	\$ 439,16	\$ 2.175,26	11 mes	\$ 390,63	\$ 1.058,88
12 mes	\$ 439,16	\$ 2.614,42	12 mes	\$ 390,63	\$ 1.449,50

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 80 PRVC

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	1 AÑOS 7MES	PRVC
---------------------------------	--------------------	-------------

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 81 PRVA

PERIODO DE RECUPERACIÓN: 1 AÑOS 9MESES PRVA

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

El tiempo en el que se va a recuperar la inversión no es mayor a 2 años lo cual indica que el proyecto es rentable.

5.11.05 RCB (Relación costo beneficio)

Es un indicador que mide el grado de desarrollo económico y bienestar que un proyecto generar, es decir mide la relación entre el valor presente de los ingresos sobre el valor presente de los egresos del proyecto para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar invertido.

Tabla 82 RCB

RELACION COSTO BENEFICIO					
	$\frac{\text{Ingresos}}{\text{Egresos}}$				
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INGRESOS	\$ 39.525,80	\$ 41.027,78	\$ 42.586,84	\$ 44.205,14	\$ 45.884,93
EGRESOS	\$ 33.848,30	\$ 34.920,77	\$ 34.188,44	\$ 35.333,99	\$ 36.517,92
	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,26

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

El resultado es mayor a 1 lo cual indica que los ingresos son mayores a los egresos es decir que en el primer año por cada dólar invertido se está ganando 0,17ctvs; al igual que el resto de los años siguientes.

5.11.06 Punto de equilibrio

“Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida.” (Jumbo, 2012)

Tabla 83 Punto de equilibrio 1

MERMELADA DE ALFALFA CON NARANJA					
$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$					
PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN					38,00%
Costos Fijos:					
Gastos Administrativos	\$ 18.229,73		\$ 6.927,30		
Gastos de Ventas	\$ 540,00		\$ 205,20		
Gasto Financiero	\$ 1.840,74		\$ 699,48		
TOTAL COSTO FIJO	\$ 20.610,47		\$ 7.831,98		
Precio de Venta unitario	\$ 2,00				
Costo Variable Unitario	\$ 0,39				
P.E. =	$\frac{CF}{p - Cvu}$	=	\$ 7.831,98	=	4.869 Unidades
			\$ 1,61		
P.E. =	4.869	X	\$ 2,00	=	\$ 9.737,69 Ventas
STADO DE RESULTADOS					
VENTAS	\$ 9.737,69				
Costo de Producción	\$ 1.905,71				
Margen de Contribución	\$ 7.831,98				
Costos Fijos	\$ 7.831,98				
Utilidad / Pérdida	-				

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

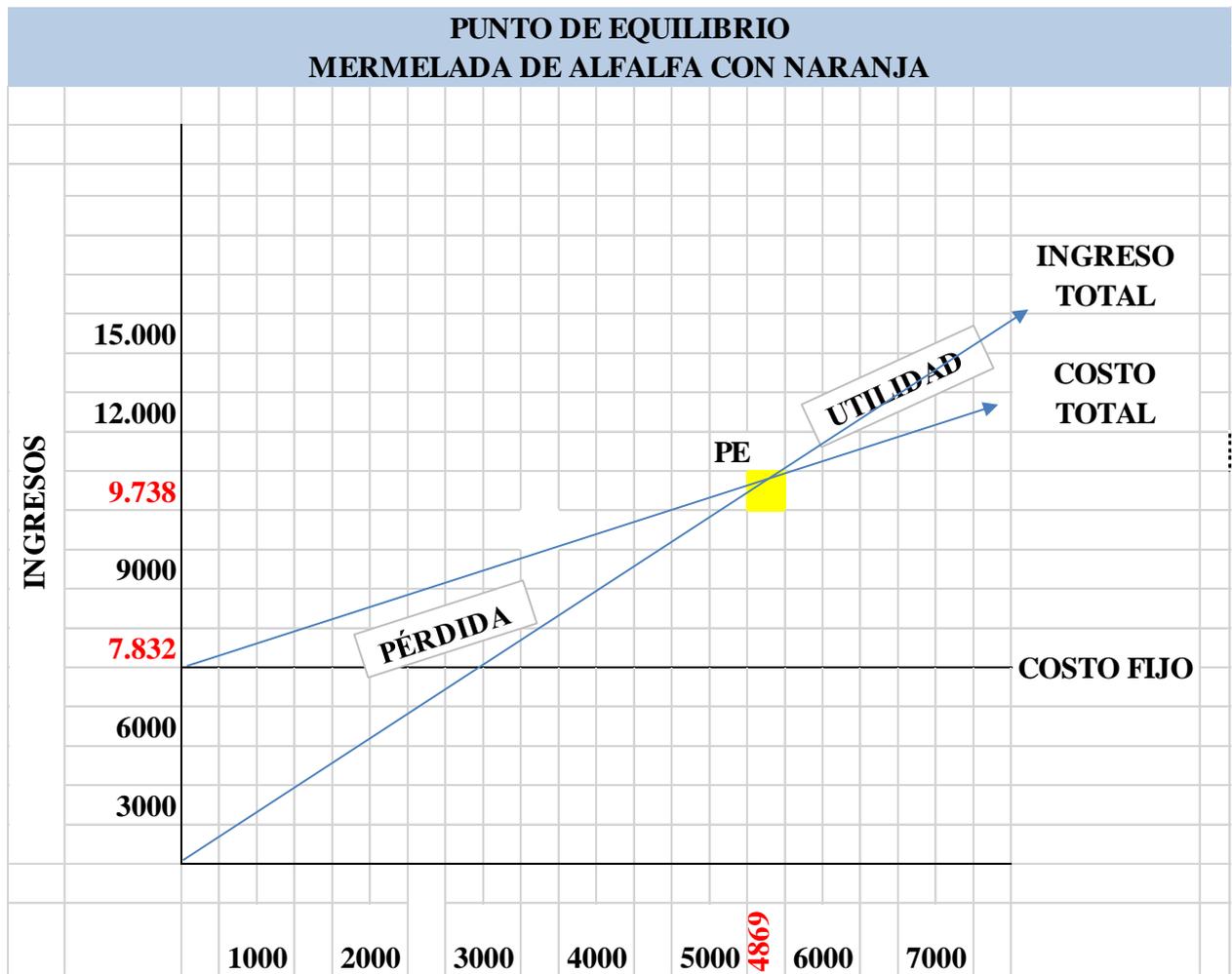


Grafico 37 Punto de equilibrio 1
Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 84 Punto de equilibrio 2

PUNTO DE EQUILIBRIO					
MERMELADA DE SANGORACHE CON FRESA					
$P.E. = \frac{CF}{p - C_{vu}}$					
PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN 33,00%					
Costos Fijos:					
Gastos Administrativos	\$ 18.229,73		\$ 6.927,30		
Gastos de Ventas	\$ 540,00		\$ 205,20		
Gasto Financiero	\$ 1.840,74		\$ 699,48		
TOTAL COSTO FIJO	\$ 20.610,47		\$ 7.831,98		
Precio de Venta unitario	\$ 2,00				
Costo Variable Unitario	\$ 0,59				
$P.E. = \frac{CF}{p - C_{vu}} = \frac{\$ 7.831,98}{\$ 1,41} = 5.560 \text{ Unidades}$					
$P.E. = 5.560 \times \$ 2,00 = \$ 11.120,30 \text{ Ventas}$					
STADO DE RESULTADOS					
VENTAS	\$ 11.120,30				
Costo de Producción	\$ 3.288,32				
Margen de Contribución	\$ 7.831,98				
Costos Fijos	\$ 7.831,98				
Utilidad / Pérdida	-				

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

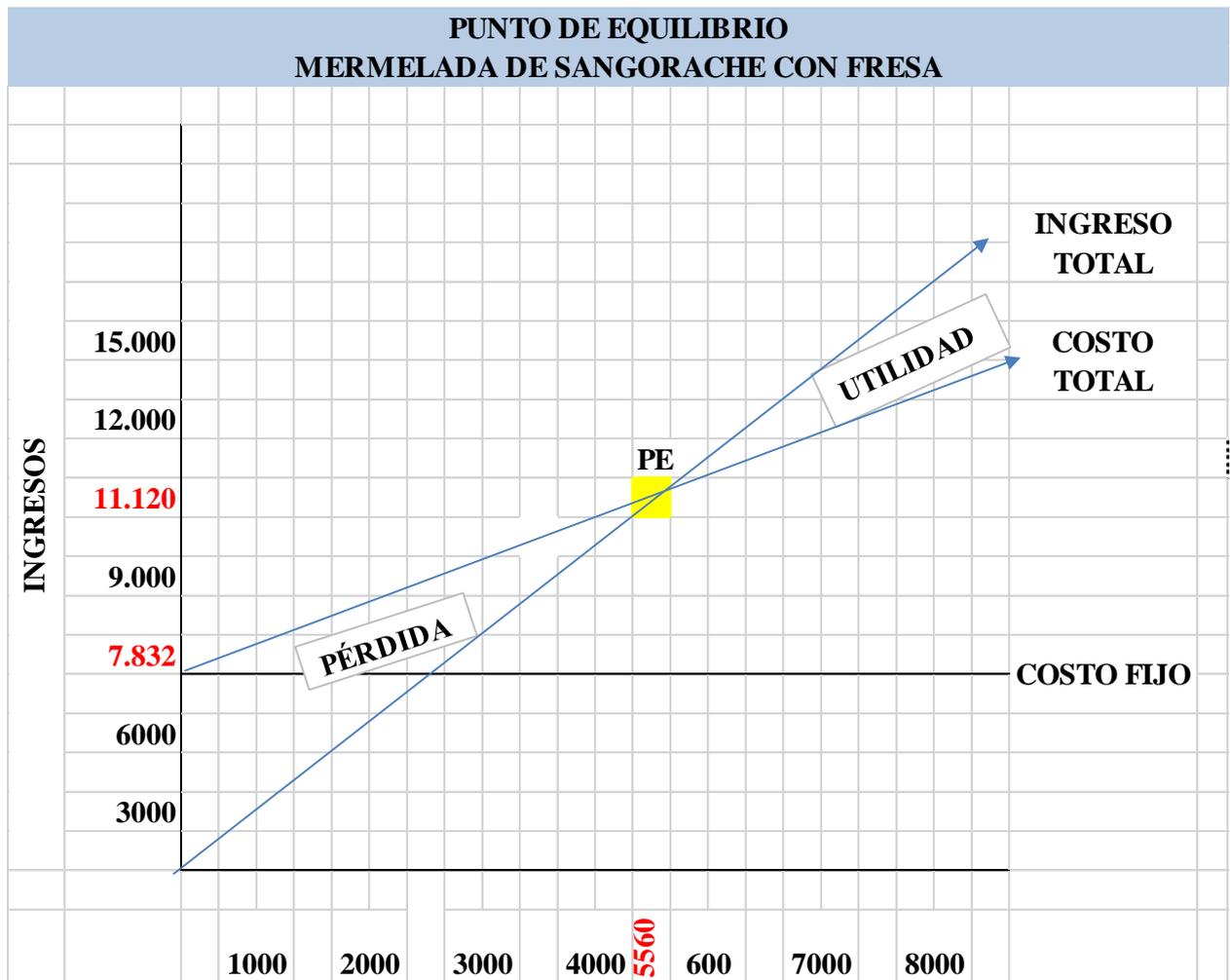


Grafico 38 Punto de equilibrio 2
Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Ana Alomoto

Tabla 85 Punto de equilibrio³

PUNTO DE EQUILIBRIO					
MERMELADA DE HIGO CON MANZANA					
$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$					
PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN 29%					
Costos Fijos:					
Gastos Administrativos	\$ 18.229,73		\$ 6.927,30		
Gastos de Ventas	\$ 540,00		\$ 205,20		
Gasto Financiero	\$ 1.840,74		\$ 699,48		
TOTAL COSTO FIJO	\$ 20.610,47		\$ 7.831,98		
Precio de Venta unitario	\$ 2,00				
Costo Variable Unitario	\$ 0,80				
P.E. =	$\frac{CF}{p - Cvu}$	=	$\frac{\$ 7.831,98}{\$ 1,20}$	=	6.527 Unidades
P.E. =	6.527	X	\$ 2,00	=	\$ 13.053,30 Ventas
STADO DE RESULTADOS					
VENTAS	\$ 13.053,30				
Costo de Producción	\$ 5.221,32				
Margen de Contribución	\$ 7.831,98				
Costos Fijos	\$ 7.831,98				
Utilidad / Pérdida	-				

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

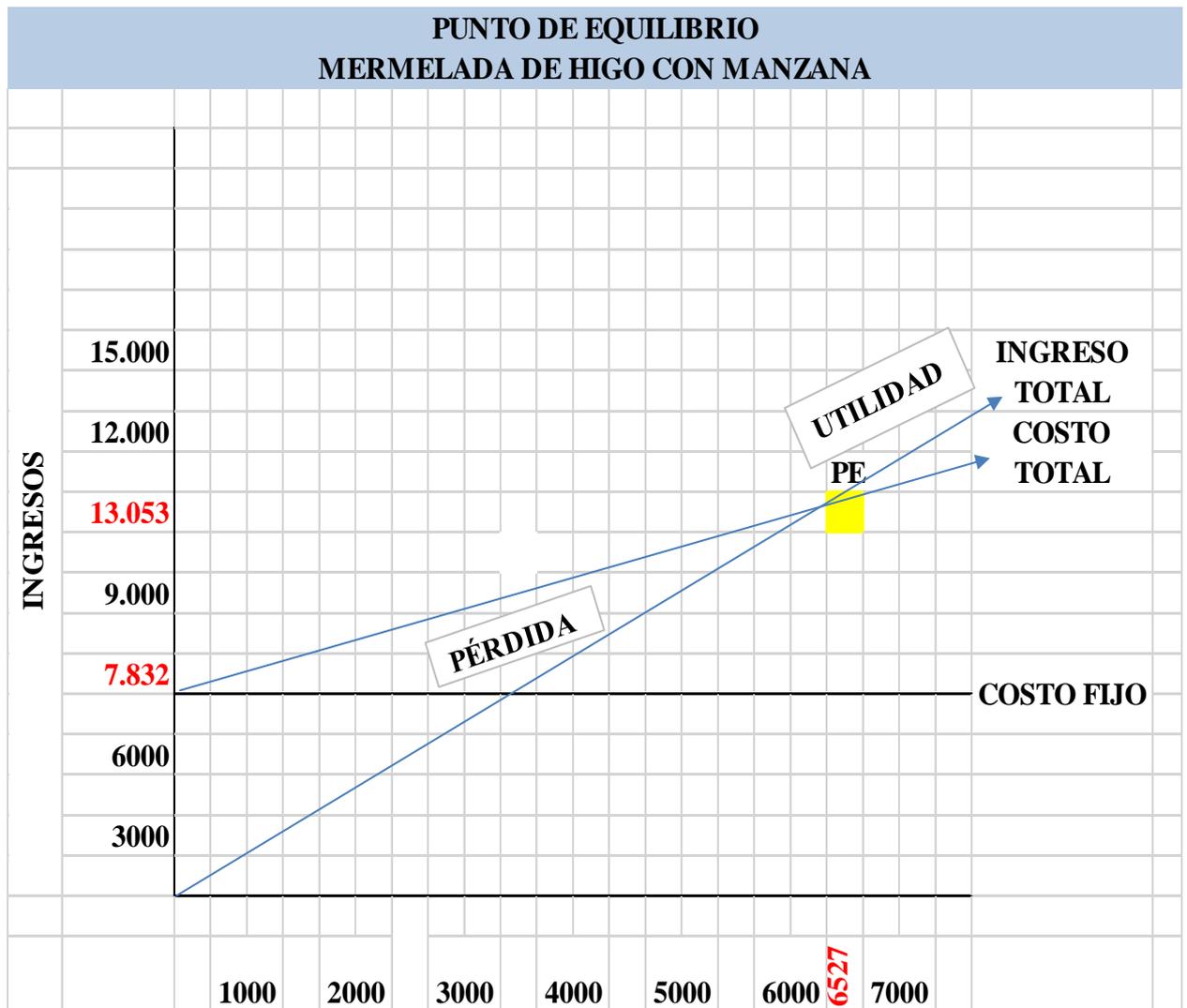


Grafico 39 Punto de equilibrio3

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana Alomoto

5.12 Análisis de índices Financieros

Los análisis financieros se realizan con relación a los estados financieros para de esta manera determinar las decisiones adecuadas para el desarrollo de la empresa interpretando y analizando cada uno de los resultados obtenidos.

5.12.01 ROE (Rendimiento sobre el patrimonio)

Mide la rentabilidad que obtiene la empresa sobre sus fondos propios

$$\text{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} * 100$$

$$\text{R.O.E} = \frac{4.825,88}{4.450,39} * 100$$

$$\text{R.O.E} = 1,08$$

Análisis: El resultado del ROE indica que el rendimiento que se obtendrá para los accionistas con el presente proyecto será de que por cada dólar invertido se generara 0,08 ctvs de ganancia.

5.12.02 R.O.A (Rentabilidad sobre Activos)

Este indicador mide la rentabilidad de la empresa con respecto a los activos que posee.

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}} * 100$$

$$\text{R.O.A} = \frac{4.825,88}{7.925,53} * 100$$

$$\text{R.O.A} = 61\%$$

Análisis: Este indicador financiero indica que; la eficiencia de los activos de la microempresa generará una rentabilidad del 61% lo cual es de beneficio para el inversionista y la microempresa.

5.12.03 ROI (Retorno sobre la inversión)

Mide la rentabilidad que va a obtener la inversión sobre la utilidad neta.

$$\text{R.O.I} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}} * 100$$

$$\text{R.O.I} = \frac{4.825,88}{7.925,53} * 100$$

$$\text{R.O.I} = 61\%$$

Análisis: La inversión del proyecto generará una rentabilidad del 61% e indica que la microempresa es eficiente utilizando el capital para obtener utilidades.

CAPITULO VI

6.01 Análisis de impactos

Se realiza un análisis de todos los aspectos que la gestión del proyecto generara en ciertos ámbitos.

6.01.01 Impacto Ambiental

La microempresa artesanal Mermelgood al elaborar productos naturales contribuye al medio ambiente ya que el proceso de producción no es muy perjudicial y a su vez los desechos de las frutas serán utilizadas como abono para plantas debido a que son orgánicas y de esta manera fomentar la conciencia ambiental.

6.01.02 Impacto Económico

La implementación del presente proyecto generará un crecimiento económico que beneficiará tanto al núcleo familiar del inversionista como a los colaboradores de la microempresa; permitiendo de alguna manera disminuir el porcentaje de desempleo existente en el país y a su vez mejorar la calidad de vida de varias familias.

El impacto económico de la microempresa también es favorable al crecimiento y desarrollo del sector artesanal, y por ende es favorable para la situación económica del país.

6.01.03 Impacto productivo

El impacto productivo que genera el presente proyecto es positivo debido a que en la actualidad se ha enfatizado mucho en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, puntualizando el objetivo N° 10: Impulsar la matriz productiva, es decir que se busca dejar de ser importadores de materia prima y de productos terminados ya que en la actualidad han incrementado las salvaguardias.

Este cambio favorece al incremento de la producción nacional, pues se prioriza y motiva al consumo de productos hechos en el país y de esta manera lograr sustituir las importaciones; de la misma manera apoyaría a las artesanías ecuatorianas, al darles la oportunidad de crecimiento en consecuencia el impacto es positivo.

6.4 Impacto Social

El impacto social del proyecto representa nuevas oportunidades de mejora ya que busca que la población cada día se relacione con productos ecuatorianos con el fin de fortalecer la calidad de vida y producción de los ecuatorianos, para de esta manera lograr el crecimiento de la microempresa y generar mayor fuertes de empleo.

CAPITULO VII

7.01 Conclusiones

Una vez realizada la investigación llegamos a las siguientes conclusiones:

La rentabilidad de la microempresa se incrementara con el transcurso del tiempo ya que mediante el estudio se determinó que el proyecto es viable y podemos recuperar lo invertido, lo que traerá grandes beneficios para la entidad.

Se deberá busca mayor número inversionistas que aporten al capital de la empresa para obtener un crecimiento que ayude a la productividad y a si vez mejorar la economía de la entidad y del país.

Con los canales de distribución y la publicidad adecuada se podrá incrementar la acogida del producto en el mercado que nos ayudará ha aumentar rentabilidad mediante herramientas de publicidad.

Se debe optimizar los costos y gastos para lograr incrementar la productividad de la entidad, y se buscará formas de financiamiento en la adquisición de materia prima para que los procesos no se paralicen.

7.02 Recomendaciones

Se recomienda implementar el proyecto a la brevedad posible, ya que de acuerdo a los indicadores financieros que obtuvimos este es viable y rentable.

También se recomienda realizar estudios permanentes de mercado para conocer las necesidades de los clientes; que se van dando con el transcurso del tiempo y cumplir con todas las normativas legales para no tener inconvenientes con las entidades de control que regulan al mercado.

Es recomendable lanzar al mercado nuevos productos, con la finalidad de diversificar los bienes ofrecidos en el mercado, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los consumidores.

Se recomienda utilizar la tecnología necesaria para incrementar el volumen de producción, de igual manera una publicidad adecuada la cual permita que el bien se llegue a conocer en el mercado y que los clientes se incentiven con el mismo, todo esto ayudará a que la microempresa se mantenga y que obtenga un crecimiento en sus ingresos.

Bibliografías

- Adom, J. (26 de Julio de 2014). *Defincion de muebles muebles*. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de Defincion de muebles muebles:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Definiciones-Bienes-Muebles/55119798.html>
- Alberto, C. (20 de febrero de 2012). *Factores Economicos*. Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de Factores Economicos:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Factores-Economicos/4445572.html>
- Alcaraz, A. A. (s.f.). *Valores*. Obtenido de Valores:
<https://es.scribd.com/doc/211373465/Buscar-3-o-4-Autores-Que-Definan-Valores>
- Antonio, B. M. (25 de Agosto de 2011). *clasificacion de los costos*. Recuperado el 17 de Octubre de 2016, de <http://www.gerencie.com/clasificacion-de-los-costos.html>
- Banco de Mexico. (28 de Agosto de 2012). *Inflacion: causas, consecuencias y medicion*. Recuperado el Mayo 30 de 2016, de Inflacion: causas, consecuencias y medicion:
http://web.uaemex.mx/feconomia/CICE/Archivos/Catedra_BM/Inflacion.pdf
- Cabrera, A. V. (13 de Mayo de 2010). *Planificacion Estrategica*. Recuperado el 10 de Julio de 2016, de Planificacion Estrategica: <file:///C:/Users/ANITA-BEL/Downloads/pla000.pdf>
- Calos, J. (25 de Mayo de 2013). *Macrolocalizacion y microlocalizacion*. Recuperado el 18 de Julio de 2016, de Macrolocalizacion y microlocalizacion:
<http://cuadromicroymacrolocalizacion.blogspot.com/2013/05/cuadro-comparativo-micro-localizacion-y.html>
- Centro Internacional de Formacion. (12 de Octubre de 2012). *Conceptos y definiciones: Poblacion economicamente activa empleo*. Recuperado el 05 de Junio de 2016, de Conceptos y definiciones: Poblacion economicamente activa empleo: <http://recap.itcilo.org/es/documentos/files-imt2/es/dg5>
- CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. (2014). *Permiso de edificaciones en bomberos de quito*. Quito. Recuperado el 09 de Junio de 2016

- Enriquez, O. (7 de Marzo de 2014). *Historia de las mermeladas*. Recuperado el 7 de Mayo de 2016, de Historia de las mermeladas:
<http://historiadelasmermeladas.blogspot.com/>
- Espinosa, R. (17 de Septiembre de 2013). *Segmentación de mercado, concepto y enfoque*. Recuperado el 28 de Julio de 2016, de Segmentación de mercado, concepto y enfoque:
<http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>
- Fernando, R. (14 de Julio de 2010). *Formulación de proyectos*. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de Formulación de proyectos:
<http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
<http://www.monografias.com/trabajos102/criterios-seleccionar-tmar-y-determinacion-ter/criterios-seleccionar-tmar-y-determinacion-ter.shtml>. (s.f.).
google. Recuperado el 01 de junio de 2015, de
<http://www.monografias.com/trabajos101/tasa-interes-rendimiento/tasa-interes-rendimiento.shtml>
- IEES. (2016). *Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral*.
- Imelda, F. J. (03 de Marzo de 2011). *Concepto de Proveedor*. Recuperado el 20 de Junio de 2016, de Concepto de Proveedor:
<https://es.scribd.com/doc/57881136/CONCEPTO-DE-PROVEEDOR>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (18 de marzo de 2015). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y subempleo Indicadores Laborales*. Recuperado el 07 de Junio de 2016, de Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y subempleo Indicadores Laborales:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Presentacion_Empleo_Marzo_2015.pdf
- Jacqueline, W. (14 de Julio de 2010). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 05 de Junio de 2016, de Metodología de la investigación:
<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Jeffer, T. (30 de 10 de 2012). *Definición de análisis situacional*. Recuperado el 10 de Mayo de 2016, de Definición de análisis situacional:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Definici%C3%B3n-De-An%C3%A1lisis-Situacional/6095817.html>

- Jumbo, A. (13 de Octubre de 2012). *El punto de equilibrio*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2016, de El punto de equilibrio:
<http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com/2012/10/el-punto-de-equilibrio.html>
- Maraña, M. (07 de Abril de 2010). *Cultura y Desarrollo Evolucion y perspectivas*. Recuperado el Junio 07 de 2016, de Cultura y Desarrollo Evolucion y perspectivas:
http://www.unescoetxea.org/dokumentuak/Cultura_desarrollo.pdf
- Matilla, K. (2010). *Conceptos Fundamentales de la planeacion estrategica de las relaciones publicas*. Barcelona: UOC.
- Miriam, B. (10 de Febrero de 2013). *Tesis de investigacion*. Recuperado el 28 de Junio de 2016, de Tesis de investigacion:
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2013/02/los-obetivos-especificos-de-la.html>
- Nunez, P. (31 de Diciembre de 2015). *Gestion Comercial*. Recuperado el 17 de Julio de 2016, de Gestion Comercial:
<http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestion-comercial/>
- Parking, M. (2007). *Macroeconomia*. Mexico: pearson educacion.
- Paulo, N. (11 de 03 de 2015). *PIB (Producto Interno Bruto)*. Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de PIB (Producto Interno Bruto):
<http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/economia/pib-producto-interno-bruto.htm>
- PRO ECUADOR. (4 de Marzo de 2013). *Balanza Comercial*. Recuperado el 30 de Mayo de 2016, de Balanza Comercial:
<http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- Sandra, V. (Noviembre de 15 de 2012). *Cliente*. Recuperado el 20 de Junio de 2016, de Cliente: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo. (2013-2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de Plan Nacional del Buen Vivir.
- Soriano, C. L. (18 de Agosto de 2011). *Marketing Mix*. Recuperado el 17 de julio de 2016, de Marketing Mix: <https://es.scribd.com/doc/166505012/Dr-Claudio-L-Soriano-Marketing-Mix-pdf>
- Sulser Valdez, R. A., & Pedroza Escandon, J. E. (2004). *Exportacion efectiva*. Mexico: ISEF.

Superintendencia del sistema financiero El salvador. (15 de Marzo de 2013). *Las tasas de interes*. Recuperado el 30 de Mayo de 2016, de Las tasas de interes:
https://www.ssf.gob.sv/descargas/educacion_financiera/Tasas_interes.pdf

Thompson, I. (septiembre de 2010). *Definicion de la encuesta*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de Definicion de la encuesta:
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

Urbina, G. B. (2010). *Evaluacion de Proyectos* (sexta ed.). Mexico: Mc Graw Hill.

Vergés, J. M. (2010). *Función directiva*. Barcelona: MCMXCII.

Wigodski, J. (14 de Julio de 2010). *Metodologia de la investigacion*. Recuperado el 06 de Agosto de 2016, de Metodologia de la investigacion:
<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>