TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

BRINDAR AL MERCADO DE CONFITERÍA UN PRODUCTO INNOVADOR, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE CONFITES A BASE DE HARINA DE MACHICA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera

Autora: Tasiguano Valladares Wendy Tania

Tutor: Ing. GALO CISNEROS

Quito, Octubre 2014

DECLARATORIA

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

Wendy Tania Tasiguano Valladares

CC: 1725545246

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Wendy Tania Tasiguano Valladares alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior “Cordillera”.

_____

CC: 1725545246

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "BRINDAR AL MERCADO DE CONFITERÍA UN PRODUCTO INNOVADOR, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE CONFITES A BASE DE HARINA DE MACHICA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO", el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es

Producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial

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

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de

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

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

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

f)_____ f)_____

C.C. Nº***1725545246*** Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE **CESIONARIO**

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar, a DIOS por permitirme llegar hasta donde estoy ahora .También a mis Padres, a mi mejor amiga Jhosseline. Ponce y sobre todo a mi Abuelita yo sé que desde el cielo ella me guía y me protege, ellos son fundamentales en mi vida.

Gracias a todos mis queridos Profesores, por sus conocimientos, consejos, y disciplina que permitieron el desarrollo de este trabajo.

Especialmente al Ing. Galo Cisneros, por el valioso aporte profesional, que me ha brindado, en el trascurso del desarrollo de mi proyecto.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto con todo mi amor a mis padres, José y Fanny, y a las personas quienes con sabiduría y paciencia, sus sabios consejos y valores, motivándome a seguir y no dejándome rendir frente a los obstáculos, agradezco por darme siempre su apoyo en todo momento y ayudarme a ser una persona de bien.

ÍNDICE

DECLARATORIA ii
CESIÓN DE DERECHOS iii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL iv
AGRADECIMIENTO vii
DEDICATORIA viii
RESUMEN EJECUTIVO xvi
ABSTRACT xvii
CAPÍTULO I 1
1 INTRODUCCIÓN 1
1.01 Justificación 1
1.02 Antecedentes 3
CAPÍTULO II 4
2 Análisis Situacional 4
2.01 Ambiente Externo 4
2.01.01 FACTOR ECONÓMICO 5
2.01.01.01.- Producto Interno Bruto (PIB) 5
2.01.01.02 Inflación 7
2.01.01.03. Riesgo País 9
2.01.01.04 Tasa de Interés 10
2.01.01.05 Tasa Activa 11
2.01.01.05 Tasa Pasiva 13
2.01.02 Factor Social 15
2.01.02.01 Tasa de Desempleo 15
2.01.03 Factor Legal 17
2.01.03.01. Registro Único de Contribuyente 18
2.01.03.02 Permisos de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos 18
2.01.03.03. Obtener el Registro de Funcionamiento 18
2.01.03.04 Obtener el Registro Sanitario 19
2.01.04 Factor Tecnológico 19
2.02 Entorno Local 20
2.02.01 Clientes 20
2.02.02 Competidores 20
2.02.03. Proveedores 21
2.03 Análisis Interno 22
2.03.01 Propuesta Estratégica 22

2.03.01.01 Misión 22
2.03.01.02 Visión 22
2.03.01.03 Objetivos 22
2.03.01.04 Objetivo General 22
2.03.01.05. Objetivo Específicos 23
2.04 Principios y Valores 24
2.04.01. Principios 24
2.04.01.02 Valores 25
2.04.01.03 Políticas 26
2.04.01.04 Gestión Administrativa 27
2.05.01 La Planificación 27
2.05.01.02 Organización 27
2.05.01.03 Dirección 28
2.05.01.04 Control 28
2.05.01.05 Organigrama Estructural de la Empresa 28
2.05.01.06 Descripción de Cargos 29
2.05.01.07 Requisitos y especificaciones 30
2.06.01 Gestión Operativa 32
2.06.01.01 Cadena de Valores 32
2.06.01.02 Gestión Comercial 34
2.06.01.03 Marketing Mix 35
2.06.01.03 Estrategia del Producto 35
2.06.01.04 Producto Sustituto 35
2.06.01.05 Estrategia de Precio 36
2.06.01.06 Estrategia de Publicidad 36
2.06.01.07 Estrategia de Promoción.. 37
2.06.01.08 Estrategia de Plaza……37
2.06.01.09 Canales de Distribución 38
CAPÍTULO III 42
3.01. Estudio de Mercado 42
3.01.01. Objetivo del Estudio de Mercado 42
3.01.01.02. Objetivo General 42
3.01.01.03. Producto 42
3.01.01.04. Análisis del Consumidor 43
3.01.01.05. Segmentación de Mercado 43
3.01.01.06. Segmentación Geográfica 43

3.01.01.07 Segmentación Demográfico 44
3.01.01.08 Determinación de la Población y Muestra 44
3.01.02. Técnicas de Obtención de Información 45
3.01.02.01. Fórmula de la Muestra Infinita 45
3.01.02.02. Encuesta 47
3.01.02.3 Tipos 47
3.02 Análisis de la Información 52
3.02 Oferta 64
3.02.01 Oferta Actual 64
3.03 Productos Sustitutos 64
3.04 Demanda 64
3.05 Demanda Insatisfecha 65
CAPÍTULO IV 66
4 Estudio Técnico 66
4.01. Tamaño del Proyecto 66
4.01.01 Capacidad Instalada 66
4.01.02 Capacidad Óptima 67
4.02 Localización 68
4.02.01 Macro Localización 68
4.02.02 Micro Localización 69
4.02.03 Localización Óptima 70
4.03 Ingeniería del Proyecto 71
4.03.01 Definición del Bienes y Servicios 71
4.03.01.02 Distribución de la Planta 71
4.03.01.03 Matriz SLP (Planeación Sistemática de la Distribución en Planta) 71
4.03.01.05. Distribución de la Planta 73
4.03.02.01 Proceso Productivo 74
4.03.02.02 Flujograma de Producción 76
4.03.02 Maquinaria y Equipo 78
CAPÍTULO V 79
5. Estudio Financiero 79
5.02 Costos 79
5.02.01 Costos Directos 79
5.02.02 Costos Indirectos 81
5.02.04 Gastos Ventas 82

5.01.06 COSTOS FIJOS Y VARIABLES **83**
5.02 Inversiones **84**
5.02.01 Inversión Fija **84**
5.02.01.02 Activos Fijos **84**
5.02.01.02 Activos Nominales (diferidos) **85**
5.02.02 Capital de Trabajo **87**
5.02.03 Amortización de Financiamiento **88**
5.02.04 Depreciación **89**
5.02.05 Estado de Situación Inicial **90**
5.02.07 Estado de Resultados Proyectados **91**
5.04.01 Tasa de Descuento(TMAR) **92**
5.04.02 Valor Actual Neto (VAN) **93**
5.04.04 Periodo de Recuperación de la Inversión **95**
5.04.05 RBC Relación Costo Beneficio **96**
5.04.07.02 Retorno sobre Patrimonio **99**
5.04.07.04 Margen de Utilidad **100**
CAPÍTULO VI **101**
6 Análisis de Impactos **101**
6.01 Impacto Ambiental **101**
6.01.02 Plan de Mitigación **102**
6.02 Impacto Económico **102**
6.03 Impacto Social **103**
6.04 Impacto Productivo **104**
CAPÍTULO VII **105**
7 Conclusiones y Recomendaciones **105**
7.01 Conclusiones **105**
7.02 Recomendaciones **106**
Bibliografía **107**
Anexos **110**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 PIB 5
Tabla 2 Inflación 7
Tabla 3 Riesgo País 9
Tabla 4 Tasa Activa 11
Tabla 5 Tasa Pasiva 13
Tabla 6 Tasa de Desempleo 15
Tabla 7 Clientes 20
Tabla 8 Competidores 21
Tabla 9 Proveedores 21
Tabla 10 Análisis Foda 41
Tabla 11 Población 44
Tabla 12 Género 52
Tabla 13 Edad de los Habitantes 53
Tabla 14 Pregunta 1 54
Tabla 15 Pregunta 2 55
Tabla 16 Pregunta 3 56
Tabla 17 Pregunta 4 57
Tabla 18 Pregunta 5 58
Tabla 19 Pregunta 6 59
Tabla 20 Pregunta 7 60
Tabla 21 Pregunta 8 61
Tabla 22 Pregunta 8 61
Tabla 23 Pregunta 9 62
Tabla 24 Pregunta 10 63
Tabla 25 Oferta Actual 64
Tabla 26 Demanda Actual 65
Tabla 27 Demanda Insatisfecha 65
Tabla 28 Maquinaria 67
Tabla 29 Capacidad de Producción 67
Tabla 30 Factores de Localización 70
Tabla 31 Maquinaria y Equipo 78
Tabla 32 Materia Prima Directa 80
Tabla 33 Mano de Obra Directa 80
Tabla 34 Costo Indirecto de Fabricación 81
Tabla 35 Gastos Administrativos 82
Tabla 36 Gastos Ventas 82
Tabla 37 Costos Fijos 83
Tabla 38 Costo Variable 83
Tabla 39 Inversión Fija 84
Tabla 40 Muebles y Enseres 85
Tabla 41 Equipo y Maquinaria 85
Tabla 42 Vehículo 86
Tabla 43 Equipo de Oficina 86
Tabla 44 Equipo de Computación 86
Tabla 45 Capital de Trabajo 87
Tabla 46 Amortización 88
Tabla 47 Depreciación 89

Tabla 48 Estado de Situación Inicial 90
Tabla 49 Estado de Resultados Proyectados 91
Tabla 50 Flujo Neto de Efectivo..... 913
Tabla 51 Cuadro de Ingresos Y Egresos..... 916
Tabla 52 Componentes Afectantes 101
Tabla 53 Plan de Mitigación 102

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 PIB **6**
Figura 2 Inflación **8**
Figura 3 Riesgo País **10**
Figura 4 Tasa Activa **12**
Figura 5 Tasa Pasiva **14**
Figura 6 Tasa de Desempleo **16**
Figura 7 Organigrama Estructural **29**
Figura 8 Cadena de Valor **33**
Figura 9 Logotipo **34**
Figura 10 Harían de Pinol **35**
Figura 11 Caja de Cartón **38**
Figura 12 Tarjeta de Presentación **39**
Figura 13 Flyer **40**
Figura 14 Ubicación Geográfica de Cotocollao **43**
Figura 15 Género **52**
Figura 16 Edad de los Habitantes **53**
Figura 17 Pregunta 1 ..... **54**
Figura 18 Pregunta 2 ..... **55**
Figura 19 Pregunta 3 ..... **56**
Figura 20 Pregunta 4 ..... **57**
Figura 21 Pregunta 5 ..... **58**
Figura 22 Pregunta 6 ..... **59**
Figura 23 Pregunta 7 ..... **60**
Figura 24 Pregunta 9 ..... **62**
Figura 25 Pregunta 10 ..... **63**
Figura 26 Macro Localización **68**
Figura 27 Micro Localización **69**
Figura 28 Matriz SLP **72**
Figura 29 Distribución de la Planta **73**
Figura 30 Flujograma de producción **76**
Figura 31 Simbologías del Flujo de Producción **77**
Figura 32 Grafico del Punto de Equilibrio **98**

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Proyecto tiene como objetivo realizar un estudio de Factibilidad para la Producción y Comercialización de Confites a base de harina de machica al Norte del Distrito Metropolitano.

El producto consiste en elaborar caramelos a base de bolitas crujientes de harina de machica que ofrecer múltiples beneficios nutrientes se los envoltura a los confites con pirotines o también llamados moldes de papel, su empaquetado es con sus respectivas cajas adornadas, lo cual mantiene la frescura y calidad.

Mediante un estudios de mercados para analizar el comportamiento de los clientes potenciales, establecer la demanda y oferta del sector económico al cual pertenece la empresa, definir las condiciones que la organización debe tener para ser competente en el mercado y la estrategia comercial de los Confites a base de harina de machica, estudio técnico que permite determinar los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto, sus respectivos costos operacionales y la ubicación del punto de venta, estudios organizacionales y legales los cuales permitirán diseñar la estructura, políticas de la microempresa teniendo en cuenta los respectivos requisitos reglamentarios para la formación de la microempresa, el estudio financiero y de rentabilidad el cual expresa mediante cifras, valores y datos la posible viabilidad del proyecto, determinando así la aprobación para la fase de ejecución.

ABSTRACT

This project aims to conduct a Feasibility Study for the Production and Marketing of Confectionery based flour Machica North Metropolitan District.

The product is to develop based candy balls crispy flour Machica nutrients that provide multiple benefits to the candy wrapper with pirotines or also called paper patterns, their packaging is adorned with their respective boxes, which keeps the freshness and quality.

Through a market study to analyze the behavior of potential customers, establish the demand and supply of the economic sector to which the company belongs, to define the conditions that the organization must have to be competent in the market and the business strategy of a Confectionery Machica flour-based, technical study to determine the resources required for the project, their operating costs and the location of the point of sale, organizational and legal studies which help to create the structure, policies considering microenterprise the respective regulatory requirements for microenterprise training, financial and profitability study which expressed by figures, data values and the potential feasibility of the project, determining approval for the implementation phase.

CAPÍTULO I

1 INTRODUCCIÓN

1.01 Justificación

El presente trabajo ha sido elaborado para analizar la factibilidad de instalar una microempresa dedicada a la producción y comercialización de confites a base de harina de machica.

Debido a que la harina de machica es uno de los sabores de múltiples beneficios nutricionales más apetecidos por los consumidores especialmente por las mujeres y niños, se ha tomado la decisión de darle forma a este exquisito producto, a través de la aplicación y diversa variedad de figuras animadas.

Los resultados obtenidos servirán para contribuir el cambio de la matriz productiva generando fuentes de empleo para brindar la máxima eficiencia en sus productos y servicios, que a su vez estará constantemente innovando, a un precio accesible para todos, estableciendo el compromiso a desarrollar todos los procesos orientados hacia la satisfacción del consumidor buscando siempre ofrecer un valor agregado.

El estudio de factibilidad pretende conocer la viabilidad comercial, técnica, organizacional, legal y financiera para la creación de confites a base de harina de machica. Busca además determinar aquellos factores que pueden influir positiva o negativamente antes, durante y posterior a su ejecución.

La idea surge debido a la gran importancia que tiene el producto que puede ser consumido a cualquier hora del día y para todo nivel de consumo, gracias a las propiedades nutrientes, los confites a base de harina de machica ofrece alto niveles de beneficios a los consumidores, tales como: cero grasas, mayor nivel proteínico, vitaminas A, B, C, E y energía.

Elaborar productos de calidad que favorece el crecimiento y mejora el sistema de defensa, para los niños, y ayuda a los adultos mayores a proteger la salud del corazón y para el mejor rendimiento de todo ser humano y su salud.

1.02 Antecedentes

La cebada molida da origen a la harina conocida como "máchica". El cultivo de la cebada se registra desde tiempos remotos en el sudeste de Asia o África septentrional, y se cree que fue una de las primeras plantas domesticadas al comienzo de la agricultura ya que existen indicios del consumo de su grano (15000 años A.C.) en Egipto; los romanos y griegos también la conocieron e incluso se han hallado restos de pan de cebada procedentes de la edad de piedra en Suiza.

La harina de cebada o machica protege la salud del corazón, por su baja cantidad de grasa y su contenido en ácidos grasos esenciales y fibra, permite controlar la glucemia (nivel de azúcar la sangre), esencial en las personas con diabetes y con sobrepeso. Los confites a base de harina de machica es un alimento que, por sus múltiples beneficios nutricionales, es recomendado para personas de todas las edades. Es rica en vitaminas A, B, C, E; mineral y proteínas, Energía, Glúcidos, Nutrientes de reacción alcalina que neutralizan los ácidos gástricos. Además, contiene potasio en conjunto con la vitamina A, ayuda a las personas que favorece el crecimiento y que mejora el sistema de defensas, que permite mantener un correcto equilibrio del agua corporal.

El Sector Manufacturera alimenticio que consiste en la transformación de materias primas en productos elaborados o productos terminados para su distribución y consumo de los confites a base de harina de machica.

CAPÍTULO II

2 Análisis Situacional

Nos permite ver el contexto actual de la microempresa, ya que se considera datos pasados, presentes y futuros proporcionando una base para seguir el proceso de la planificación estratégica, además toma en cuenta los factores internos y externos. (analisis-situacional, 2010)

2.01 Ambiente Externo

El término entorno externo (o el medio ambiente externo), designa todo conjunto de variables externas a la organización pero que la influencian, directa o indirectamente y también puede ser influida por ella. En el entorno externo, incluye el contexto económico, tecnológico, sociocultural, político-legal (Gestion. org, 2011)

2.01.01 Factor Económico

2.01.01.01.- Producto Interno Bruto (PIB)

Es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (economia.com.mx, 2014)

Datos Estadísticos

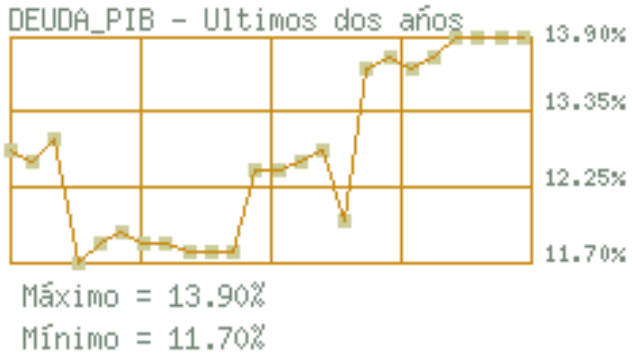
Tabla 1 PIB

FECHA	VALOR
SEPTIEMBRE-30-2013	13.90 %
AGOSTO-31-2013	13.90 %
JULIO-31-2013	13.90 %
JUNIO-30-2013	13.90 %
MAYO-31-2013	13.70 %
ABRIL-30-2013	13.60 %
MARZO-31-2013	13.70 %
FEBRERO-28-2013	13.60 %

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central

Figura 1 PIB



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central

Análisis:

El crecimiento positivo en el Ecuador muestra el 13,90%, en el mes de septiembre del 2013, mientras que las industrias que más aportan al PIB, son las del Sector manufacturero alimenticio, lo que contribuye favorablemente como una oportunidad más a las microempresas del país.

2.01.01.02 Inflación

Es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de una economía en un periodo determinado. (econlink.com, 2013)

Datos Estadísticos

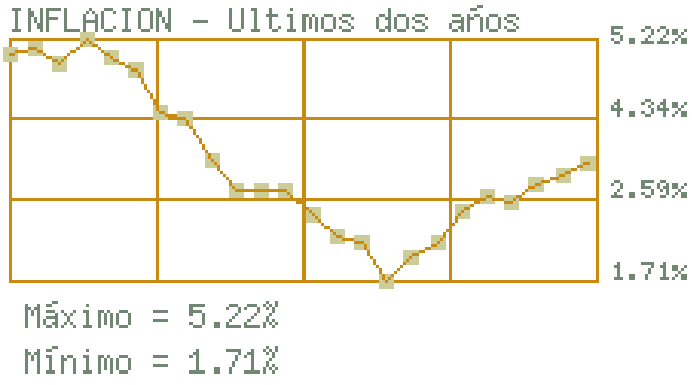
Tabla 2 Inflación

FECHA	VALOR
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central

Figura 2 Inflación



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central

Análisis:

En el año 2014 la Inflación tiene un crecimiento económico de 5,22% lo que representa un Oportunidad en el proyecto, se mantiene los precios de la canasta básica familiar alcanzando una remuneración del 97%, y las ventas de los productos no han disminuido

2.01.01.03. Riesgo País

Es un indicador sobre las posibilidades de un país emergente de no cumplir en los términos acordados con el pago de su deuda externa, ya sea al capital o sus intereses; cuanto más crece el nivel del "Riesgo País" de una nación mayor es la probabilidad de que la misma ingrese en demora de pagos. (bce.fin.ec, 2014)

Datos Estadísticos:

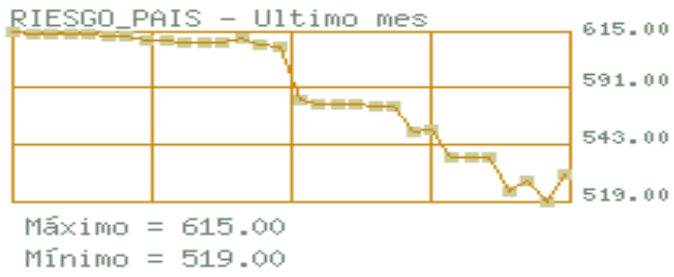
Tabla 3 Riesgo País

FECHA	VALOR
Septiembre-01-2014	316.00
Agosto-31-2014	316.00
Agosto-30-2014	316.00
Agosto-29-2014	316.00
Agosto-28-2014	354.00
Agosto-27-2014	393.00
Agosto-26-2014	396.00
Agosto-25-2014	397.00
Agosto-24-2014	398.00
Agosto-23-2014	398.00
Agosto-22-2014	398.00
Agosto-21-2014	400.00
Agosto-20-2014	399.00
Agosto-19-2014	406.00
Agosto-18-2014	408.00
Agosto-17-2014	409.00
Agosto-16-2014	409.00
Agosto-15-2014	409.00
Agosto-14-2014	410.00
Agosto-13-2014	410.00
Agosto-12-2014	412.00

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central

Figura 3 Riesgo País



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central

Análisis:

Para el presente proyecto el Riesgo País, es una oportunidad para invertir, en el mes de septiembre podemos observar la tabla el valor total de 615.00, que mide el grado de confianza que muestra el Estado en el Ecuador, mientras menor sea el índice tiende a aumentar porque se considera que tiene más capacidad de pago para sus deudas.

2.01.01.04 Tasa de Interés

Las tasas de interés son el precio del dinero. Si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio. (Soto, 2007)

2.01.01.05 Tasa Activa

Es la tasa que cobran las entidades financieras por los préstamos otorgados a las personas naturales o empresas, son activas porque son recursos a favor de la banca.

Datos Estadísticos

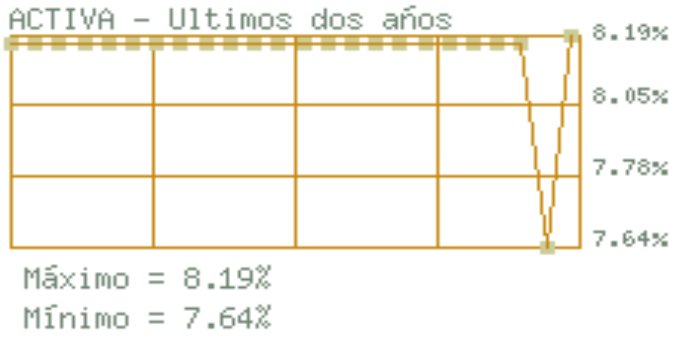
Tabla 4 Tasa Activa

FECHA	VALOR
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central

Figura 4 Tasa Activa



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central

Análisis:

Para el presente proyecto se puede observar, el porcentaje de la tasa de interés activa se ha incrementado en un 8.34% según la tabla en el mes de octubre del 2014, lo cual para la microempresa sería una amenaza puesto que para la iniciativa será necesario un capital de trabajo, para la adquisición de nuevos implementos, entre otros, y será de gran importancia solicitar un crédito.

2.01.01.05 Tasa Pasiva

Es un precio que una institución crediticia tiene que pagar por el dinero que recibe en calidad de préstamo o depósito.

Datos Estadísticos

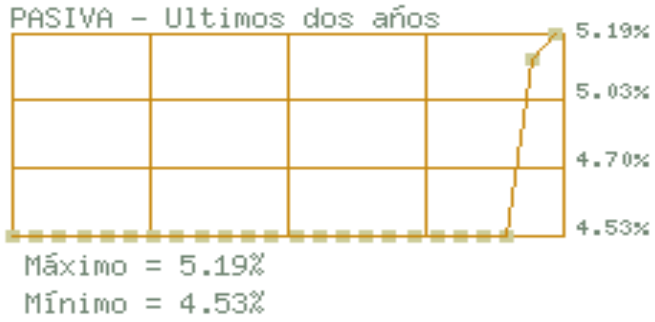
Tabla 5 Tasa Pasiva

FECHA	VALOR
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central

Figura 5 Tasa Pasiva



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central

Análisis

Como se puede analizar, la tasa de interés pasiva en el mes de octubre del 2014, según la tabla representa un porcentaje que se ha aumentado a un 5.08%, en cuanto a los meses anteriores ha ido variando de porcentajes.

2.01.02 Factor Social

2.01.02.01 Tasa de Desempleo

Situación en la que se encuentran las personas que teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar no pueden conseguir un puesto de trabajo viéndose sometidos a una realidad, que no pueden encontrar un ocupación laboral. (celade.cepal.org, 2008)

Datos Estadísticos

Tabla 6 Tasa de Desempleo

FECHA	VALOR
Junio-30-2014	5.71 %
Marzo-31-2014	5.60 %
Diciembre-31-2013	4.86 %
Septiembre-30-2013	4.55 %
Junio-30-2013	4.89 %
Marzo-31-2013	4.64 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %
Septiembre-30-2011	5.52 %
Junio-30-2011	6.36 %
Marzo-31-2011	7.04 %

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central

Figura 6 Tasa de Desempleo

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central

Análisis:

Como se puede observar, la tasa de desempleo en el Ecuador ha disminuido en el transcurso de los dos últimos años con un 4,55%, lo que muestra un crecimiento en los sectores productivos del país, lo cual genera una oportunidad para la implementación de la microempresa.

2.01.03 Factor Legal

Patentes Municipales

Obtención de Patentes por primera vez: Presentar en las Administraciones

Requisitos generales:

- ✓ Formulario de inscripción de patente. (descargar de: www.quito.gob.ec / Formularios de descarga)
- ✓ Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- ✓ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- ✓ Copia del RUC en el caso que lo posea.
- ✓ Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- ✓ Copia de la Escritura de Constitución en caso de Personas Jurídicas.
- ✓ Si el trámite lo realiza una tercera persona:
- ✓ Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
- ✓ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.

2.01.03.01. Registro Único de Contribuyente

Personas Naturales

- ✓ Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- ✓ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- ✓ Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo (SRI, 2012)

2.01.03.02 Permisos de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- ✓ Solicitud de inspección del local;
- ✓ Informe favorable de la inspección;
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de la calificación artesanal. (bomberosquito, 2012)

2.01.03.03. Obtener el Registro de Funcionamiento

En general para otorgar el Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos avigilancia y control sanitario que constan en el Acuerdo ministerial N°818 y que son competencia de la ARCSA se solicita los siguientes requisitos

- ✓ Croquis de ubicación del establecimiento especificando: cantón, parroquia, sector, calle principal número e intersecciones.
- ✓ Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; o LUAE en el caso de establecimientos ubicados en el D. M.Q.(guiaosc.org, 2013)

2.01.03.04 Obtener el Registro Sanitario

- ✓ Reglamentos, Normativas, Resoluciones y Disposiciones Internas
- ✓ Instructivos para el Usuario (Requisitos, Formatos de Solicitudes y Formularios)
- ✓ Base de Datos (Listado de Productos Registrados)
- ✓ Control de Post-Registro – Información (salud.gob.ec , 2014)

2.01.04 Factor Tecnológico

Es un factor fundamental la tecnología dentro de una microempresa para poder desarrollar para el crecimiento, funcionamiento y progreso de una microempresa. Este crecimiento abarca todo lo que refiera a las ventas, producción, diseños, distribución y en fin, prácticamente, estos factores benefician en gran mayoría, aunque también perjudican y provocan como cualquier beneficio una gran inversión. (todoempresa.com, 2008)

Análisis:

Se contar con una tecnología de punta lo que se genera un aspecto positivo y productivo para el desarrollo de la microempresa, porque facilita todas las actividades y permite mantenerse en el mercado.

2.02 Entorno Local

2.02.01 Clientes

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización, por lo cual es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.(promonegocios.net, 2009)

Tabla 7 Clientes

Supermercados	• Aki • Santa María • Supermaxi
Confiterías	• Colonial • Colaciones Tradición • Olga María

Fuente: Entorno Local

Elaborado por: Wendy Tasiguano

2.02.02 Competidores

Empresas del mismo sector que ofrecen productos y servicios similares a los producidos por otra empresa, a los potenciales clientes. Con el fin de captar nuevos clientes o poder satisfacer las nuevas necesidades de los consumidores.(aulafacil.com, 2010)

Tabla 8 Competidores

EMPRESAS	DIRECCIÓN
Entre Dulces	Condado Shopping
Tía	Cotocollao

Fuente: Entorno Local

Elaborado por: Wendy Tasiguano

2.02.03. Proveedores

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias artículos, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. (e-conomic.es, 2011)

Tabla 9 Proveedores

PROVEEDORES	**PRODUCTO**
Tecni Harina	Machica
Azúcar Valdez	Azúcar

Fuente: Entorno Local

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

Como se puede analizar en la tabla ofrecerán a la microempresa productos para su elaboración; cada proveedor determinara sus propias políticas de pago, siempre dando apertura a negociaciones que beneficien a las dos partes.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

2.03.01.01 Misión

Producir y comercializar confites a base de harina de machica de la más alta calidad, elaborados con ingredientes frescos y naturales que satisfagan las expectativas de todos los consumidores, trabajando bajo los valores de responsabilidad y efectividad, para así colaborar al cuidado de la salud del ser humano.

2.03.01.02 Visión

Ser líder en el mercado de la producción y comercialización de confites tradicionales al Norte de Quito, brindando un producto innovador y de buena calidad, cumpliendo con un grado máximo de satisfacción y atención para los consumidores de las exigencias del mercado.

2.03.01.03 Objetivos

Establecer la factibilidad para la producción de confites a base de machica que cubra con las características de los consumidores con respecto a la harina existente en el mercado y si el producto de manera que resulte innovador y competitivo**.**

2.03.01.04 Objetivo General

Elaborar Confites a base de harina de machica con múltiples nutriente con el menor costo accesible para la población, con el afán de ser reconocido en el mercado.

2.03.01.05. Objetivo Específicos

- ✓ Posicionar el producto a nivel local en el mercado para el consumo de los Confites a base de harina de machica para el consumidor.

- ✓ Determinar las características deseadas del producto, para el consumidor final, mediante la realización del estudio de mercado.

- ✓ Comercializar el producto dentro del mercado alimenticio, en esta parte se dará a conocer y probar el producto dando a los consumidores para determinar el grado de aceptación del producto.
- ✓ Disminuir el índice de desnutrición al Norte de Quito.

- ✓ Realizar una evaluación financiera del proyecto.- mediante indicadores financieros la viabilidad y factibilidad para el desarrollo del proyecto es una buena alternativa de inversión.

2.04 Principios y Valores

2.04.01. Principios

- ✓ **Servicio**

El cliente es siempre lo más importante y el objetivo es conseguir en todo momento el 100% de su satisfacción. La rapidez en el servicio, el trato amable y personal y la constante adaptación a los gustos del cliente son los medios para conseguirlo.

- ✓ **Adaptación y Personalizar**

Las empresas ganadoras desarrollan productos "a la medida de los consumidores", buscando personalizar al máximo los productos con el objeto de generar exclusividad.

- ✓ **Calidad**

En el desempeño administrativo, organizacional y de producción, pues esto se reflejará en el producto y en la satisfacción del cliente.

- ✓ **Cooperación**

Es importante la ayuda y compañerismo dentro de la empresa, esto permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en conjunto. (americo.usal.es, 2011)

2.04.01.02 Valores

- ✓ **Participación**

  Promover la participación activa de todo el personal en la toma de decisiones.

- ✓ **Respeto**

  Escuchar y valorar a los demás buscando armonía personal y laboral.

- ✓ **Trabajo en Equipo**

  Buscar el logro de objetivos organizacionales.

- ✓ **Convivencia**

  Mantener la disposición al diálogo en la interacción cotidiana como punto de partida de la solución de conflictos.

- ✓ **Solidaridad**

  Actuar siempre con la disposición a ayudar a los compañeros cuando necesiten de apoyo; regidos por la cooperación para lograr los objetivos propuestos por la empresa.

- ✓ **La Laboriosidad**

  Es el gusto por trabajar y esforzarse en conseguir objetivos sin rendirse.

- ✓ **Puntualidad**

  En la entrega del producto, es decir entregar el producto al cliente a la hora y fecha establecida. (utn.edu.ec, 2007)

2.04.01.03 Políticas

Las políticas son un elemento necesario en la constitución de una empresa, ya que con ella se tiene un control de procedimientos, y normas de regulación, mismos que deben ser acatados por los miembros de la empresa.

Políticas Laborales

- ✓ Se utilizaran el Código de trabajo para el pago de sueldos
- ✓ Todo empleado gozara con todos los beneficios sociales por la ley le corresponde y además todos los beneficios que le ofrece la entidad.
- ✓ Otros beneficios y sanciones serán impuestas de acuerdo al Código de Trabajo.

Políticas del Producto y el Cliente

- ✓ Ofrecer un producto que cumpla con las normas y exigencias del cliente y que cumpla con los estándares establecidos
- ✓ Cumplir en la negociación con los clientes puesto que son fundamentos en la empresa.
- ✓ Establecer la lealtad de los clientes a través de investigación y mejora a los productos que demande el cliente. (gestiopolis.com, 2006)

2.04.01.04 Gestión Administrativa

Es la ciencia social aplicada o tecnología social que tiene por objeto de estudio las organizaciones, y la técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos de una organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo. (gestionadministrativaconceptos.blogspot.com, 2011)

2.05.01 La Planificación

Planificar implica estudiar con anticipación los objetivos y acciones para definir qué se realizará en el futuro, siempre utilizando algún método, plan o lógica. La planificación ayuda a fijar prioridades, permite concentrarse en las fortalezas de la organización, ayuda a tratar los problemas de cambios en el entorno externo, entre otros aspectos. (apuntesgestion.com, 2013)

2.05.01.02 Organización

Se trata de determinar qué recurso y actividades se requieren para alcanzar los objetivos de la organización. Luego se debe diseñar la forma de combinarla en grupo operativo, es decir, crear la estructura departamental de la empresa. (promonegocios.net, 2013)

Para que exista un papel organizacional y sea significativo para los individuos, deberá de incorporar:

- ✓ Objetivos verificables que constituyen parte central de la planeación.
- ✓ Una idea clara de los principales deberes o actividades.
- ✓ Una área de discreción o autoridad de modo que quien cumple una función sepa lo que debe hacer para alcanzar los objetivos.

2.05.01.03 Dirección

Dirigir implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. La relación y el tiempo son fundamentales para las actividades de la dirección. De hecho la dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos. (tiemposmodernos.eu, 2011)

2.05.01.04 Control

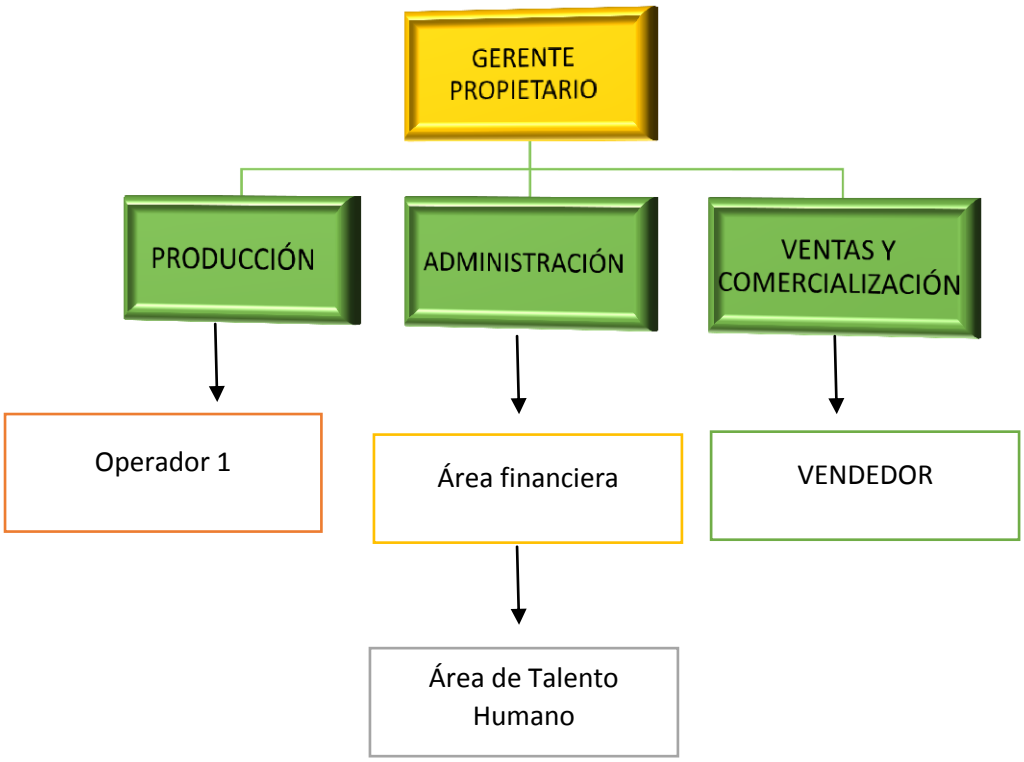
El control se refiere a los mecanismos utilizados para garantizar que la conducta y desempeño se cumplan con las reglas y procedimientos de una empresa.

2.05.01.05 Organigrama Estructural de la Empresa

Los organigramas son diagramas que representan gráficamente y de manera simplificada la estructura formal que posee una organización. De forma los organigramas muestran las principales funciones dentro de la organización.

(definicion.de/organigrama, 2010)

Figura 7 Organigrama Estructural



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

2.05.01.06 Descripción de Cargos

La dependencia indica de quien es la responsabilidad del correcto desarrollo de las funciones asociadas al cargo.

2.05.01.07 Requisitos y especificaciones

Aquí se establecen los requerimientos de formación profesional y los años de experiencia necesaria para desempeñar las funciones y actividades del cargo.

Gerente Propietario

Supervisión de tareas administrativas y operativas gestión en el proceso de compra y venta del producto.

- ✓ Revisar que se cumplan con los principios de Administrativos y contables de aceptación general.
- ✓ Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.
- ✓ Velar por la aplicación de la norma y el cumplimiento de las normas de la organización.
- ✓ Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por la organización y por el cliente.
- ✓ Responsable en cumplimiento de las funciones y objetivos del área Administrativa.

Jefe de Ventas y Comercialización

Es aquel que se encarga de controlar, organizar y dirigir la comercializar los productos, bienes o servicios.

- ✓ Diseñar y hacer permanente seguimiento al cumplimiento del presupuesto de ventas para el mercado.
- ✓ Preparar los Pronósticos de Ventas.
- ✓ Buscar y elegir otros Canales de Distribución y Venta.
- ✓ Desarrolla planes y estrategias de marketing.
- ✓ Ampliará la cartera de clientes.

Trabajadores de Producción

Son todas personas encargadas de transformar la materia prima en un producto terminado para la comercialización.

- ✓ Realizan las transformaciones de la materia prima.
- ✓ Maniobra las Maquinarias
- ✓ Se rige al cumplimiento de los objetivos
- ✓ Examinar e inspeccionar contenedores, materiales y productos para asegurar que se cumplan las especificaciones del paquete.
- ✓ Registrar información sobre productos, empaques, pedidos utilizando los formatos y registros especificados.
- ✓ Cargar materiales y productos en equipos de procesamiento de paquetes.
- ✓ Organiza los procesos de distribución.

Distribución. Se encarga de que el producto terminado llegue a los intermediarios y consumidores.

- ✓ Debe cumplirá con las rutas establecidas para la distribución de productos
- ✓ Presentaran las facturas que respalden la entrega del producto.

(gestiopolis.com, 2013)

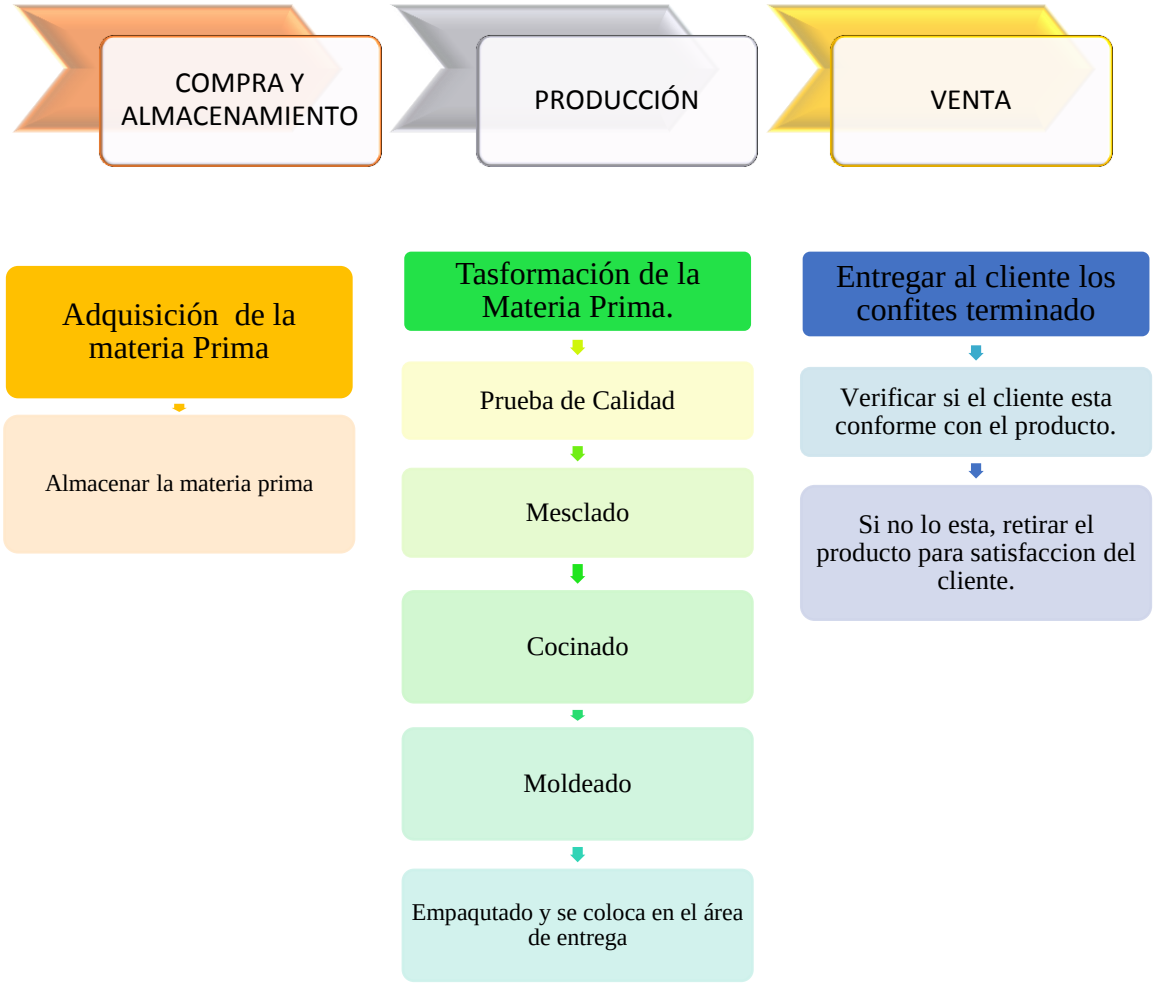
2.06.01 Gestión Operativa

Se entiende por gestión operativa o "gestión hacia abajo" la que realiza el directivo hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos, para la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual. (buenastareas.com, 2013)

2.06.01.01 Cadena de Valores

Se denomina cadena de valor, pues considera a las principales actividades de una empresa como los eslabones de una cadena de actividades (las cuales forman un proceso básicamente compuesto por el diseño, producción, promoción, venta y distribución del producto), las cuales van añadiendo valor al producto a medida que éste pasa por cada una de éstas. (gestion.org/estrategia., 2009)

Figura 8 Cadena de Valor



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

2.06.01.02 Gestión Comercial

Es el conjunto ordenado de acciones dirigidas a vender productos o servicios a los consumidores y coordinar con el resto de funciones de la empresa.

- ✓ NOMBRE de la MICROEMPRESA

CANDY'MACHK

- ✓ ESLOGAN

  Endúlza tu vida sanamente

- ✓ LOGOTIPO

Figura 9 Logotipo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

2.06.01.03 Marketing Mix

Es el análisis de estrategia en los aspectos internos de la empresa, que se fundamenta en el análisis de cuatro variables fundamentales denominada las 4P.

2.06.01.03 Estrategia del Producto

Es cualquier elemento que se puede ofrecer a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad, incluye objetos físicos.

- ✓ La calidad del producto que se elabora, este debe cumplir las expectativas que el cliente tiene del artículo de compra.

2.06.01.04 Producto Sustituto

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Figura 10 Harían de Pinol

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

2.06.01.05 Estrategia de Precio

El precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. Se conoce como la cantidad de dinero que la sociedad debe dar a cambio de los Confites a base de harina de machica o el servicio que se va a brindar.

EL Precio Por Unidad es de 0,15 ctvs.

2.06.01.06 Estrategia de Publicidad

La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificando para informar, persuadir o recordar a un grupo objeto acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores.

Se clasifican en:

- ✓ Dar a conocimiento del producto con sus ofertas al mercado
- ✓ Utilizar mensajes claros.
- ✓ Destacar los beneficios de los servicios.

2.06.01.07 Estrategia de Promoción

La promoción en los servicios puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios como productos.

- ✓ Promoción y comunicación en el punto de venta
- ✓ Publicidad y relaciones públicas
- ✓ Comunicación por Internet

2.06.01.08 Estrategia de Plaza

Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura). Es decir, la microempresa pondrá a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos.

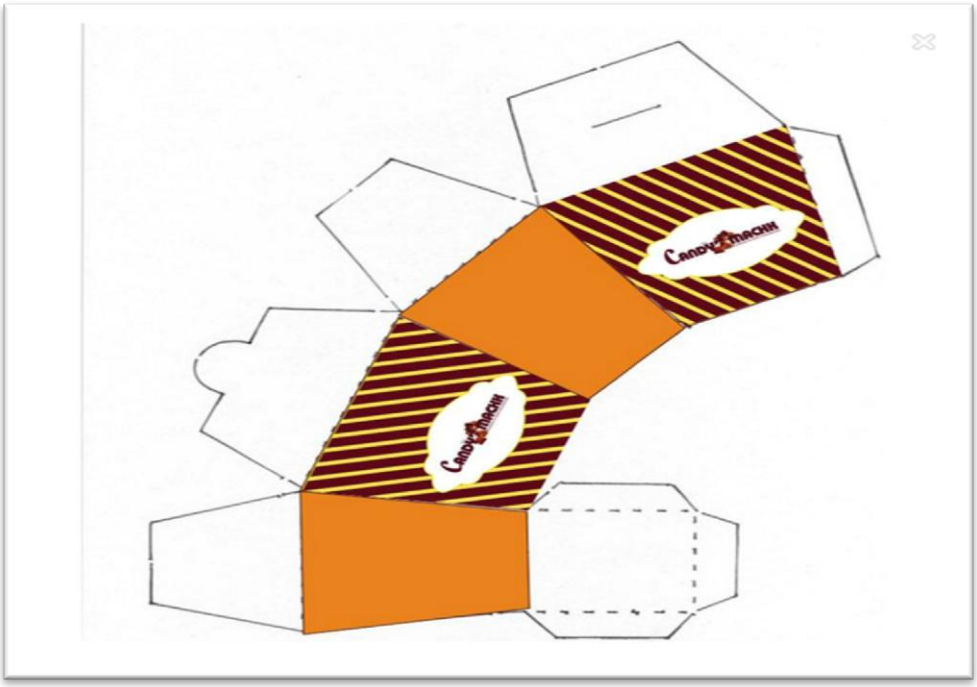
2.06.01.09 Canales de Distribución

Es una estructura que va desde el punto de origen del producto hasta el consumidor. Los productos se mueven de los canales de mercadotecnia por medio de la distribución física.

MATERIAL P.O.P

Caja de Cartón

Figura 11 Caja de Cartón



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Tarjeta de presentación

Figura 12 Tarjeta de Presentación

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

FLYER

Figura 13 Flyer

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

2.04 ANÁLISIS FODA

Tabla 10 Análisis Foda

INTERNO / EXTERNO	FORTALEZAS F1Producto caseros que forma parte de las tradiciones. F2El Personal estará altamente capacitado. F3 El Producto con alto contenido nutricional.	DEBILIDADES D1Producto Nuevo D2Producto no posesionado en el mercado D3 Falta de planificación interno D4 Producto no apto para diabéticos.
OPORTUNIDAD	FO-Estrategia Maxi-Maxi	DA-Estrategia Mini-Mini
O1 Ubicación estratégica de la microempresa. O2Producto de consumo en ocasiones especiales. O3Costo del producto accesible al adquirir en distribuidoras	Como ya es una tradición consumir la machica, se transformación en un dulce tradicional, que ayuda al desarrollo de la producción de los confites y se ubicara en el Sector de Cotocollao un sector muy comercial.	El perfil juega un papel en el nivel de aceptación de los clientes, y tener convenios con otras entidades para promocionar el producto.
AMENAZA	FA-Estrategia Maxi-Maxi	DA-Estrategia Mini-Mini
A1La mala atención al cliente. A2 Incremento de la competencia O3Que no tenga acogida en el mercado	Los precios deben ser accesibles a pesar de los altos costos que genera la producción, de esta forma satisfacer a los clientes con la atención y el producto.	Tener una buena planificación así se lograra los objetivos de la empresa y se establecerá convenios con los proveedores, y se lograra que pueda tener una buena acogida en el mercado.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

CAPÍTULO III

3.01. Estudio de Mercado

El estudio de mercado, es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado

3.01.01. Objetivo del Estudio de Mercado

3.01.01.02. Objetivo General

Determinar las características del producto y el nivel de aceptación en el Sector de Cotocollao al Norte de Quito.

3.01.01.03. Producto

Producir confites a bases de harina de machica de alta calidad, exquisito sabor, debido a que la harina de machica, es un gran alimento para el ser humano, que brinda beneficios nutricionales para el cuidado de la salud de la persona que deseen consumir el producto.

3.01.01.04. Análisis del Consumidor

Es el estudio de los consumidores, muestras al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que consideran van a satisfacer sus necesidades, es decir quien consume el producto para obtener su beneficio central o utilidad puede ser la persona que toma la decisión de Adquirir.

(mercadotecnia.mty., 2011)

3.01.01.05. Segmentación de Mercado

Proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la microempresa. (promonegocios.net, 2009)

3.01.01.06. Segmentación Geográfica

Se establecido en la Parroquia de Cotocollao, se encuentra hacia al norte del D.M de Quito que se determina como una zona comercial.

Figura 14 Ubicación Geográfica de Cotocollao

Fuente: Google maps

Elaborado por: Wendy Tasiguano

3.01.01.07 Segmentación Demográfico

Los Confites es un producto de mayor consumo dentro de la población por lo tanto la edad de los consumidores esta entre 18 a 65 años**.**

3.01.01.08 Determinación de la Población y Muestra

Población

Una población se precisa como un conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes (Estadística para administración , 2001)

Tabla 11 Población

Circunscripciones Electorales - Provincia de Pichincha					
CIRCUNSCRIPCION No. 1					
	CANTON	POBLACIÓN CANTONAL	PARROQUIA	TIPO PARROQUIA	POBLACION PARROQUIAL
CIRCUNSCRIPCION 1	QUITO	2239191	BELISARIO QUEVEDO	U	48324
			CARCELEN		55301
			COCHAPAMBA		58004
			COMITE DEL PUEBLO		47421
			CONCEPCION		32269
			COTOCOLLAO		31263
			EL CONDADO		89558
			IÑAQUITO		42822
			ITCHIMBIA		35495
			JIPIJAPA		34868
			KENNEDY		69484
			MARISCAL SUCRE		12976
			PONCEANO		54412
			RUMIPAMBA		28134
			SAN ISIDRO DEL INCA		43603
			SAN JUAN		54831

Fuente: Circunscripciones Electorales

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Muestra

Una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia", (Cadenas Alvaro, 2003)

3.01.02. Técnicas de Obtención de Información

3.01.02.01. Fórmula de la Muestra Infinita

$$n = \frac{Z^2.p.q}{e^2}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Población

e= Error de estación

P= Probabilidad de ocurrencia "éxito"

Q= Probabilidad no ocurrencia "fracaso"

Z= Valor expresado en desviación típicos y que está en función de un nivel de confianza dado.

Tabulación

n= Tamaño de la muestra

N= *31.263*

e= 5%

P= 50%

Q= 50%

Z= 95% = 1.96

Calculo de la Muestra

$$n = \frac{Z^2.p.q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1{,}96)^2(0.50)(0.50)}{0{,}0025}$$

$$n = 384$$

El resultado del cálculo obtenido en la muestra, se entiende que se deberán aplicar la cuesta a 384 personas al Norte de Quito.

3.01.02.02. Encuesta

Son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a prioridad las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se haya obteniendo.

3.01.02.3 Tipos

Encuestas Basadas en Entrevistas Cara a Cara

Consisten en entrevistas directas o personales con cada encuestado. Tienen la ventaja de ser controladas y guiadas por el encuestador, además, se suele obtener más información que con otros medios (el teléfono y el correo). Sus principales desventajas son el tiempo que se tarda para la recolección de datos, su costo que es más elevado que las encuestas telefónicas. Para hacer preguntas y el lenguaje corporal que utiliza, todo lo cual puede influir en las respuestas del encuestado).

Encuestas por Internet

Este tipo de encuesta consiste en "colocar" un cuestionario en una página web o en enviarlo a los correos electrónicos de un panel predefinido. Sus principales ventajas son: 1) la amplia cobertura a la que se puede llegar (incluso a miles de encuestados en varios países y al mismo tiempo), 2) el ahorro de tiempo (se puede obtener miles de encuestas. respondidas en cuestión de horas), los bajos costos (que son menores a las encuestas.

Encuestas Postales

Consiste en el envío de un "cuestionario" a los potenciales encuestados, pedirles que lo llenen y hacer que lo remitan a la empresa o a una casilla de correo. Para el envío del cuestionario existen dos medios: 1) El correo tradicional y 2) el correo electrónico (que ha cobrado mayor vigencia en los últimos años). Las principales ventajas de este tipo de encuesta están relacionadas con la sinceridad con que suelen responder los encuestados (al no tener la presión directa que supone la presencia del encuestador), el bajo costo (en relación a la encuesta cara a cara y por teléfono). (promonegocios.net, 2010)

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ENCUESTA

La presente encuesta es para obtener información estadística para determinar el nivel de aceptación de una microempresa productora y comercializadora de Confites a base de harina de Machica.

Marque con X la respuesta que crea conveniente.

Género:

Masculino ☐ Femenino ☐

Edad 18 a 30 ☐ 31 a 45 ☐ 46 a 65 ☐

1. ¿Usted conoce la harina de Machica?

   SI ☐ NO ☐

2. ¿Usted consume alimentos elaborados de Machica?

   SI ☐ NO ☐

3. ¿Estaría dispuesto a consumir confites a base de machica?

   SI ☐ NO ☐ Tal vez ☐

4. ¿Conoce usted de la nutrición que adquiere al momento de consumir confites a base de machica?

   SI ☐ NO ☐

5. ¿Con que frecuencia consume usted Confites?

   Diariamente ☐ Mensualmente ☐

   Semanalmente ☐

   Quincenalmente ☐

6. Para la compra de confites ¿a qué lugar usted acude?

   Supermercados ☐ kioscos ☐

   Tiendas de Barrio ☐

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la Caja de Confites a base de machica?

Presentación	0,10-0,20ctvs.	0,20-0,25ctvs.	Hasta 0.30ctvs en adelante
Confites por unidad			

8. Al momento de elegir los confites usted que toma en cuenta?

Calidad ☐ Presentación ☐

Precio ☐

Cantidad ☐

9. ¿Qué tipo de marca prefiere para consumir confites?

Confiteca ☐ Colombina ☐

Universal ☐ Otros ☐

10. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una microempresa producción y comercialización de Confites a base de Machica en el Sector de Cotocollao?

SI ☐ NO ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!

3.02 Análisis de la Información.

Se procederá a analizar todos los datos estadísticos obtenidos en el estudio de mercado.

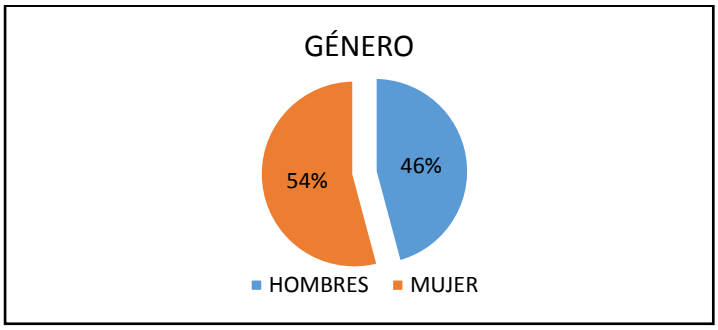
Tabla 12 Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Hombres	176	46%
Mujer	208	54%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Figura 15 Género



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

En la presente encuesta elaborada acerca del género se puede concluir que el 54% de mujeres van hacer las principales consumidoras que tendrá la microempresa.

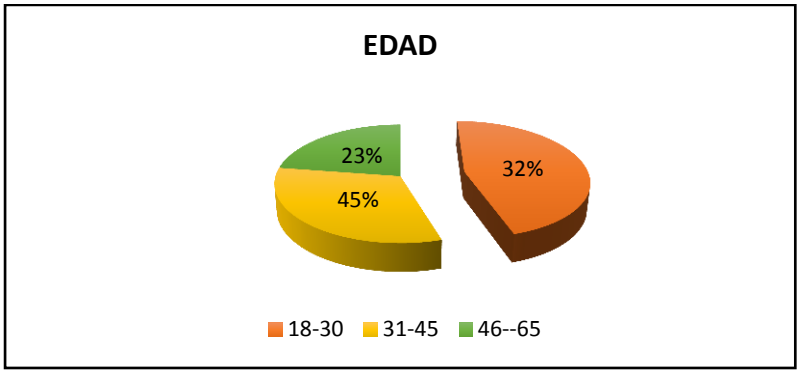
Tabla 13 Edad de los Habitantes

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-30	174	45%
31-45	123	32%
46-65	87	23%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Figura 16 Edad de los Habitantes



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

En la encuesta elaborada acerca de la edad se puede concluir que el producto va hacer más adquirido entre las personas jóvenes desde los 18 a 30 años que representa el 45%, los encuestados son el 35%, entre 31a 45 años y el 23%, entre los 46 a 65 años.

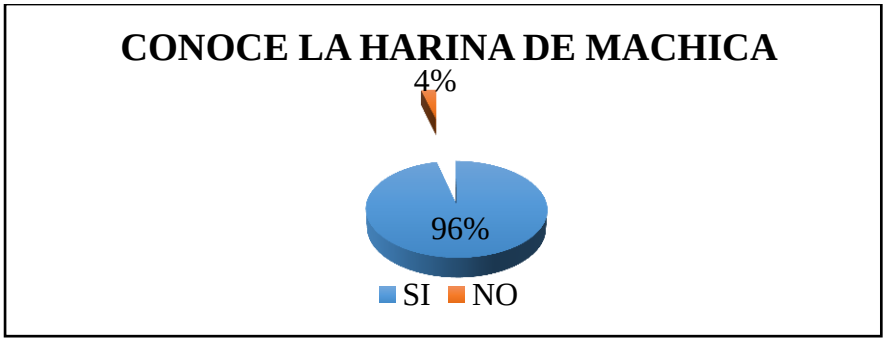
Tabla 14 Pregunta 1

1. ¿Usted conoce la harina de machica?	Frecuencia	Porcentaje
SI	370	96%
NO	14	4%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Figura 17 Pregunta 1



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

En la encuesta elaborada acerca de conocer la harina de Machica el 96%, contestaron que sí conocen la machica, en cambio el 4%, no conoce la harina de machica .Es favorable para el proyecto que un gran porcentaje de la población sí conozca la machica.

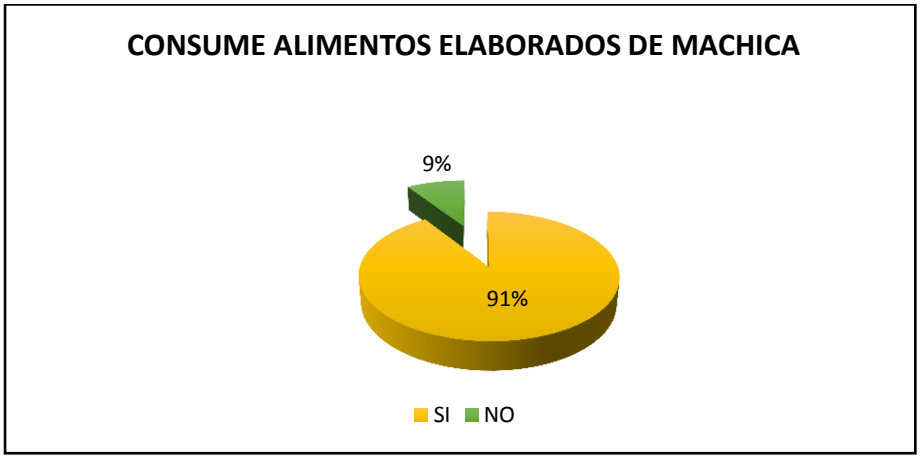
Tabla 15 Pregunta 2

2. ¿Usted consume alimentos elaborados de machica?	Frecuencia	Porcentaje
SI	349	91%
NO	35	9%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Figura 18 Pregunta 2



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

El resultado de conocer si consume alimentos elaborados de machica es del 91%, de la población que sí elabora sus alimentos con machica, y el 9% es el menor porcentaje que no ha consumido.

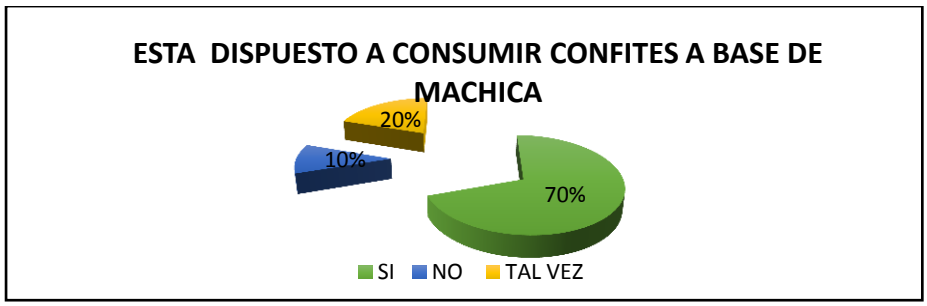
Tabla 16 Pregunta 3

3. ¿Estaría dispuesto a consumir confites a base de machica?	**Frecuencia**	Porcentaje
SI	268	70%
NO	40	10%
TAL VEZ	76	20%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Figura 19 Pregunta 3



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

EL resultado de la encuesta que fue realizada acerca de la aceptación y consumo de Confites a base de Machica, el 70% de la población sí está dispuesto a consumir, lo que significa que tiene una gran oportunidad la microempresa, el 20% que tal vez si estarían dispuestos a consumir y el 10% que no están dispuestos a consumir.

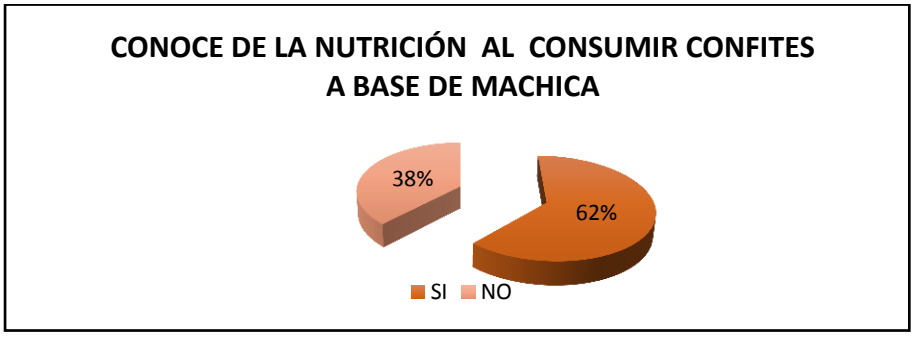
Tabla 17 Pregunta 4

4. ¿Conoce usted de la nutrición que adquiere al momento de consumir confites a base de machica?	Frecuencia	Porcentaje
SI	239	62%
NO	145	38%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Figura 20 Pregunta 4



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

EL resultado de la encuesta que fue realizada acerca de la importancia del valor nutricional que se adquiere al momento de consumir los confites a bases de harina de machica, el 62% de la población no conoce los beneficios nutricionales que brinda los confites a base de harina de machica, se caracteriza por ser un producto innovador y reconocido en el mercado de confitería, y el 38% si conoce el valor nutricional.

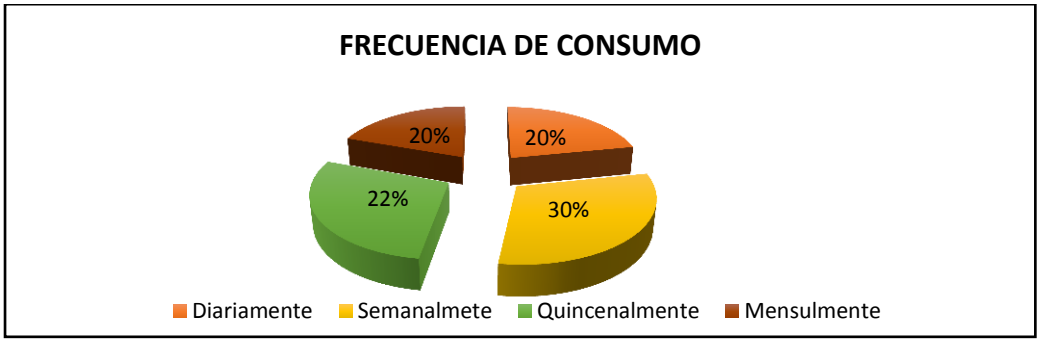
Tabla 18 Pregunta 5

5. ¿Con que frecuencia consume usted confites?	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	84	22%
Semanalmente	117	30%
Quincenalmente	108	28%
Mensualmente	75	20%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Figura 21 Pregunta 5



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

EL resultado de la encuesta que fue realizada acerca de la frecuencia del consumo de los futuros clientes está representado el 30% que compran semanalmente, y el 28% que compran quincenalmente, el 22% que compran diariamente, el 20% que compran mensualmente según sea su necesidad.

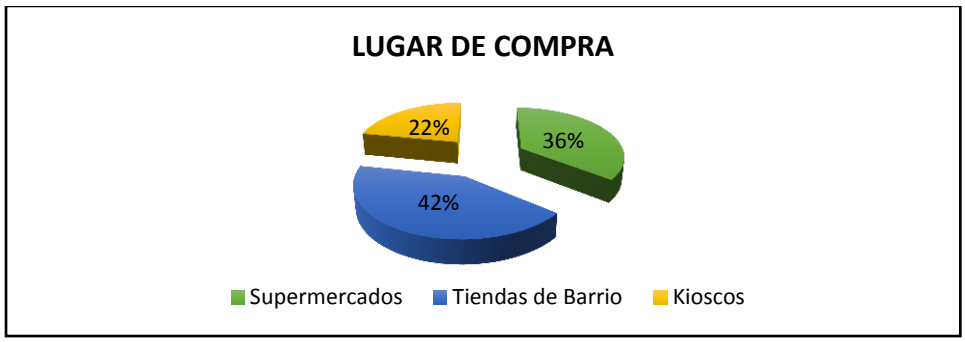
Tabla 19 Pregunta 6

6.Para la compra de confites ¿A qué lugar usted acude?	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	137	36%
Tiendas de Barrio	163	42%
Kioscos	84	22%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Figura 22 Pregunta 6



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

El lugar donde se adquieren los confites es el 42% compran en tiendas de barrio, 36% en los supermercados ya que es una buena oportunidad para la microempresa, es favorable para el proyecto en las cuales se pueden presentar el producto para su fácil adquisición.

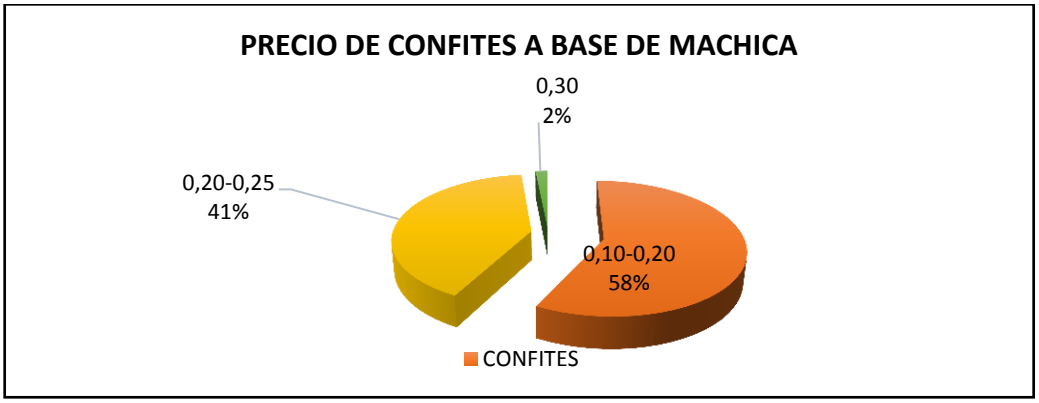
Tabla 20 Pregunta 7

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por unidades de confites a base de machica?	Frecuencia	Porcentaje
0,10-0,20 ctvs.	222	58%
0,20-0,25ctvs	156	41%
0,30 ctvs.	6	2%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Figura 23 Pregunta 7



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

El precio de mayor aceptación de los habitantes que están dispuestos a pagar por los confites por unidad esta entre 0,10-0,20 ctvs. Que representa el 58%, un precio conveniente para los habitantes.

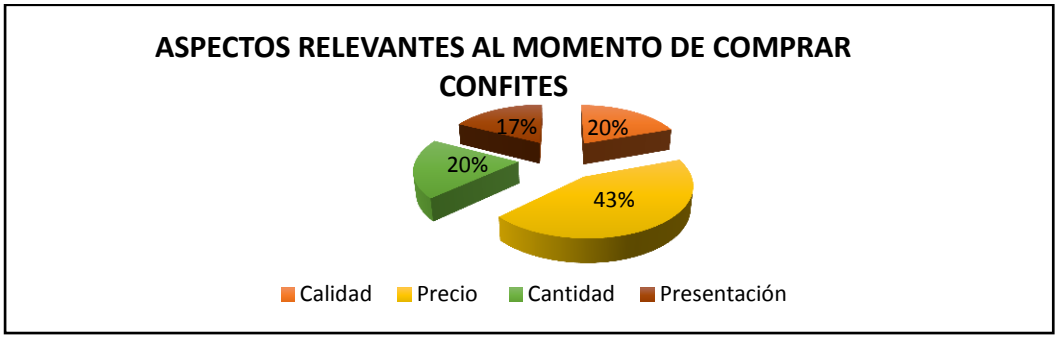
Tabla 21 Pregunta 8

8. ¿Al momento de elegir los confites usted que toma en cuenta?	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	75	20%
Precio	167	43%
Cantidad	75	20%
Presentación	67	17%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Tabla 22 Pregunta 8



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

El principal factor para los consumidores que se toma en cuenta la mayor parte al momento de comprar confites es el precio que representa el 43%, por lo tanto se debe ofrecer precios accesibles para los clientes.

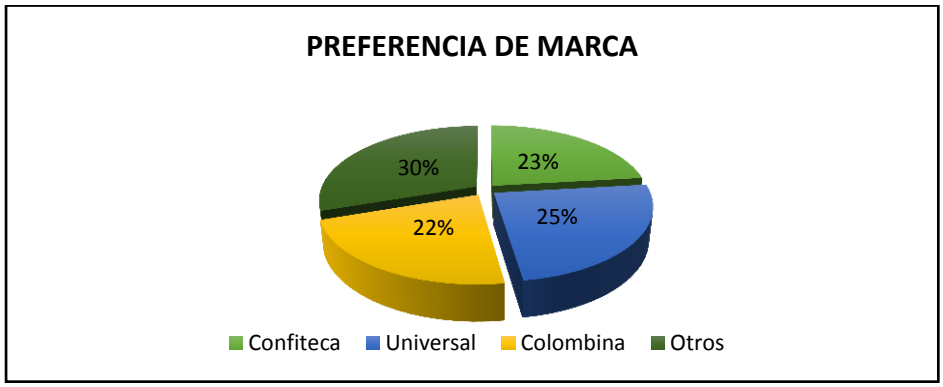
Tabla 23 Pregunta 9

9. ¿Qué tipo de marca prefiere para consumir Confites?	Frecuencia	Porcentaje
Confiteca	89	23%
Universal	94	24%
Colombina	85	22%
Otros	116	30%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Figura 24 Pregunta 9



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

EL resultado de la encuesta que fue realizada acerca de la preferencia de la marca es del 30% de los habitantes prefieren adquirir Otro tipo de marca, el 25% adquieren los confites de la marca Universal y el 23%, adquieren de la marca de Confiteca, el 22%, adquieren la marca Colombiana.

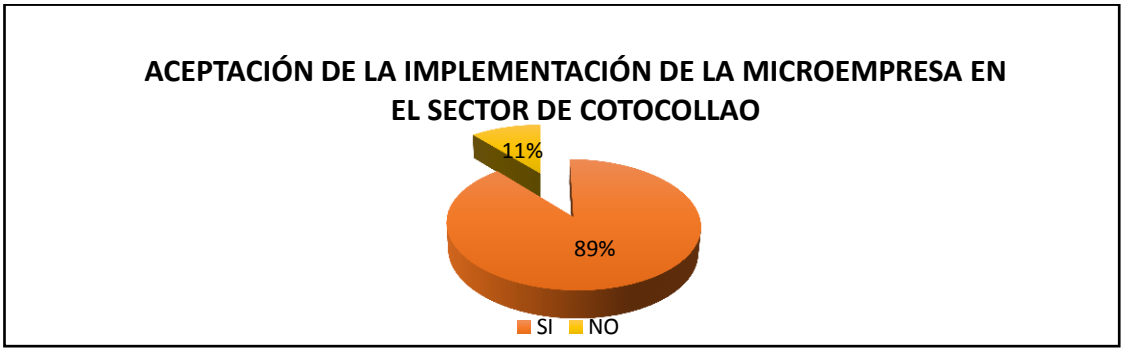
Tabla 24 Pregunta 10

10.¿Está usted de acuerdo con la implementación de una microempresa productora y comercializadora de Confites a base de harina de machica en El sector de Cotocollao?	Frecuencia	Porcentaje
SI	342	89%
NO	42	11%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Figura 25 Pregunta 10



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

El 89% está de acuerdo con la implementación de una nueva microempresa productora y comercialización de confites a base de machica en dicho sector contestan que si están de acuerdo, y el 11% no están de acuerdo.

3.02 Oferta

Es la cantidad de mercancías que se ofrecen a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. (ARENA, 1983)

3.02.01 Oferta Actual

Tabla 25 Oferta Actual

AÑOS	OFERTA ACTUAL	TASA DE ACEPTACIÓN	OFERTA PROYECTADA
2014	38.611,43	42%	16.216,80
2015	39.399,22	42%	16.547,67
2016	39.799,12	42%	16.715,63
2017	40.203,08	42%	16.885,29
2018	40.611,14	42%	17.056,68

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

3.03 Productos Sustitutos

3.04 Demanda

Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. (Herrera, 2013, pág. 167)

Tabla 26 Demanda Actual

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2014	38.611,43	-	38.611,43
2015	38.611,43	1,015	39.399,22
2016	39.399,22	1,015	39.799,12
2017	39.799,12	1,015	40.203,08
2018	40.203,08	1,015	40.611,14

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

3.05 Demanda Insatisfecha

Es aquella que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por un proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta. (Leodardo, 2011, pág. 189)

Tabla 27 Demanda Insatisfecha

AÑOS	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	16.381,40	39.003,34	22621,94
2015	16.547,67	39.399,22	22851,55
2016	16.715,63	39.799,12	23083,49
2017	16.885,29	40.203,08	23317,79
2018	17.056,68	40.611,14	23554,46

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

CAPÍTULO IV

4 Estudio Técnico

4.01. Tamaño del Proyecto

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción. (virtual.unal.edu., 2012)

4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos. (knoow.net, 2012)

Departamento:

- ✓ Administración
- ✓ Departamento de producción
- ✓ Venta
- ✓ Bodega
- ✓ Baño

Tabla 28 Maquinaria

MAQUINARIA	CANTIDAD
Microondas	**2**
Batidora	**2**
Refrigeradora	**1**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

4.01.02 Capacidad Óptima

La cual viene expresada por unidades de producción por un periodo de tiempo determinado.

Tabla 29 Capacidad de Producción

Producción mensual por unidades	Producción anual por unidades
96.000,00	416.000,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

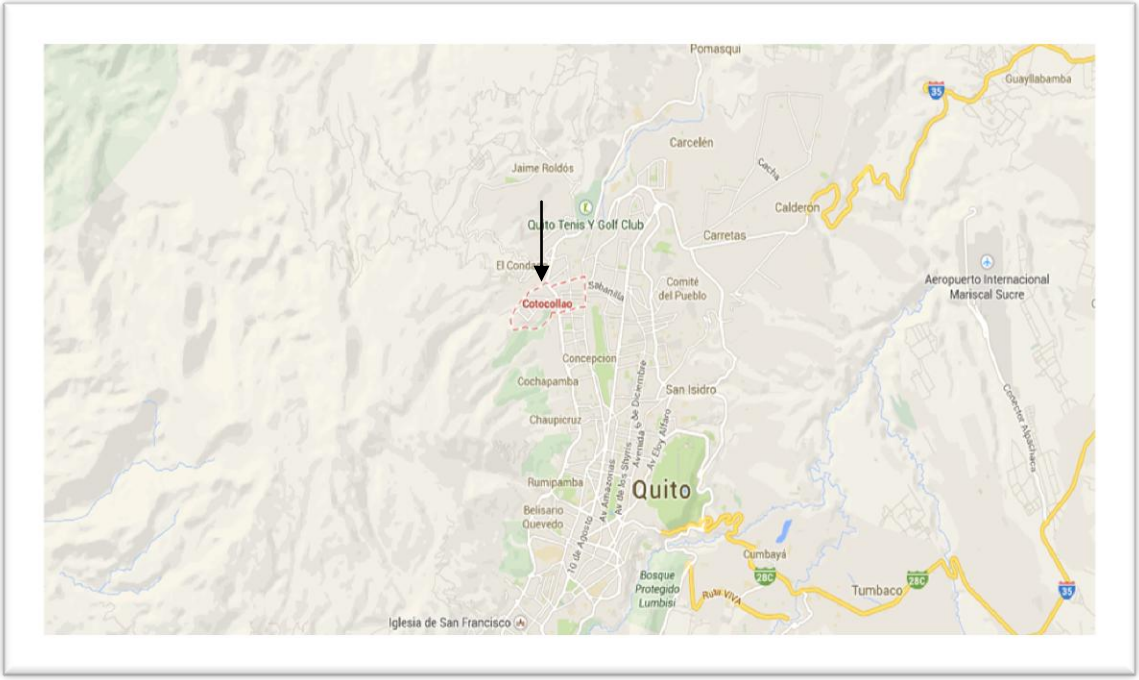
4.02 Localización

4.02.01 Macro Localización

También llamada macro zona, es el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Análisis: CANDY'MACHK se ubicara en la Parroquia de Cotocollao

Figura 26 Macro Localización



Fuente: Google maps

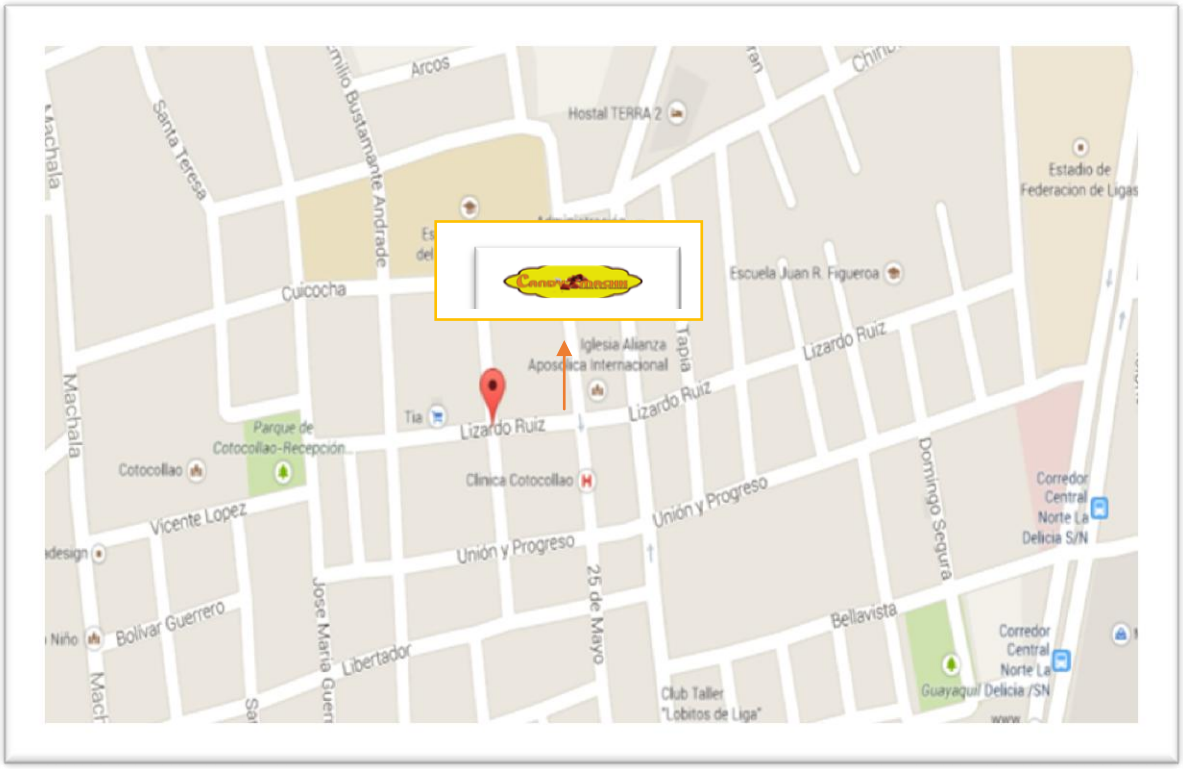
Elaborado por: Wendy Tasiguano

4.02.02 Micro Localización

Se elige el punto preciso, dentro de la macro zona comercial, en donde se ubicará definitivamente la microempresa "Candy'Machk".

Análisis: Se ubicara en la calle Lizardo Ruiz.

Figura 27 Micro Localización



Fuente: Google maps

Elaborado por: Wendy Tasiguano

4.02.03 Localización Óptima

La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, Los factores que se deben de tomar en cuenta para su ubicación, las calles más cercanas donde se va a implementar la microempresas.

Tabla 30 Factores de Localización

Factores	Lizardo Ruz	25 de Mayo
Bomberos		x
Bancos		x
Arriendo	X	
Cercanía al Cliente	X	
Cercanía al Proveedor	X	
Hospital	X	
TOTAL	4	2

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

4.03 Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto constituye todos los procesos productivos u operativos que se llevarán a cabo para lograr la producción de confites a base de machica.

4.03.01 Definición del Bienes y Servicios

Se producirá Confites a base de machica que forman parte de productos alimenticios son caramelos y paletas de figuras, se mescla la azúcar splenda, mantequilla, crema de leche, colorante, miel de arroz y se cocina a fuego lento y se denomina a base de harina de machica porque se elabora bolitas crocantes pequeñas.

4.03.01.02 Distribución de la Planta

- ✓ Administración
- ✓ Departamento de producción
- ✓ Venta
- ✓ Bodega
- ✓ Baño

4.03.01.03 Matriz SLP (Planeación Sistemática de la Distribución en Planta)

Una distribución de planta se puede definir como la ubicación de las distintas máquinas, puestos de trabajo, áreas de servicio al cliente, almacenes, oficinas, zonas de descanso, pasillos, entre otros, dentro de los edificios de la empresa de forma que se consiga el mejor funcionamiento de las instalaciones. (clubensayos.coml, 2011)

4.03.01.04 Estrategias Layout

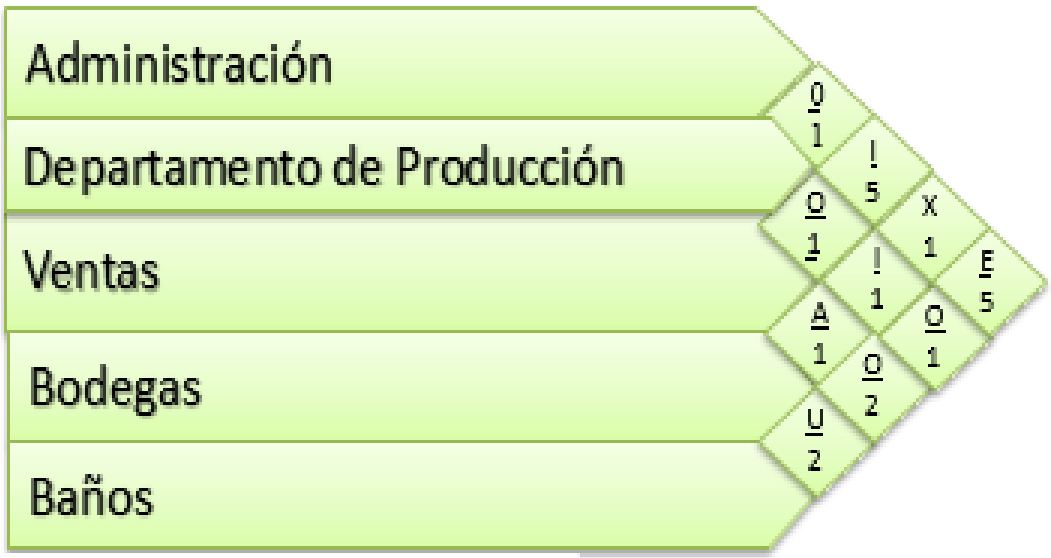
Grado de Cercanía

A	Absolutamente necesario Que este cera
E	Especialmente que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Sin Importancia
X	Cercanía indiferente

Razón de Cercanía

1	Por secuencia de proceso
2	Por higiene
3	Precaución
4	Por ruido
5	Gestión Administrativa

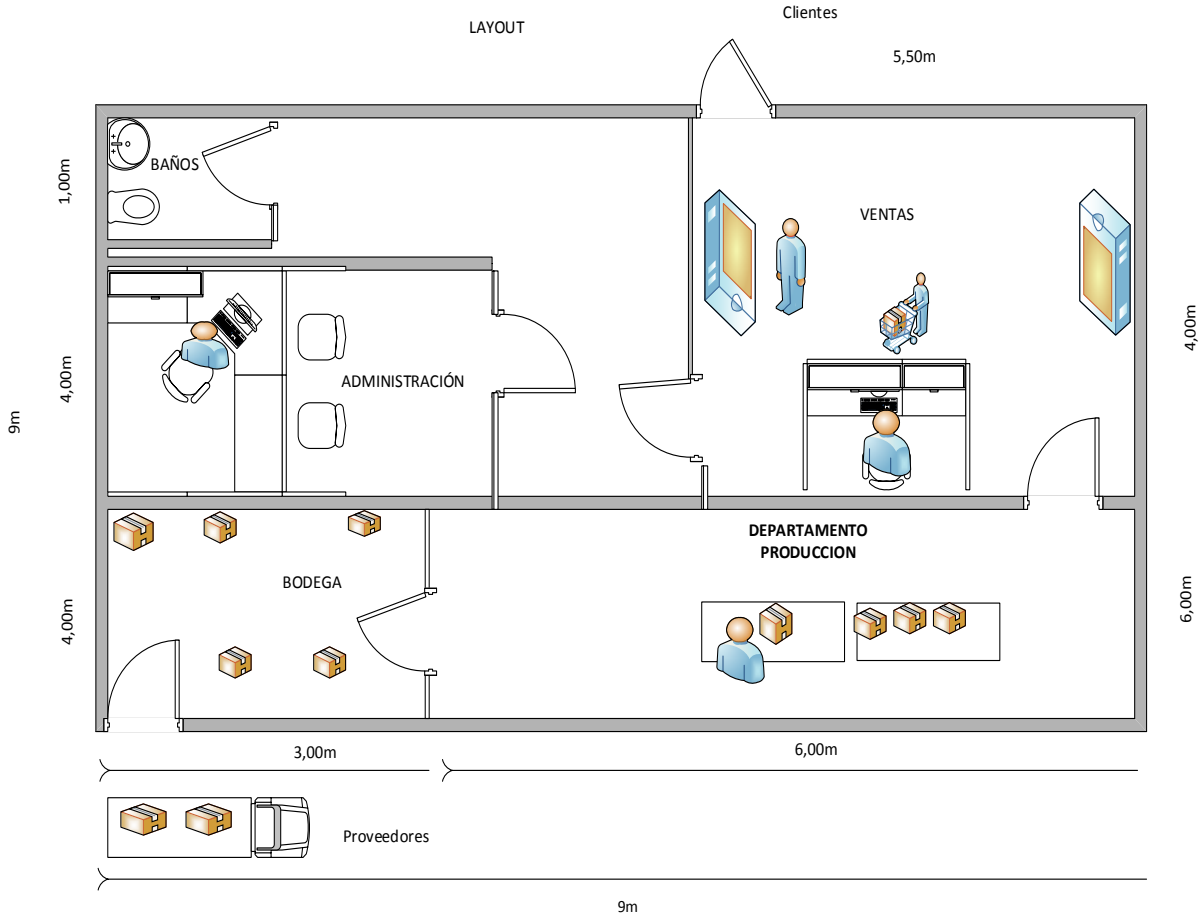
Figura 28 Matriz SLP



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Wendy Tasiguano

4.03.01.05. Distribución de la Planta

Figura 29 Distribución de la Planta



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

4.03.02.01 Proceso Productivo

PASÓ 1

La adquisición de la materia prima, recepción y almacenamiento primordiales para el proceso de elaboración de confites a base de machica, sus ingredientes son la machica, mantequilla, azúcar, miel de maíz, colorante, crema de leche, y otros.

Preparación:

- ✓ 25 gr de mantequilla
- ✓ 60gr de azúcar
- ✓ 30gr de crema de leche
- ✓ 30gr de miel de maíz, miel de abeja
- ✓ Mesclar
- ✓ Cocinar a fuego lento 3 minutos máximo
- ✓ Verter el caramelo en los moldes de figuras, moldes de papel para bombones
- ✓ Dejar enfriar
- ✓ Empaquetar

Análisis: Es el procesos de los ingredientes para la elaboración, hasta obtener los confites a base de machica.

PASÓ 2

Todos los confites terminados pasaran a unos procesos de revisión constatando su buena calidad del proceso terminado; a continuación se empacara los caramelos y paletas 25 unidades en una caja con característicos de la microempresa, y su respectivo código para los puntos de distribución

PASÓ 3

Se hace un control general de todos los pedidos y están listo para sus diferentes canales de distribución.

4.03.02.02 Flujograma de Producción

Figura 30 Flujograma de producción

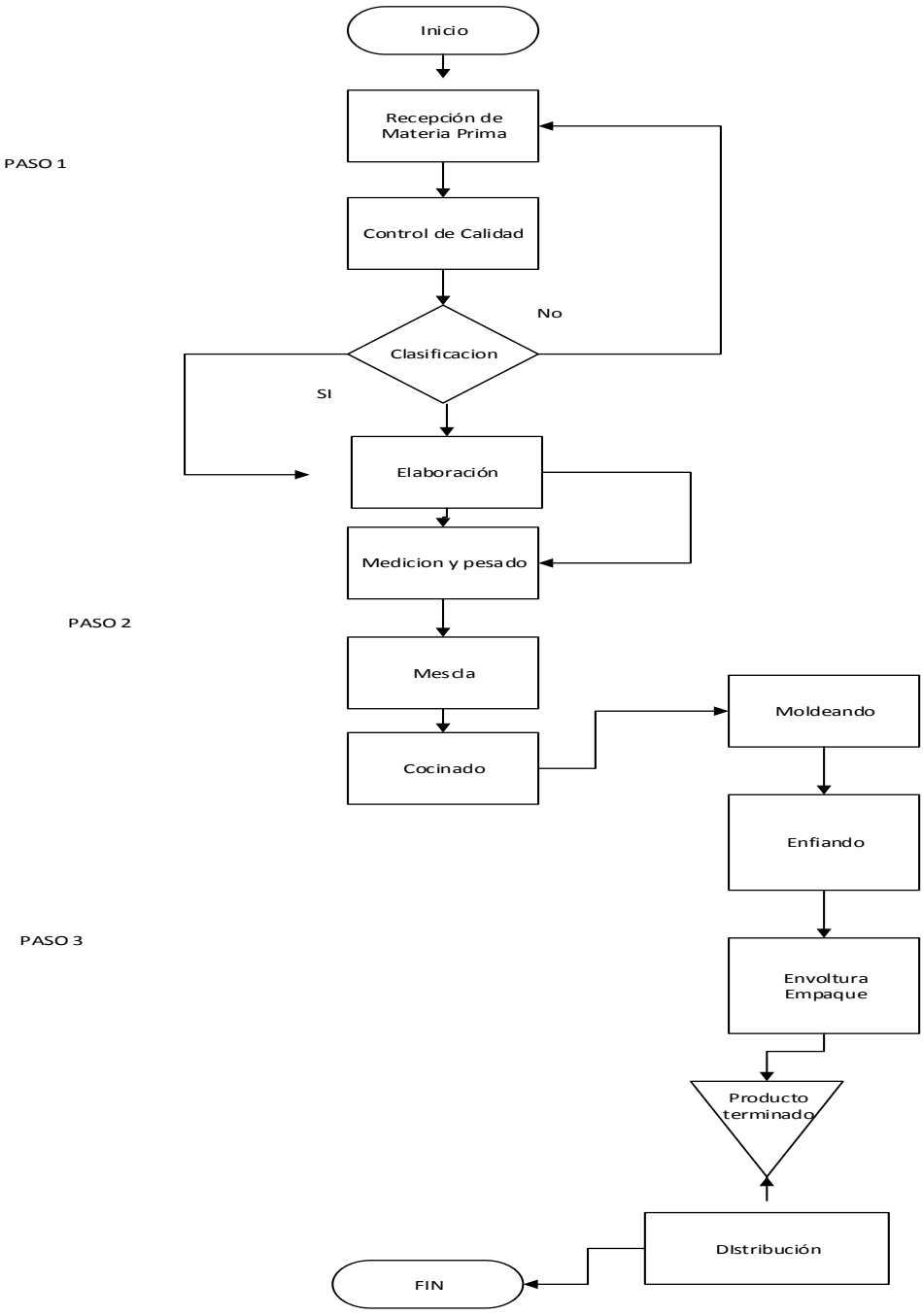
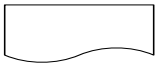
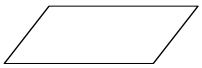
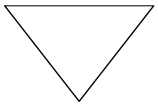
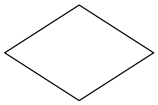
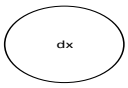
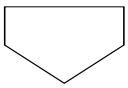


Figura 31 Simbologías del Flujo de Producción

SIMBOLOGÍAS ANSI

	INICIO/FIN	Indica el inicio,final
	OPERACIÓN ACTIVIDAD	Símbolos de proceso, de realización de una operación
	DOCUMENTO	Representa cualquier tipo de documento
	DATOS	Indica la salida y entrada de datos
	ALMACENAMIENTO ARCHIVO	Indica el depósito permanente de un documento
	DECISIÓ	Indica un punto dentro del flujo de varios caminos
	CONECTOR	Conector dentro de la página
	CONECTOR DE PÁGINA	Representa la continuidad del diagrama en otra página.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

4.03.02 Maquinaria y Equipo

Tabla 31 Maquinaria y Equipo

N	Descripción	Cantidad	V/Unitario	V/Total
1	**EQUIPO Y MAQUINARIA**			
	Microondas Panasonic	1	$ 180,00	$ 180,00
	Refrigeradora Samsung	1	$ 894,32	$ 894,32
	Batidora Oster	2	$ 82,89	$ 165,78
	Total	**4**	**$ 1.157,21**	**$ 1.240,10**
2	**EQUIPOS DE OFICINA**			
	Teléfono de escritorio	2	$ 110,00	$ 220,00
	Total	**2**	**$ 110,00**	**$ 220,00**
3	**EQUIPO DE COMPUTACIÓN**			
	Laptop Hp	1	$ 700,00	$ 700,00
	Computador de Escritorio Hp	1	$ 460,00	$ 560,00
	Impresora Epson L355	2	$ 360,00	$ 720,00
	Total	**4**	**$ 1.520,00**	**$ 1.880,00**
4	**MUEBLES Y ENSERES**			
	Escritorio	2	$ 210,00	$ 420,00
	Archivadores	3	$ 90,00	$ 270,00
	Sillas tipo secretaria	1	$ 80,00	$ 80,00
	Divisiones Modulares	6	$ 95,00	$ 570,00
	Mesas	3	$ 70,00	$ 210,00
	Sillas Estandar	3	$ 23,00	$ 69,00
	Total	**18**	**$ 568,00**	**$ 1.619,00**
5	**VEHICULOS**			
	Camioneta VAN	**1**	$ 13.500,00	$ 13.500,00
	Total	**29**	**$ 16.855,21**	**$ 18.459,10**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

El estudio financiero está integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de la operaciones necesarias para que la microempresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo.

5.02 Costos

El Costo o Coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. (loscostos.info.com, 2013)

5.02.01 Costos Directos

Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad, los materiales directos y la mano de obra directa destinados a la fabricación de un producto.

(definicion.org., 2011)

Materia Prima Directa

Son elementos principales que forman parte completa del producto, estos materiales se pueden medir en forma unitaria, para la elaboración de los Confites a Base de Machica.

Tabla 32 Materia Prima Directa

MATERIA PRIMA DIRECTA			
Detalle	**Cantidad**	**Costo Unit.**	**TOTAL**
Machica	450,00	$ 0,002	0,75
Mantequilla	250,00	$ 0,004	1,00
Azúcar	2,00	$ 0,550	1,10
crema de leche	500,00	$ 0,006	3,00
Miel	30,00	$ 0,030	0,90
TOTAL		**$ 0,59**	**6,75**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

Mano de Obra Directa

Se considera como mano de obra directa a aquella que está manipulando la materia prima y el producto durante el proceso de producción. Por consiguiente se puede afirmar que las cantidades requeridas estarán en función directa al número de unidades producidas de Confites a base de Machica.

Tabla 33 Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA		
Actividad	**Costo Unit.**	**TOTAL**
mesclador	0,20	0,21
moldeador	0,15	0,16
acabado	0,15	0,16
TOTAL	**0,5**	**1,06**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

5.02.02 Costos Indirectos

Para imputar los costos indirectos a los distintos departamentos, productos o actividades, es necesario recurrir a algún tipo de mecanismo de asignación, distribución o reparto. (gerencie.com , 2013)

Tabla 34 Costo Indirecto de Fabricación

Costo Indirecto de Fabricación			
Detalle	**Cantidad**	**Costo Unit.**	**TOTAL**
Cajas	1	0,50	0,06
moldes de papel	8	0,01	0,08
Empacado	8	0,10	0,80
TOTAL		**0,61**	**0,94**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

5.02.03 Gastos Administrativos

Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas.

Tabla 35 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
Sueldo Personal Administración	**2**	**840,00**	**840,00**	**10.080,00**
Gerente	1	500,00	500,00	6.000,00
Operario 1	1	340,00	340,00	4.800,00
Suministros de Oficina	**4**	**55,00**	**220,00**	**2.640,00**
Arriendos	**1**	**300,00**	**300,00**	**3.600,00**
Depreciación de Activos Fijos	4	**79,38**	**304,38**	**3.652,58**
Equipos de Oficina	1	1,83	1,83	22,00
Equipos de Computación	1	52,22	52,22	626,67
Equipo y maquinaria	1	11,83	11,83	142,01
Vehículo	1	225,00	225,00	2.700,00
Muebles y enseres	1	13,49	13,49	161,90
Agua Potable	1	50,00	50,00	600,00
Luz Eléctrica	1	90,00	90,00	1.080,00
Teléfono	1	25,00	25,00	300,00
Internet	1	23,00	23,00	276,00
Monitoreo y seguridad	1	40,00	40,00	480,00
TOTAL			**3.036,76**	**22.228,58**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

5.02.04 Gastos Ventas

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la Venta, la promoción de ventas, los Gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto.

Tabla 36 Gastos Ventas

Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
Volantes	200	0,05	10,00	10,00
Trípticos	100	0,05	5,00	60,00
Tarjetas	400	0,03	12,00	144,00
TOTAL				**214,00**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

5.01.06 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Costo Fijo:

Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

Tabla 37 Costos Fijos

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	22.228,58
Gastos de Ventas	214,00
Gastos Financieros	339,38
TOTAL COSTOS FIJOS	**22.781,96**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

Costo Variable:

Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los Volúmenes de fabricación.

Tabla 38 Costo Variable

Costo Variable	Valor
Materia Prima Directa	$300,00
Útiles de Aseo	$ 150,00
Servicios Básicos	$ 248,00
Total	**$ 698,00**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

5.02 Inversiones

Son derechos adquiridos por la empresa, que forman parte del activo de la entidad, y representan la capacidad para obtener liquidez en un futuro, bien a partir de su enajenación, en forma de rentabilidades o bien por ambas vías. (economia48.com, 2010)

5.02.01 Inversión Fija

5.02.01.02 Activos Fijos

Es el conjunto de bienes tangibles que no son objeto de transacciones y que en la mayoría de los casos no cambian de forma física a lo largo del ciclo productivo. Por lo tanto son bienes duraderos indispensables por las empresas para producir bienes y servicios.

Tabla 39 Inversión Fija

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	-1.420,10					710,05
Muebles y Enseres	-1.619,00					809,50
Vehículo	-13.500,00					0,00
Equipos de Oficina	-220,00					110,00
Equipos de Computación	-1.880,00			-1.880,00		626,67
TOTAL	**-18.639,10**			**-1.880,00**		**2.256,22**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

5.02.01.02 Activos Nominales (diferidos)

Es un conjunto de bienes necesarios para el funcionamiento de la empresa que generalmente se pagan por anticipado y cuya principal característica es que son intangibles. Ejemplo de activos diferidos: asistencia técnica, capacitación, gastos preoperativos, gastos de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios, elaboración de estudios de evaluación. (agroproyectos.org., 2012)

Tabla 40 Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Escritorio	2	210,00	420,00
Archivadores	3	90,00	270,00
Sillas tipo Secretaria	1	80,00	80,00
Dividendos Modulares	6	95,00	570,00
Mesas	3	70,00	210,00
Sillas estándar	3	23,00	69,00
TOTAL	**18**	**568,00**	**1.619,00**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

Tabla 40 Equipo y Maquinaria

EQUIPO Y MAQUINARIA			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Microondas Panasonic	2	180,00	360,00
Refrigeradora Samsung	1	894,32	894,32
Batidora Oster	2	82,89	165,78
TOTAL	**5**	**1.157,21**	**1.420,10**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

Tabla 41 Vehículo

VEHÍCULO			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Camioneta VAN	1	13.500,00	13.500,00
TOTAL	**1**	**13.500,00**	**13.500,00**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

Tabla 42 Equipo de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Teléfono de escritorio	2	110,00	220,00
TOTAL	**2**	**110,00**	**220,00**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Wendy Tasiguano

Tabla 43 Equipo de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACION			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Laptop Hp	1	700,00	700,00
Computadora de Escritorio	1	460,00	460,00
Impresora Epson L355	2	360,00	360,00
TOTAL	**4**	**1.520,00**	**1.880,00**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

Como se puede observar, los activos diferidos son adquirido, con un costo conveniente para el para el funcionamiento de la microempresa, que representa en la tablas n.- 37-41.

5.02.02 Capital de Trabajo

Es una inversión, constituida por recursos en forma de activos corrientes (dinero), necesarios para la operación normal del proyecto por un ciclo productivo

Tabla 44 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
Descripción	**1 Mes**	**2 Mes**	**TOTAL**
Arriendo	300,00	300,00	600,00
Sueldos Personal	1.068,73	1.068,73	2.137,45
Servicios Básicos	248,00	248,00	496,00
Suministros varios	150,00	0,00	150,00
Materia Prima Directa	300,00	300,00	600,00
TOTAL			**3.983,45**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

Análisis:

Como se puede analizar, en la tabla n.-23 de capital de trabajo su inversión total es de $ 3.983,45, lo que significa que la inversión se cancelara los insumos principales para producir los Confites a base de Harina de Machica, que se consumirán en el primer periodo de trabajo

5.02.03 Amortización de Financiamiento

La tabla de amortización de un préstamo hipotecario detalla mes por mes, pago por pago, cómo se irá reduciendo o repagando la deuda contraída el día del cierre de tu transacción hipotecario, por el crédito que se va adquirir en proyecto.

Tabla 45 Amortización

Tabla de Amortización

BANCO PICHINCHA

versión	:	100%	22.622,55	
ap. Propio	:	65%	14.704,66	
nanciamiento	:	35%	7.917,89	
lazo	:		24	MESES
Interés	:		11%	0,46%
Pagos	:		MENSUAL	

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	7.917,89	0,00	0,00	0,00	7.917,89
1	7.917,89	36,29	349,14	312,85	7.605,04
2	7.605,04	34,86	349,14	314,29	7.290,75
3	7.290,75	33,42	349,14	315,73	6.975,02
4	6.975,02	31,97	349,14	317,18	6.657,85
5	6.657,85	30,52	349,14	318,63	6.339,22
6	6.339,22	29,05	349,14	320,09	6.019,13
7	6.019,13	27,59	349,14	321,56	5.697,57
8	5.697,57	26,11	349,14	323,03	5.374,54
9	5.374,54	24,63	349,14	324,51	5.050,03
10	5.050,03	23,15	349,14	326,00	4.724,03
11	4.724,03	21,65	349,14	327,49	4.396,54
12	4.396,54	20,15	349,14	328,99	4.067,54
13	4.067,54	18,64	349,14	330,50	3.737,04
14	3.737,04	17,13	349,14	332,02	3.405,02
15	3.405,02	15,61	349,14	333,54	3.071,49
16	3.071,49	14,08	349,14	335,07	2.736,42
17	2.736,42	12,54	349,14	336,60	2.399,82
18	2.399,82	11,00	349,14	338,15	2.061,67
19	2.061,67	9,45	349,14	339,70	1.721,97
20	1.721,97	7,89	349,14	341,25	1.380,72
21	1.380,72	6,33	349,14	342,82	1.037,91
22	1.037,91	4,76	349,14	344,39	693,52
23	693,52	3,18	349,14	345,97	347,55
24	347,55	1,59	349,14	347,55	0,00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

5.02.04 Depreciación

Es la disminución en el valor de mercado de un bien, la disminución en el valor de un activo para su propietario, o la asignación del costo de uso o demerito de un activo a lo largo de su vida útil (duración)

(financierosudl.blogspot.com, 2009)

Tabla 46 Depreciación

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	1.420,10	10	142,01	142,01	142,01	142,01	142,01
Muebles y Enseres	1.619,00	10	161,90	161,90	161,90	161,90	161,90
Vehículo	13.500,00	5	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
Equipos de Oficina	220,00	10	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00
Equipos de Computación	1.880,00	3	626,67	626,67	626,67	626,67	626,67
TOTAL	**18.639,10**		**3.652,58**	**3.652,58**	**3.652,58**	**3.652,58**	**3.652,58**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

5.02.05 Estado de Situación Inicial

Es un informe que genera el estado contable, que refleja la situación del patrimonio de la microempresa en un momento determinado.

Tabla 47 Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL			
ACTIVO		**PASIVO**	
CORRIENTE		**CORRIENTE**	
Efectivo	3.983,45	Crédito Bancario	7.917,89
NO CORRIENTE		**NO CORRIENTE**	
Activo Fijo			
Equipo y maquinaria	1.420,10		
Vehículo	13.500,00	**TOTAL PASIVO**	
Equipos de oficina	220,00		
Equipos de computación	1.880,00	**PATRIMONIO**	
Muebles y enseres	1.619,00	Capital	14.704,66
TOTAL ACTIVO	**22.622,55**	**TOTAL PASIVO + PATRIMONIO**	**22.622,55**
Gerente		Contador	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

5.02.07 Estado de Resultados Proyectados (5 años)

Se genera de la unión de los presupuestos integrantes del presupuesto económico, presupuesto de ventas, presupuesto de costo de ventas, presupuesto de gastos operativos, presupuesto de otros ingresos y egresos y presupuesto de resultados financieros.

Tabla 48 Estado de Resultados Proyectados

Tasa de Crecimiento: **0,05**
Tasa de Inflación: **0,04**

	Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
	VENTAS	63.372,19	66.540,80	69.867,84	73.361,23	77.029,30
(-)	Costo de Producción	36.420,80	38.241,84	40.153,93	42.161,63	44.269,71
(=)	**Utilidad Bruta en Ventas**	**26.951,39**	**28.298,96**	**29.713,91**	**31.199,61**	**32.759,59**
(-)	Gastos Operacionales					
	Gastos Administrativos	22.228,58	23.117,72	24.042,43	25.004,13	26.004,29
	Gastos de Ventas	214,00	222,56	231,46	240,72	250,35
	Gastos Financieras	339,38	122,19	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Operacional**	**4.169,43**	**4.836,49**	**5.440,02**	**5.954,76**	**6.504,95**
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad A.P.E.I.**	**4.169,43**	**4.836,49**	**5.440,02**	**5.954,76**	**6.504,95**
(-)	Participación Laboral	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Antes de I.R.**	**4.169,43**	**4.836,49**	**5.440,02**	**5.954,76**	**6.504,95**
(-)	Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Neta**	**4.169,43**	**4.836,49**	**5.440,02**	**5.954,76**	**6.504,95**
(+)	Depreciaciones	3.652,58	3.652,58	3.652,58	3.652,58	3.652,58
(+)	Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**EXCEDENTE OPERACIONAL**	**7.822,01**	**8.489,06**	**9.092,60**	**9.607,34**	**10.157,52**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

5.04. Evaluación

5.04.01 Tasa de Descuento

TMAR =	i + f + (i x f)

i = inflación
f = costo de oportunidad

Inflación = 4,17%
Costo de Oportunidad= 11,75%

TMAR = 0,0417 + 0,1175 + (0,0417 x 0,12)

TMAR = 0,1592 + 0,0049

TMAR = **0,1641**

TMAR = 16,41%

5.04.02 Valor Actual Neto VAN

Tabla: 50 Flujo Neto

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-22.622,55			-1.880,00		2.256,22
Excedente Operacional		7.822,01	8.489,06	9.092,60	9.607,34	10.157,52
FLUJOS DE EFECTIVO	**-22.622,55**	**7.822,01**	**8.489,06**	**7.212,60**	**9.607,34**	**12.413,74**

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

$$VAN = -22.622,55 + \frac{7.822,01}{1,16409975} + \frac{8.489,06}{1,355128228} + \frac{7.212,60}{1,577504431} + \frac{9.607,34}{1,836372514} + \frac{12.413,74}{2,137720785}$$

VAN = -22.622,55 + 6.719,36 + 6.264,40 + 4.572,16 + 5.231,69 + 5.807,00

VAN = -22.622,55 + 28.594,60

VAN = 5.972,05

$ 0,00

VAN =	$ 5.972,05	El Proyecto se Acepta

Análisis:

Se determina el VAN un total de 5.972,05, es la sumatoria de los flujos netos de efectivo descontando menos la inversión, dividido el porcentaje de la TMAR por los cinco años, es la ganancia que representa para el proyecto en 5 años.

5.04.03 Tasa interna de rendimiento (TIR)

Es la tasa de descuento para la que un proyecto de inversión tendría un VAN igual a cero. La TIR es, pues, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión.

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

$$VAN = -22.622,55 + \frac{7.822,01}{1,16409975} + \frac{8.489,06}{1,355128228} + \frac{7.212,60}{1,577504431} + \frac{9.607,34}{1,836372514} + \frac{12.413,74}{2,137720785}$$

VAN = -22.622,55 + 6.719,36 + 6.264,40 + 4.572,16 + 5.231,69 + 5.807,00

VAN = -22.622,55 + 28.594,60

TIR =	27%	El Proyecto se Acepta	0,2653

5.04.04 Periodo de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACION

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-22.622,55	-22.622,55	1,00	-22.622,55	-22.622,55
1	7.822,01	-14.800,55	0,86	6.719,36	-15.903,19
2	8.489,06	-6.311,48	0,74	6.264,40	-9.638,79
3	7.212,60	901,11	0,63	4.572,16	-5.066,64
4	9.607,34	10.508,45	0,54	5.231,69	165,05
5	12.413,74	22.922,19	0,47	5.807,00	5.972,05

PERIODO DE RECUPERACIÓN A VALORES CORRIENTE

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	7.212,60	-6.311,48
1 mes	601,05	-5.710,43
2 mes	601,05	-5.109,38
3 mes	601,05	-4.508,33
4 mes	601,05	-3.907,28
5 mes	601,05	-3.306,23
6 mes	601,05	-2.705,18
7 mes	601,05	-2.104,14
8 mes	601,05	-1.503,09
9 mes	601,05	-902,04
10 mes	601,05	-300,99
11 mes	601,05	300,06
12 mes	601,05	901,11

PERIODO DE RECUPERACIÓN A VALORES ACTUALIZADOS

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 3	5.807,00	165,05
1 mes	483,92	648,97
2 mes	483,92	1.132,89
3 mes	483,92	1.616,80
4 mes	483,92	2.100,72
5 mes	483,92	2.584,64
6 mes	483,92	3.068,55
7 mes	483,92	3.552,47
8 mes	483,92	4.036,39
9 mes	483,92	4.520,30
10 mes	483,92	5.004,22
11 mes	483,92	5.488,14
12 mes	483,92	5.972,05

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑO Y 10 MESES	**PRVC**

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	3 AÑOS	**PRVA**

Análisis: El período de recuperación determinar 2 años y 10 meses para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja generados, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la microempresa.

5.04.05 RBC Relación Costo Beneficio

Es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA), a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación

Tabla 51 Cuadro resumen de Ingresos y Egresos

PRODUCTO	PRODUCCION ANUAL	INGRESOS:	COSTOS	%
caramelos de machica	416.000,00	63.372,19	36.420,80	57,47%
TOTAL:		**63.372,19**	**36.420,80**	**57,47%**
COSTO DE PRODUCCION EN PORCENTAJE			**57%**	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

$$\text{Relación Costo Beneficio} = \frac{\text{Ingreso Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Relación Costo Beneficio} = \frac{63.372,19}{36.420,80}$$

Relación Costo Beneficio = 1,74

Análisis:

El presente proyecto tiene un beneficio costo de 1,74 dólares, es decir por cada dólar de inversión 0,74 dólares.

5.04.06 Punto de Equilibrio

Hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Dicho punto de equilibrio se encuentra detallado a continuación.

PUNTO DE EQUILIBRIO

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

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	22.228,58
Gastos de Ventas	214,00
Gastos Financieros	339,38
TOTAL COSTOS FIJOS	**22.781,96**

Costo Variable unitario	0,09

Precio	0,15

$$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$$

$$PE = \frac{22.781,96}{0,15 - 0,09}$$

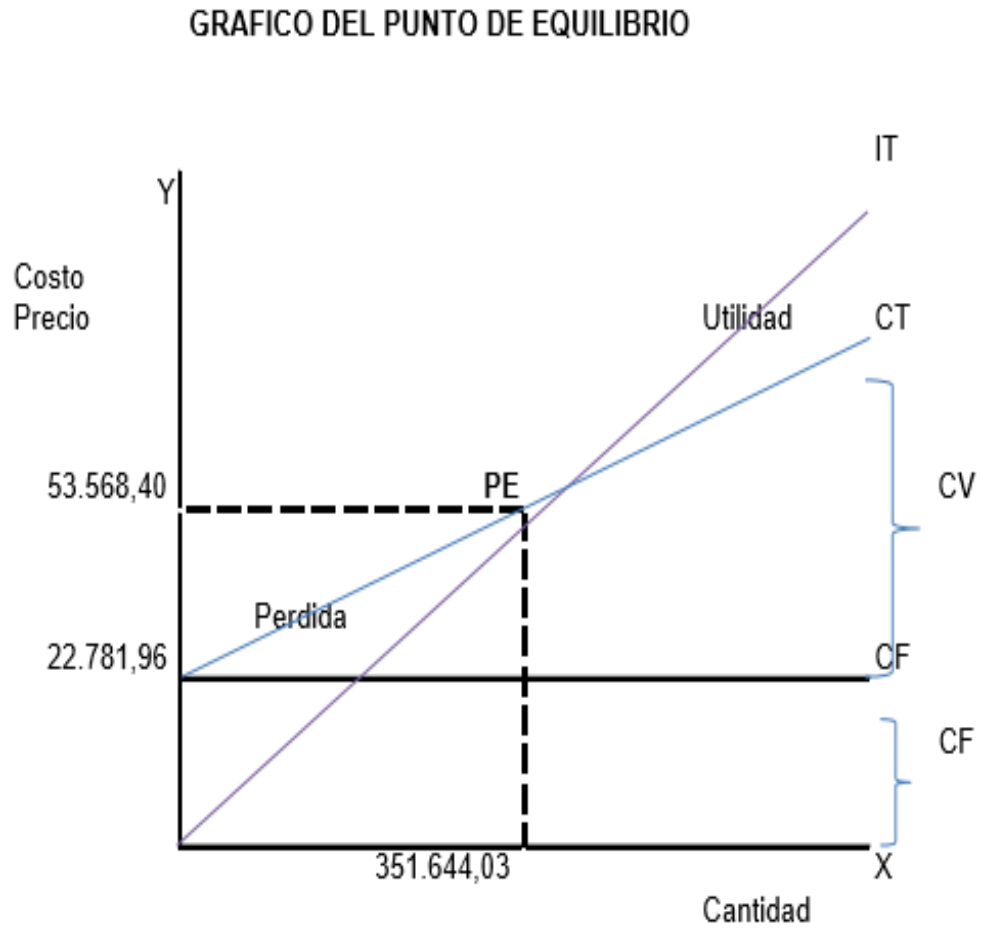
$$PE = \frac{22.781,96}{0,06} = 351.644,03 \text{ u}$$

DEMOSTRACIÓN

VENTAS	53.568,40
(-) Costo Variable	30.786,43
(=) Margen Contribución	22.781,96
(-) Costo Fijos	22.781,96
(=) Utilidad Operacional	-

5.03.06.01 Grafico del Punto de Equilibrio

Figura 32 Grafico del Punto de Equilibrio



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Wendy Tasiguano

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

5.04.07.01 Retorno sobre Activo

$$\textbf{R.O.A=}\quad \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$$

$$\textbf{R.O.A=}\quad \frac{4.169,43}{22.622,55}$$

R.O.A= 18,43

Análisis:

Por cada dólar invertido en el patrimonio se genera un 18,43, de la utilidad neta sobre la ejecución del proyecto.

5.04.07.02 Retorno sobre Patrimonio

R.O.E= (utilidades/patrimonio)

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

$$\text{R.O.E} = \frac{4.169,43}{14.704,66}$$

R.O.E = **28,35**

5.04.07.04 Margen de Utilidad

Margen de Utilidad = (utilidades/ventas)

$$\textbf{Margen de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Ventas}}$$

$$\textbf{Margen de Utilidad} = \frac{4.163,43}{63.372,19}$$

Margen de Utilidad = 6,58

Análisis:

El Margen de Utilidad a generado cuán bien la microempresa lo hizo manteniendo sus ganancias como utilidades.

CAPÍTULO VI

6 Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

El estudio de los impactos es el desarrollo de un proyecto o una actividad se dice que tiene impactos positivos y negativos en un área determinada, en términos simples en el ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza. Se realizara un cuadro de evaluación ambiental de las actividades (grn.cl.com, 2013)

Tabla 52 Componentes Afectantes

Componentes Afectantes	Componentes Afectados	Efectos
Desechos Orgánicos	Entorno	Contaminación
El uso de papel	Entorno	Contaminación
Producto terminados	Entorno	Contaminación
Agua	Contaminada	Escasez
Energía Eléctrica	Entorno	Economía

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

6.01.02 Plan de Mitigación

Tabla 493 Plan de Mitigación

Componentes Afectantes	Plan de Mitigación
Desechos Orgánicos	Se clasifica los desechos de acuerdo a la composición que presentan.
El uso de papel	Minimizar el uso de papel, se impulsará más el uso de correos electrónicos.
Productos terminados	El producto terminado antes de que llegue la fecha de caducarse se donara a fundaciones así se disminuirá el nivel de contaminación.
Agua	Se ahorrara el consumo utilizando lo necesario.
Energía Eléctrica	Se ahorrara el consumo de la luz se va adquirir focos ahorradores que tienen mayor durabilidad y cuando culmine la jornada de trabajo dejar desconectando todos los equipos.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Tasiguano

6.02 Impacto Económico

El proyecto presenta eficiencia y busca reducir los gastos para obtener beneficios a través del sistema de producción puesto que la mayor parte de la inversión es privada, lo que se convertirá en un negocio en marcha.

La oportunidad que brinda el Estado 10% de impuesto a los Sectores de Producción Nacional, a través de la matriz productiva hace que el Ecuador genere estabilidad económica.

La idea de realizar este producto en el mercado es una buena opción para proponer nuevos sabores al paladar utilizando materia prima Ecuatoriana, generando buenas expectativas para el proyecto. Por esta razón el impacto económico es un beneficio muy importante para la implementación de la microempresa y sobre todo aporta al crecimiento del sector productivo del país y genera más empleo para la población.

6.03 Impacto Social

En el impacto social y cultural influye en los hábitos y costumbres de los alimentos que consume la población.

Aún más al brindar nuevos sabores con un contenido nutricional que beneficia la salud de las personas, desarrolla las mentes de los niños, adolescentes, mejora el nivel de vida, a quien consume el producto y la reducción de las enfermedades que día a día se adquiere.

El presente proyecto apoya al Estado generando fuentes de empleo, ingresos, propiedades, producción, estilo de vida, prácticas culturales, ambiente, salud, derechos individuales o colectivos, derechos de propiedad que ayuda a los habitantes de bajos recursos económicos prometiéndoles un mejor estilo de vida.

6.04 Impacto Productivo

El ecuador se caracterizaba por exportar materia prima de buena calidad para el crecimiento económico del país.

El proyecto lo que pretende es elaborar productos innovadores terminados apoyando a un Ecuador del buen vivir lo que se propone es que se disminuya el alto nivel de consumo de productos adquiridos en otros países, es una ventaja para poder incentivar a los nuevos productores del país, generando un nivel más para el cambio de la matriz productiva.

La matriz productiva está determinada por la estructura de los sectores de la producción de bienes y servicios, organizada en función de la importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo nacional, para generar, inversión, producción, empleo, invención, innovación y exportaciones de bienes, servicios y tecnología para el desarrollo del Ecuador.

CAPÍTULO VII

7 Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- ✓ En la investigación previa se determinó que es una buena opción implementar una microempresa de Confites a base de harina de Machica, con calidad y excelente de servicio al consumidor.

- ✓ El estudio del análisis interno y externo del país permite saber cuáles son los factores que afectan y no para el desarrollo del presente proyecto que se lo está ejecutando.

- ✓ Con respecto al estudio de mercado se determinó la aceptación del producto, el precio, la frecuencia, el valor nutricional que ofrece dicho producto para los clientes se obtuvo resultados favorables para el proceso de todas las actividades del proyecto.

- ✓ El estudio técnico consiente en saber cuál es la maquinaria fundamental que se va utilizar para la implementación de la microempresa para cada actividad, la capacidad óptima para saber cuántos productos producirá en un periodo determinado.

- ✓ El análisis financiero se puede destacar que el proyecto resulta viable, ya que se toma una utilidad neta de $ 4.169,43 un VAN de $ 5.972,05 y una TIR de 27%, con un periodo de recuperación de 2 años y 10 meses para la inversión inicial del proyecto, lo que representa la implementación de la microempresa.

7.02 Recomendaciones

- ✓ Se recomienda poner en marcha el proyecto, ya que es una excelente oportunidad en el negocio ofreciendo, un producto innovador a más de ser una golosina que brinda múltiples benéficos para la salud del ser humano y sobretodo genera fuentes de empleo.

- ✓ Utilizar las propuestas establecidas en un periodo determinado así ayudara a cumplir con las metas propuestos a futuro, para la microempresa.

- ✓ Se recomienda fijar nuevas estrategias a futuro para la microempresa para cualquier situación que se presente.

Bibliografía

Soto, O. L. (1 de Mayo de 2007). *encontro con Oscar Luis Ortíz Soto*. Obtenido de sitio web Oscar Luis Ortíz Soto: http://www.books.google.com.ec/books?isbn=9683692729

ARENA, S. Z. (1983). CÓMO APRENDER ECONOMÍA: CONCEPTOS BÁSICOS. MADRID: LIMUSA NORREGA EDITORES.

Cadenas Alvaro. (2003). Ambato: 1974.

Estadística para administración . (2001). En L. &. Rubin. Cuenca: 1996.

financierosudl.blogspot.com. (3 de Enero de 2009). Obtenido de (http://financierosudl.blogspot.com/2009/04/concepto-de-depreciacion.html)

Herrera, A. E. (17 de 06 de 2013). *SLIDESHARE*. Madrid: 2010. Obtenido de sitio web de SLIDESHARE: http://es.slideshare.net/arnulfoespinaherrera/modulo-ii-el-mercado-oferta-y-demanda-16047365

LEODARDO, V. (26 de 08 de 2011). *SCRIBD*. Obtenido de http://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha

La estimulación de la inteligencia racional . (2002). Madrid: 1998.

agroproyectos.org. (4 de Marzo de 2012). Obtenido de http://www.agroproyectos.org/2013/08/activo-fijo-diferido-y-capital-de-trabajo.html

americo.usal.es. (3 de Mayo de 2011). Obtenido de http://americo.usal.es/oir/opal/Documentos/AD/PrincipiosAD.pdf

analisis-situacional. (2 de Mayo de 2010). Obtenido de sitio web de analisis-situacional: .http://www.analisis-situacional-de-la-orgnizacin.pdf

aprendeconomia.com. (4 de Abril de 2008). Obtenido de sitio web de aprendeconomia.com: http://aprendeconomia.wordpress.com/2010/12/01/1-localizacion-y-dimension-empresarial/

apuntesgestion.com. (Noviermbre de 4 de 2013). Obtenido de http://www.apuntesgestion.com/definicion-planificacion

aulafacil.com. (4 de Marzo de 2010). Obtenido de sitio web de aulafacil.com: http://www.aulafacil.com/planesnegocio/Lecc-9.htm

bce.fin.ec. (4 de Septiembre de 2014). Obtenido de sitio web de bce.fin.ec: http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

bomberosquito. (2 de Abril de 2012). Obtenido de sitio web de bomberosquito: http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?...permisos-de-funcionamiento.

buenastareas.com. (2 de Abril de 2013). Obtenido de http://www.buenastareas.com/materias/gestion-operativa-definicion/

buenosnegocios.com. (3 de Mayo de 2013). Obtenido de http://www.buenosnegocios.com/notas/324-las-4-p-del-marketing

celade.cepal.org. (3 de Mayo de 2008). Obtenido de sitio web de celade.cepal.org: http://www.celade.cepal.org/redatam/PRYESP/SISPPI/.../tasa_de_desempleo.htm

cesdecorp.org. (31 de Enero de 2012). Obtenido de sitio web de cesdecorp.org: http://tramites.ecuadorlegalonline.com/social/municipio-quito/patente-municipal-obtencion.

clubensayos.coml. (2 de Septiembre de 2011). Obtenido de http://clubensayos.com/Temas-Variados/Sistema-Slp-Y-Matriz-De/1797909.html

definicion.de/organigrama. (2 de Junio de 2010). Obtenido de http://definicion.de/organigrama/.com

definicion.org. (3 de Octubre de 2011). Obtenido de http://www.definicion.org/costos-directos

econlink.com. (5 de Junio de 2013). Obtenido de sitio web de econlink.com: http://www.econlink.com.ar/definicion/inflacion.shtml

economia.com.mx. (3 de Mayo de 2014). Obtenido de sitio web economia.com.mx: http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm

economia48.com. (3 de Junio de 2010). Obtenido de http://www.economia48.com/spa/d/inversion/inversion.htm

e-conomic.es. (2 de Junio de 2011). Obtenido de http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-proveedor

gerencie.com . (3 de Frebrero de 2013). Obtenido de http://www.gerencie.com/definicion-de-costos indirectos.html

Gestion. org. (4 de Noviembre de 2011). Obtenido de sitio web de Gestion. org: http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales

gestionadministrativaconceptos.blogspot.com. (5 de Abril de 2011). Obtenido de http://gestionadministrativaconceptos.blogspot.com/p/conceptos.html

gestiopolis.com. (4 de Diciembre de 2006). Obtenido de sitio web de gestiopolis.com: http://www.gestiopolis.com/canales7/ger/politicas-de-mejoramiento-continuo.htm

gestiopolis.com. (5 de Marzo de 2013). Obtenido de http://www.gestiopolis.com/canales6/rrhh/crear-puestos-de-trabajo.htm

grn.cl.com. (4 de Enero de 2013). Obtenido de http://www.grn.cl/impacto-ambiental.html

guiaosc.org. (3 de Agosto de 2013). Obtenido de sitio web de guiaosc.org: http://guiaosc.org/cuales-son-los-requisitos-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento

knoow.net. (2 de Agosto de 2012). Obtenido de http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidadinstalada.htm

macroymicrolocalizacin.blogspot. (3 de Julio de 2011). Obtenido de http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/

mercadotecnia.mty. (1 de Julio de 2011). Obtenido de http://mercadotecnia.mty.itesm.mx/prog_academicos/prog_analiticos/analisis_consumidor.htm

promonegocios.net. (4 de Enero de 2009). Obtenido de http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmento-mercado-definicion-concepto.htm

promonegocios.net. (4 de Septiembre de 2009). Obtenido de sitio web de promonegocios.net: http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html

promonegocios.net. (3 de Noviembre de 2010). Obtenido de http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-tipos.html

ruthrodriguez.mex. (4 de Diciembre de 2009). Obtenido de http://ruthrodriguez.mex.tl/frameset.php?url=/664344_1-1--Concepto-de-los-cuatro-estados-financieros-basicos.html

salud.gob.ec . (3 de Febrero de 2014). Obtenido de sitio web de salud.gob.ec : http://www.salud.gob.ec/tramites-requisitos-reglamentos-y-directrices-para-la-obtencion-del-registro-sanitario-arcsa/

SRI. (5 de Octubre de 2012). Obtenido de sitio web del SRI: http://www.sri.gob.ec/web/10138/92

tiemposmodernos.eu. (3 de Marzo de 2011). Obtenido de http://www.tiemposmodernos.eu/direccion-empresarial-ret/

todoempresa.com. (2 de Julio de 2008). Obtenido de sitio web de todoempresa.com: http://www.todoempresa.com/Cursos/.../Factores%20tecnologicos.htm

utn.edu.ec. (4 de Octubre de 2007). Obtenido de sitio web de utn.edu.ec: http://www.utn.edu.ec/ficaya/index.php/informacion/bases-legales/principios-y-valores

virtual.unal.edu. (4 de Febrero de 2012). Obtenido de http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/Capitulo%20III/tama%C3%B1o.htm

zonaeconomica.com. (3 de Diciembre de 2010). Obtenido de http://www.zonaeconomica.com/concepto-control

ANEXOS

Anexo de la Materia Prima

Machica 	**Azúcar**
Miel de Maíz 	**Mantequilla**
Pirutines 	**Crema de Leche**

Producto Terminado

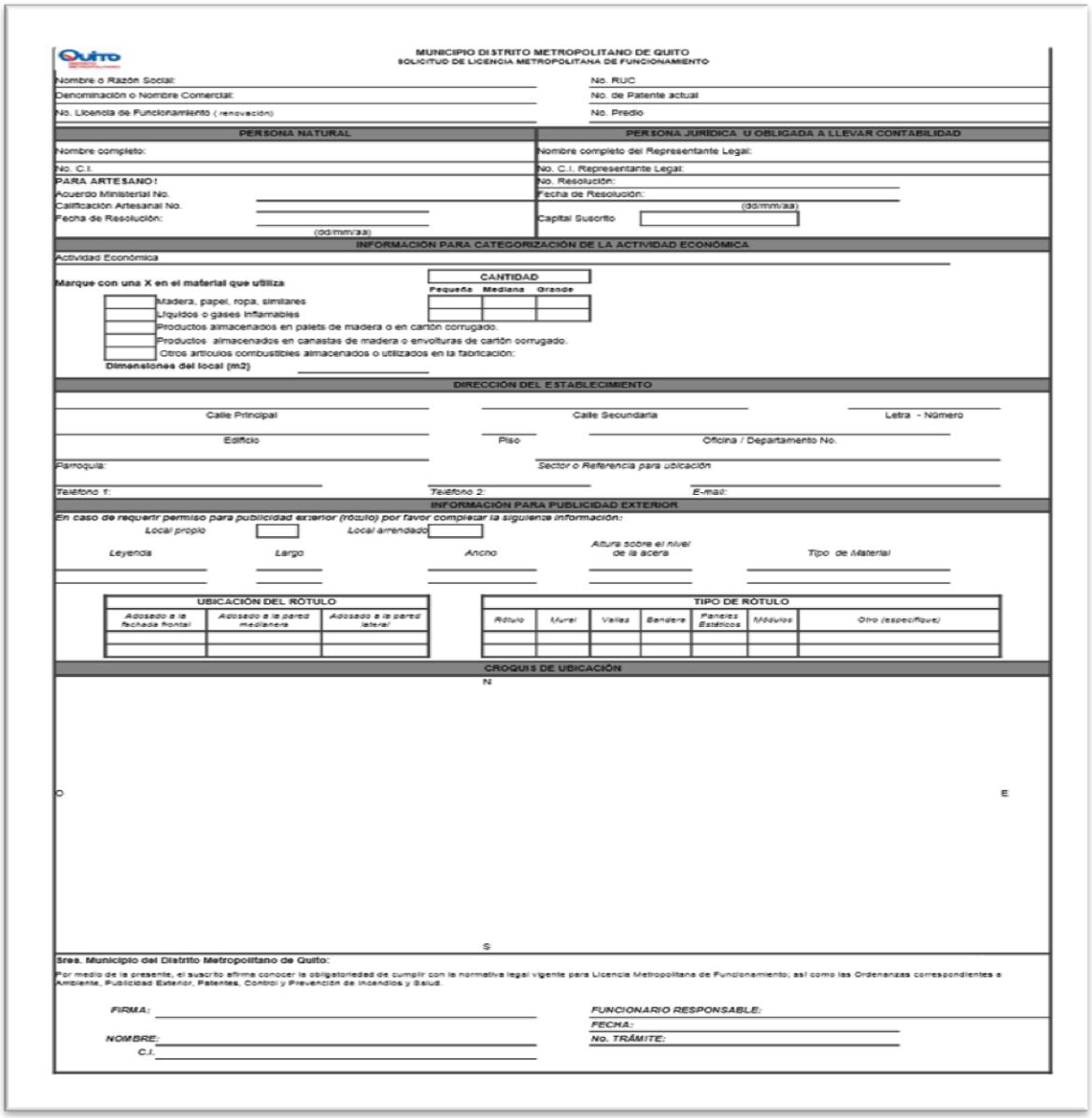
Anexo
Proformas

PROFORMA 009-340

FECHA:24 DE JULIO DEL 2014
CLIENTE:WENDY TASIGUANO
ELECTRODOMESTICOS
CIUDAD,QUITO

Cantidad	Detalle	V/Unitario	V/Total
2	Microondas Panasonic	$180,00	$360,00
1	Refrigeradora Samsung	$894,32	$894,32
2	Batidoras Oster	$82,89	$165,78
		Subtotal	$1.420,10
		IVA	0,0
		TOTAL	$1.420,10

Anexo
Papel de Constitución



MUNICIPIO DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

Nombre o Razón Social:
Denominación o Nombre Comercial:
No. Licencia de Funcionamiento (renovación)
No. RUC
No. de Patente actual
No. Predio

PERSONA NATURAL

Nombre completo:
No. C.I.
PARA ARTESANO:
Acuerdo Ministerial No.
Calificación Artesanal No.
Fecha de Resolución:
(dd/mm/aa)

PERSONA JURÍDICA U OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD

Nombre completo del Representante Legal:
No. C.I. Representante Legal:
No. Resolución:
Fecha de Resolución:
(dd/mm/aa)
Capital Suscrito

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Actividad Económica

Marque con una X en el material que utiliza

	CANTIDAD		
	Pequeña	Mediana	Grande
Madera, papel, ropa, similares			
Líquidos o gases inflamables			
Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado.			
Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado.			
Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:			

Dimensiones del local (m2)

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Calle Principal | Calle Secundaria | Letra - Número
Edificio | Piso | Oficina / Departamento No.
Parroquia: | Sector o Referencia para ubicación
Teléfono 1: | Teléfono 2: | E-mail:

INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR

En caso de requerir permiso para publicidad exterior (rótulo) por favor complecar la siguiena información:

Local propio ☐ Local arrendado ☐

Leyenda	Largo	Ancho	Altura sobre el nivel de la acera	Tipo de Material

UBICACIÓN DEL RÓTULO

Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral

TIPO DE RÓTULO

Rótulo	Mural	Vallas	Bandero	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especifique)

CROQUIS DE UBICACIÓN

N
O E
S

Sres. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito:

Por medio de la presente, el suscrito afirma conocer la obligatoriedad de cumplir con la normativa legal vigente para Licencia Metropolitana de Funcionamiento; así como las Ordenanzas correspondientes a Ambiente, Publicidad Exterior, Patentes, Control y Prevención de Incendios y Salud.

FIRMA:
NOMBRE:
C.I.

FUNCIONARIO RESPONSABLE:
FECHA:
No. TRÁMITE:

Anexo de Contrato de Trabajo

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte....., a través de su representante legal,..... (en caso de personas jurídicas); en su calidad de EMPLEADOR y por otra parte el señor _____ portador de la cédula de ciudadanía # _____su calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de..... y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a PLAZO FIJO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas: El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como "Partes" e individualmente como "Parte".

PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de .....(Nota explicativa: Un solo cargo Ejemplo: Mecánico, secretaria), revisados los antecedentes del(de la) señor(a)(ita) ....., éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, el EMPLEADOR y el TRABAJADOR (a) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

SEGUNDA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar ocho horas diarias por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal desde las..... hasta las....., en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por el EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita del EMPLEADOR.(Nota: Especificar horario de acuerdo al Art. 47 del Código de Trabajo. Ejemplo: De lunes a viernes de 08:00 a 17:00, con una hora de almuerzo, y de ser el caso citar el Art.49 del mismo cuerpo legal correspondiente a la jornada nocturna.

TERCERA.- REMUNERACIÓN.-El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE

AMÉRICA (USD$...,oo).El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

CUARTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO: El presente contrato tendrá una duración de _____ (Puede estipularse un plazo no inferior a un año ni superior a dos años). (Es facultativo estipular un periodo de prueba de hasta 90 días conforme lo establecido en el Art. 15 del Código de Trabajo).Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

QUINTA.- LUGAR DE TRABAJO.- El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en..... (Dirección), en la ciudad de..... (Quito), provincia de..... (Pichincha), para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SEXTA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES: En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

SEPTIMA. LEGISLACIÓN APLICABLE.- En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

OCTAVA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

NOVENA.- SUSCRIPCIÓN.-Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de..... El día ___ del mes de _____del año

_____ _____

EMPLEADOR (a) C.C EL TRABAJADOR(a) C.C.