



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

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

Autora: Arévalo Cachote Yesenia Jacqueline

Tutor: Ing. Galo Cisneros

Quito, 2016

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se ha 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.

Arévalo Cachote Yesenia Jacqueline

C.C. 0604367425

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **ARÉVALO CACHOTE YESENIA JACQUELINE** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **0604367425** de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: “La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “**IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.**” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

Firma _____

Nombre Arévalo Cachote Yesenia Jacqueline

Cédula 0604367425

Quito, Octubre 2016

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

AGRADECIMIENTO

Ante mano quiero agradecer en primer lugar a mi Dios quien es mi guía espiritual, mi fuerza, mi fe para no desfallecer y culminar con mis objetivos que me propongo para que la vida tenga sentido.

En segundo lugar quiero dar mi gratitud a mis padres quienes han sido y son mi orgullo, mi fortaleza mi ejemplo a seguir por cada día ponen su esfuerzo para que yo pueda lograr superarme y ser un orgullo para ellos.

En tercer lugar agradecer a mis hermanas por apoyarme en cada logro y derrota además a mis compañeros y amigos que aun no siendo de mi familia he compartido alegrías, tristezas, consejos y sobre todo su amistad.

En cuarto lugar quiero agradecer a la institución quien me abrió las puertas para seguir cumpliendo con mis propósitos incluyendo a mis maestros ya que cada uno puso su esfuerzo y dedicación brindando sus conocimientos y experiencias para el desarrollo tanto profesional como personal hacia mi persona.

DEDICATORIA

Primerio quiero dedicar este logro Dios quien me ha dado la dicha de seguir hacia
adelante.

A mi Madre quien me ha apoyado con sus consejos, experiencias y sobre todo con su
amor incondicional.

A mi Padre quien ha sido un ejemplo a seguir de lucha, perseverancia y de amor.

A mis hermanas Mónica y Alison pues son las que están cada día apoyándome para
que sea alguien mejor.

Y por último quiero dedicarme a mí porque puedo ser capaz de lograr lo que me
propongo con esfuerzo y dedicación se puede alcanzar el éxito

Índice General

DECLARATORIA.....	ii
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT.....	xv
CAPÍTULO I.....	1
1.1 Justificación.....	3
1.2 Antecedentes	5
CAPÍTULO II : Analisis Situacional	7
2.01 Ambiente Externo.....	7
2.01.01 Factores Económicos.....	7
2.01.01.01 Producto Interno Bruto	8
2.01.01.02 Inflación	10
2.01.01.03 Tasa de Interés	12
2.01.01.03.01 Tasa Activa.....	12
2.01.01.03.02 Tasa Pasiva.....	14
2.01.01.04 Balanza Comercial.....	15
2.01.01.04.01 Importaciones.....	16
2.01.01.04.02 Exportaciones.....	16
2.01.01.05 Riesgo país.....	18
2.01.02 Factor Social y Cultural.....	20
2.01.02.01 Cultura	20
2.01.02.02 Población	21
2.01.02.03 Empleo.....	22
2.01.02.04 Desempleo	24
2.01.02.05 Personas Económicamente Activas (PEA).....	26
2.01.03. Factor Tecnológico.....	28
2.01.04. Factor Político	28
2.01.05. Factor Legal.....	29
2.01.05.01 Registro Único De Contribuyentes (Ruc).....	29

2.01.05.02 Licencia Metropolitana de Funcionamiento	30
2.01.05.03 Requisitos para emisión	30
2.01.05.04 Requisitos para Identificación de Actividades Económicas (Rótulo):	31
2.01.05.05 Patente Municipal.	31
2.01.05.06 Obtención de Patentes por primera vez:	32
2.01.05.07 Requisitos generales:	32
2.01.05.08 Permiso Sanitario De Funcionamiento	33
2.01.05.09 Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos.	34
2.01.06. Ambiente Ecológico	34
2.02. Entorno Local.	35
2.02.01 Clientes.	35
2.02.02. Proveedores.....	37
2.02.03 Competidores	39
2.02.03.01 Competidores Directos.....	39
2.02.03.02 Competidores Indirectos	40
2.03. Análisis Interno	40
2.03.1 Propuesta Estratégica	41
2.03.01.01 Misión	42
2.03.01.02 Visión	42
2.03.01.03 Objetivo.....	43
2.03.01.03.01. Objetivo General	43
2.03.01.03.02 Objetivos Específicos	43
2.03.01.04 Principios y/ o valores	43
2.03.01.04.01 Valores.....	44
2.03.02 Gestión Administrativa	45
2.03.02.01. Planeación.	45
2.03.02.02. Organizar.....	46
2.03.02.02.01 Estructura Organizacional	46
2.03.02.03. Dirección	50
2.03.02.04. Control	50
2.03.03. Gestión Operativa	51
2.03.04 Gestión Comercial	51
2.03.04.01 Producto	52
2.03.04.02 Precio	53

2.03.04.03 Plaza	53
2.03.04.04 Promoción	54
2.03.04.04.01 Logotipo	55
2.03.04.04.02 Diseño publicitario	56
2.04 Análisis FODA	57
CAPÍTULO III : Estudio de Mercado.....	61
3.01. Objetivo del estudio del mercado	61
3.01.02 Objetivo Especifico.....	61
3.02. Análisis del consumidor	62
3.02.01.Características del Consumidor	62
3.02.01.01.Comportamiento del consumidor.....	62
3.02.01.02. Segmentacion de Mercado	63
3.02.02.Determinación de la Población y Muestra.....	63
3.02.02.01..Población.....	63
3.02.02.02 Muestra.....	64
3.02.02.03.Fórmula de la muestra de Poblacion Finita.....	65
3.02.03. Técnicas de la Obtención de la Información.	66
3.02.03.01.Observacion.....	66
3.02.03.02.Entrevista.....	66
3.02.03.03.Cuestionario	66
3.02.03.04.Focus Grop	67
3.02.03.05.Encuesta	67
3.02.04.Análisis de la información	67
3.02.04.01 Resultados de la encuesta (análisis)	70
3.03. Demanda.....	84
3.03.01 Demanda Histórica	84
3.03.02 Demanda Actual	85
3.03.02.01 Cálculo de la demanda actual.....	85
3.03.03 Demanda Proyectada	87
3.4 Oferta.....	87
3.04.01 Oferta histórica	87
3.04.02. Oferta Actual.....	88
3.04.03. Oferta Proyectada	88
3.04.04. Balance Oferta – Demanda	88
CAPITULO IV: Estudio Tecnico.....	89

4.01. Tamaño del proyecto	90
4.01.01 Maquinaria y utensilios	92
4.01.02. Muebles y Enseres	93
4.01.03. Equipo de computación	94
4.01.04 Equipo de oficina	94
4.01.05 Mano de obra.	95
4.01.05.01 Cuadro de personal.....	95
4.02. Variables de viabilidad.	96
4.02.01 Variables de optimización.	98
4.03. Distribución de planta.	99
4.03.01 Matriz S.L.P (Layout).	99
4.04 Localización del proyecto.	100
4.04.01 Factores generales de la localización.....	101
4.04.02 Macro localización.....	103
4.04.03 Micro localización	104
4.05 Ingeniería del proyecto.	106
4.05.01 Plano del negocio.....	106
4.05.02 Flujogramas del proceso de producción.	106
4.05.03 Simbología.	107
4.05.04 Flujograma del proceso de fabricación	109
CAPITULO V :Estudio Financiero.....	117
5.01.Ingresos operacionales y no operacioales	117
5.01.01.Ingresos operacionales.	117
5.02.Costos	118
5.02.01.Costo Directo	119
5.02.02Costos indirectos.....	120
5.02.03.Gastos administrativos	128
5.02.04.Costo de venta.....	131
5.02.05. Costos financieros.....	132
5.02.06.Costos fijos y variable	133
5.02.06.01. Costos fijos.....	133
5.02.06.02. Costos variables	133
5.03.Inversiones.....	133
5.03.01.Inversión fija	134
5.03.01.01 Activos fijos	135

5.03.01.02. Activos nominales.....	137
5.03.02 Capital de trabajo	138
5.03.03 Fuentes de financiamiento y usos de fondos.	139
5.03.04 Amortización de Financiamiento.....	139
5.03.05. Depreciaciones.....	142
5.03.06. Estado de situación inicial	143
5.03.07 Estado de resultados proyectado.....	144
5.2.08 Flujo caja.....	146
5.04 Evaluación económica.....	146
5.04.01 Tasa de descuento	147
5.04.02 Van.....	148
5.04.03 Tir.....	149
5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión)	149
5.04.05 RBC (Relación costo beneficio)	152
5.04.06 Punto de equilibrio.....	152
5.04.07 Análisis de índices financieros	155
5.04.07.01. ROA (Rentabilidad sobre Activo).....	155
5.04.07.02 ROE (Rentabilidad sobre Patrimonio)	156
5.04.07.03 ROI (Rentabilidad sobre Inversión)	157
CAPITULO VI : Análisis de Impactos	159
6.01 Impacto ambiental	159
6.02 Impacto económico	160
6.03 Impacto productivo.....	160
6.04 Impacto social.....	161
CAPITULO VII : Conclusiones y Recomendaciones	162
7.01 Conclusiones	162
7.02 Recomendaciones	163
Bibliografía	165

Índice de tablas

Tabla 1 Producto Interno Bruto	8
Tabla 2 Inflación Anual.....	11
Tabla 3 Tasa Activa.....	13
Tabla 4 Tasa Pasiva	14
Tabla 5 Balanza Comercial	17

Tabla 6 Riesgo País.....	19
Tabla 7 Empleo.....	22
Tabla 8 Desempleo.....	24
Tabla 9 Clientes.....	36
Tabla 10 Proveedores.....	38
Tabla 11 Competidores Indirectos.....	40
Tabla 12 Manual de funciones para el cargo del Administrador.....	47
Tabla 13 Manual de Funciones del Vendedor.....	48
Tabla 14 Manual de Funciones del Operario.....	49
Tabla 15 Matriz FODA de Oportunidades y Amenazas.....	57
Tabla 16 Matriz FODA de fortalezas y debilidades.....	59
Tabla 17 Tamaño del Universo.....	64
Tabla 18 Género.....	70
Tabla 19 Rango de Edad.....	71
Tabla 20 Pregunta 1.....	72
Tabla 21 Pregunta 2.....	73
Tabla 22 Pregunta 3.....	74
Tabla 23 Pregunta 4.....	75
Tabla 24 Pregunta 5.....	76
Tabla 25 Pregunta 6.....	77
Tabla 26 Pregunta 7.....	78
Tabla 27 Pregunta 8.....	79
Tabla 28 Pregunta 9.....	80
Tabla 29 Pregunta 10.....	81
Tabla 30 Pregunta 11.....	82
Tabla 31 Pregunta 12.....	83
Tabla 32 Tabla Datos para calcular la demanda actual:.....	85
Tabla 33 Tabla Resultados de la encuesta.....	86
Tabla 34 Tabla Cálculo de la Demanda Actual.....	86
Tabla 35 Demanda Proyectada.....	87
Tabla 36 Determinación de capacidad de producción de galletas.....	90
Tabla 37 Determinación de capacidad de producción de humitas.....	91
Tabla 38 Determinación de capacidad de producción de empanadas.....	92
Tabla 39 Equipo y Maquinaria.....	92
Tabla 40 Muebles y enseres.....	93
Tabla 41 Equipo de computación.....	94
Tabla 42 Equipo de oficina.....	95
Tabla 43 Personal.....	95
Tabla 44 Variable de Viabilidad.....	96
Tabla 45 Grado y Razones de Cercanía.....	100
Tabla 46 Método Cualitativo por Puntos.....	102
Tabla 47 Micro localización.....	104
Tabla 48 Simbología.....	107
Tabla 49 Descripción de las Actividades.....	110
Tabla 50 Proceso de Recepción de la Materia Prima.....	111
Tabla 51 Proceso de elaboración de la galleta a base de harina de chocho.....	112
Tabla 52 Proceso de Control de calidad empacado y Comercialización.....	114
Tabla 53 Adquisición de activos fijos.....	114
Tabla 54 Distribución optima de producción.....	118

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Tabla 55 Costos proyectados	119
Tabla 56 Costos directos e indirectos producción de galletas.....	121
Tabla 57 Resumen de costos de galletas	122
Tabla 58 Costos directos e indirectos producción de empanadas humitas	123
Tabla 59 Resumen de costos de humitas	124
Tabla 60 Costos directos e indirectos producción de empanadas	125
Tabla 61 Resumen de costos de empanadas.....	126
Tabla 62 Costo de producción por lote.....	127
Tabla 63 Cuadro Resumen de Ingresos y Costos	127
Tabla 64 Gastos administrativos.....	128
Tabla 65 Gastos sueldos administrativos.....	129
Tabla 66 Servicios Básicos.....	130
Tabla 67 Gasto Venta	131
Tabla 68 Costos Financieros	132
Tabla 69 Inversión Total.....	134
Tabla 70 Inversión fija.....	134
Tabla 71 Equipo y Maquinaria	135
Tabla 72 Equipo de Oficina	136
Tabla 73 Equipo de computación.....	137
Tabla 74 Muebles y enseres.....	137
Tabla 75 Capital de Trabajo	138
Tabla 76 Tabla de amortización	139
Tabla 77 Tabla de amortización	140
Tabla 78 Cuadro de depreciaciones.....	142
Tabla 79 Estado de situación inicial	143
Tabla 80 Estado de resultado proyectado	145
Tabla 81 Flujos netos de efectivo	146
Tabla 82 Tasa de descuento	147
Tabla 83 VAN.....	148
Tabla 84 Tasa interna de retorno.....	149
Tabla 85 Periodo de recuperación	150
Tabla 86 Periodo de recuperación a valores corriente.....	150
Tabla 87 Periodo de recuperación a valores actualizados.....	151
Tabla 88 Gastos.....	152
Tabla 89 Margen de contibucion	153
Tabla 90 Costo.....	154
Tabla 91 Ingresos	154
Tabla 92 Rentabilidad sobre activo.....	156
Tabla 93 Rentabilidad sobre patrimonio	157
Tabla 94 Rentabilidad sobre inversión.....	157

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Evolución del PIB por Trimestre.....	9
Figura 2 Contribución Anual PIB	10
Figura 3 Inflación Anual	12
Figura 4 Tasa Activa	13
Figura 5 Tasa Pasiva	15

Figura 6 Importaciones	16
Figura 7 Exportaciones	17
Figura 8 Balanza Comercial.....	17
Figura 9 Riesgo País	19
Figura 10 Población	21
Figura 11 Empleo.....	23
Figura 12 Empleo Urbano y Rural	23
Figura 13 Desempleo	25
Figura 14 Desempleo Urbano y Rural	25
Figura 15 Población Económicamente Activa.....	26
Figura 16 Ocupación por Actividad.....	27
Figura 17 Utilización de la materia prima.....	35
Figura 18 Estructura Organizacional	46
Figura 19 Propiedades del chocho	52
Figura 20 Logotipo.....	55
Figura 21 Hoja membretada.....	56
Figura 22 Camisetas.....	56
Figura 23 Esferos	57
Figura 24 Género.....	70
Figura 25 Rango de Edad.....	71
Figura 26 Porcentaje Pregunta 1	72
Figura 27 Porcentaje Pregunta 2	73
Figura 28 Porcentaje Pregunta 3	74
Figura 29 Porcentaje Pregunta 4	75
Figura 30 Porcentaje Pregunta 5	76
Figura 31 Porcentaje Pregunta 6	77
Figura 32 Porcentaje Pregunta 7	79
Figura 33 Porcentaje Pregunta 8	80
Figura 34 Porcentaje Pregunta 9	81
Figura 35 Porcentaje Pregunta 10	82
Figura 36 Porcentaje Pregunta 11	83
Figura 37 Porcentaje Pregunta 11	84
Figura 38 Cooperativa de ahorro y credito	97
Figura 39 Matriz S.L.P.....	100
Figura 40 Método Cuantitativo por Puntos.....	102
Figura 41 Mapa Cotocollao.....	104
Figura 42 Sector Cotocollao.....	105
Figura 43 Plano del Negocio.....	106
Figura 44 Proceso de fabricación.....	109
Figura 45 Punto de equilibrio.....	153
Figura 46 Punto de equilibrio.....	155

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad hay muy poca importancia por parte de las personas en llevar una alimentación saludable y nutritiva lo cual ha conllevado a que se padezca enfermedades desde pequeños por el mal hábito de alimentación es por esta situación que el proyecto se enfocara en implementar una microempresa de producción y comercialización de productos elaborados a base de masa de chocho en la parroquia de Cotocollao del Distrito Metropolitano de Quito.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

El proyecto se orientara en fomentar la agricultura en este caso del chocho por parte de los campesinos, además las oficinas estarán ubicadas en la calle 25 de Mayo cerca de la feria libre en Cotocollao con el fin de estar más cerca a los proveedores ofreciendo fuentes de trabajo a los mismos para que sean parte de la microempresa y en un futuro se conviertan en nuestros socios.

Para determinar que el proyecto sea factible se deberá realizar tres estudios importantes como el económico, técnico y financiero que son la base para la implementación de cualquier negocio o emprendimiento.

Los resultados de los diferentes índices financieros se determinó que el proyecto es viable porque los ingresos son mayores que los egresos, el Van es positivo, además de tener una TIR que es mayor al TMAR lo que representa la rentabilidad del proyecto y la inversión se cubrirá en un periodo de tres años.

ABSTRACT

At present there is very little importance on the part of the people in carrying a healthy and nutritious diet which has led to illness from childhood due to the bad habit of feeding. It is because of this situation that the project will focus on implementing a microenterprise of Production and commercialization of products made with puff pastry in the parish of Cotocollao of the Metropolitan District of Quito.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

The project will focus on promoting agriculture in this case of the pimp by the farmers, and the offices will be located on 25 the May Street near the free fair in Cotocollao in order to be closer to suppliers by offering sources of Work for them to be part of the microenterprise and in the future become our partners.

In order to determine that the project is feasible, three important studies, such as economic, technical and financial, are the basis for the implementation of any business or enterprise.

The results of the different financial ratios determined that the project is feasible because the income is greater than the expenses, the Van is positive, in addition to having a TIR that is higher than the TMAR which represents the profitability of the project and the investment will be covered In a period of three years.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

CAPÍTULO I

1. Introducción

El presente proyecto se genera como una propuesta para el sector alimenticio, puesto que se va a producir y comercializar productos a base de masa de chocho, como son galletas, empanadas y humitas, que aportaran a la nutrición, así como la necesidad de una alimentación saludable que aporte beneficios a nuestra salud.

El estudio que se llevara a cabo radica en determinar la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de productos a base de masa de chocho, que estará ubicado al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Al inicio del estudio se hablara de los antecedentes del producto, su origen, utilidad y beneficios, de la misma manera se realizara un análisis situacional para determinar la situación presente de la organización frente a su entorno.

Se elaborara el análisis interno, en el cual se va analizara un supuesto futuro, como la visión, misión, objetivos y la gestión de los diferentes departamentos para determinar las fortalezas y debilidades de la organización en el mercado.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Se realizara un estudio de mercado, el cual pretende determinar las principales necesidades del mercado objetivo, además se podrá establecer valores referentes a la oferta y demanda del producto ofertado, de la misma manera los niveles de aceptación de precios del producto, de otros oferentes o competidores, e incluso frecuencias de compra entre otros.

Se elaborara el estudio técnico, en el cual se va a establecer la capacidad instalada y distribución optima de la planta, con la cual se conocerá la cantidad máxima de producción, con los recursos disponibles así, como también factores de localización, distribución de las áreas de trabajo, descripción de procesos y necesidades de maquinaria y equipos.

“Que se considera optimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” (Baca Urbina, 2010).

Se va a desarrollar el análisis financieros, en el que se obtendrán resultados de los índices de evaluación financiera tales como el Van, Tir, Tmar, Relación costo beneficio entre otros.

1.1 Justificación

Los malos hábitos de alimentación, en el país y en otros se han vuelto regulares con un mayor consumo de comida chatarra, dejando de lado alimentos saludables como las frutas, verduras y las leguminosas, por lo tanto existe la actual necesidad de fomentar una buena alimentación generando soluciones efectivas al adecuado aprovechamientos de los alimentos saludables.

Según (Semplades, 2013) el Plan Nacional para el Buen Vivir en el objetivo 9 determina el “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas”, y en el objetivo 10 “Impulsar la transformación de la Matriz Productiva”. Estos dos objetivos serán analizados en la elaboración del proyecto para que su actividad económica genere una oferta de empleo en el mercado laboral e impulse la economía con productos con valor agregado.

Con la producción y comercialización de productos, elaborados a base de masa de choco, este proyecto tiene el propósito de incentivar a la población de la provincia de Pichincha, al consumo de alimentos nutricionales, puesto que el chocho tiene un alto porcentaje de nutrientes y con el pasar del tiempo se han perdido los conocimientos acerca del mismo y la mayoría de las personas han dejado de consumir por falta de información de los beneficios que nos brinda.

Desde hace seis años, un grupo de investigadores y estudiantes liderados por el doctor Manuel Baldeón, director del Centro de Investigación Traslacional de la Universidad de las Américas (UDLA), descubrió que el chocho andino de Ecuador posee un principio activo denominado Gamma conglutin, que reduce los niveles de glucosa en la sangre. (El Comercio, 2014).

Baldeón indica que en los años cuarenta en Italia ya se demostró que el consumo de una de las variedades del *Lupinus mutabilis* (nombre científico del chocho) aumentaba la liberación de la insulina en la sangre. A escala mundial hay aproximadamente 200 variedades de chochos. Esto motivó a los especialistas a comprobar que el chocho andino también tiene este tipo de propiedades. (El Comercio, 2014)

Es importante y recomendable que en nuestra dieta, se incluya los productos preparados a base del chocho debido a su alto valor nutritivo. Con el consumo de estos productos, se pretende estimular en las personas de las áreas suburbanas a la siembra de este alimento nutricional ya que en las diferentes zonas de nuestro país se lo cultiva este producto de forma natural siendo que son ricos en minerales tales como el calcio, hierro, y fosforo el alimentos nutricional se transforma en una gran ayuda nutricional de los seres humanos.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

1.2 Antecedentes

En los últimos años gracias a las investigaciones desarrolladas y con la ayuda por parte de entidades gubernamentales, en busca de encontrar nuevos y mejores productos para la nutrición de la población, se ha desarrollado las formas y técnicas para la producción y comercialización de productos en base a granos propios de la zona ecuatoriana.

Considerado uno de ellos, el chocho o *Lupinus mutabilis* (nombre científico del chocho) y su nombre común el Tarwi que alimentado al pueblo ecuatoriano desde antes de la conquista española. Ha sido consumido desde la época prehispánica en la sierra de Ecuador, Perú, Bolivia debido a sus grandes propiedades alimenticias. Los investigadores agrícolas dicen que los europeos consideraban al chocho comida de pobres y suprimieron el cultivo de la planta en favor de otros cultivos del Viejo Mundo. (Alternativos. cl, 2012)

Desde hace seis años, un grupo de investigadores y estudiantes liderados por el doctor Manuel Baldeón, director del Centro de Investigación Traslacional de la Universidad de las Américas (UDLA), descubrió que el chocho andino de Ecuador posee un principio activo denominado Gamma conglutin, que reduce los niveles de glucosa en la sangre aumentando la liberación de la insulina. (El Comercio, 2014)

Debido a su alto valor proteico su consumo es muy apropiado para los niños en etapa de crecimiento, mujeres embarazadas o que dan de lactar. Combinado con

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

cereales como la quinua o amaranto, es capaz de reunir las cualidades de la leche, la carne, el queso y el huevo. (El Comercio, 2014)

Así también el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), destaca que el chocho es una leguminosa de alto valor nutritivo, que se distingue por su alto contenido de proteína. El mineral predominante en el chocho es el calcio, con una concentración promedio de 0,48%. (El Comercio, 2014)

Este elemento, según manifiesta Elena Villacrés, del Departamento de Nutrición y Calidad del INIAP, es una sustancia blanquecina que los dientes y los huesos acaparan y conservan para asegurar el crecimiento y mantener la solidez. El calcio, se localiza principalmente en la cáscara del grano, por eso es recomendable su consumo sin pelar. (Elena Villacrés, 2016)

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

El análisis situacional, según (Sulser & Pedroza, 2004) menciona que: “Es un estudio de profundidad de la organización en el que se logran identificar elementos internos como las Fortalezas y Debilidades; elementos externos como los Riesgos (amenazas), Oportunidades” (p.23), consiste en un estudio de todos los factores internos y externos del entorno en el que se desenvuelve la microempresa.

2.01 Ambiente Externo

El ambiente externo estudia elementos que son difíciles o imposibles de controlar, por lo que la organización debe tener conocimiento de ellos para aprovecharlos o en su defecto reducir su impacto.” (Rosas, 2011)

El ambiente externo son factores no controlables por las empresas que influyen de manera positiva o negativa en su desempeño y desarrollo en el mercado.

2.01.01 Factores Económicos

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Los factores económicos permitirán conocer la situación económica del país, por tal motivo que influye de manera inevitable en las entidades. Por lo que resulta importante estudiar y analizar los factores económicos del país para conocer las condiciones económicas en las que se pretende realizar el proyecto.

Según Martán , (2011) analizo que :

Existen diversos tipos de factores económicos, entre los que destacan los factores económicos permanentes, los factores temporales a nivel nacional y los factores temporales en el ámbito internacional. En el macroambiente de la empresa también existen factores económicos que influyen en su funcionamiento y desarrollo.

2.01.01.01 Producto Interno Bruto

Es la variable que permite determinar la cantidad de productos y servicios que se producen en el país en sus diferentes sectores productivos.

Según Banco Central del Ecuador, (2009) “Es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período” generalmente de un año”

Tabla 1

Producto Interno Bruto

AÑO	%PIB
2012	5,2

2013	4,6
2014	3,7
2015	0,3

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Yesenia Arévalo

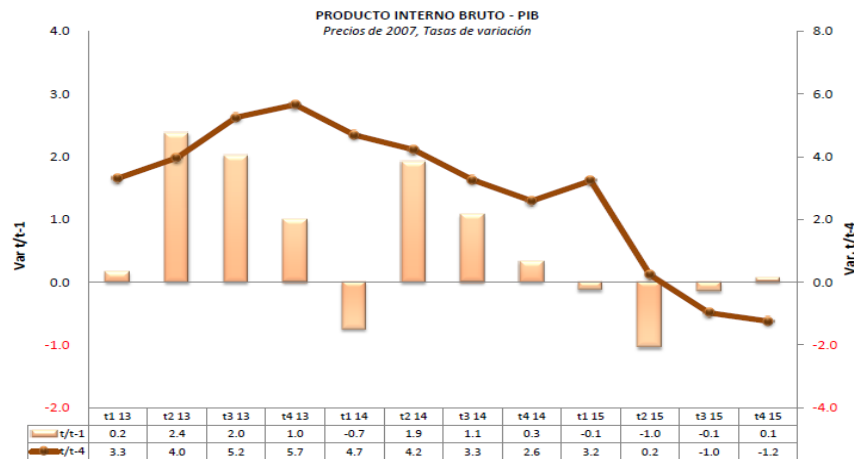


Figura 1 Evolución del PIB por Trimestre
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

Se observa que el porcentaje del PIB, en el país en los últimos años 2015 y principios del 2016 son inferiores asumiendo que la producción de bienes y servicios han disminuido esto representará para el proyecto una debilidad.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

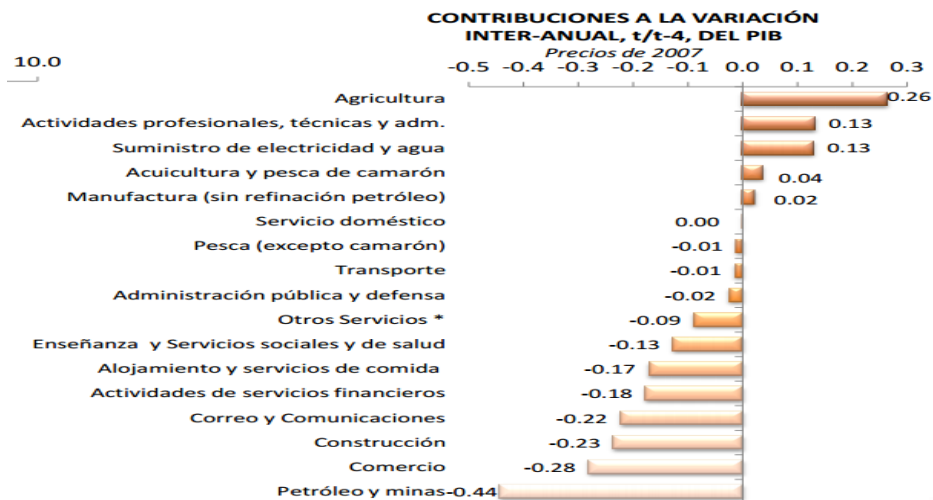


Figura 2 Contribución Anual PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

En cuanto a la agricultura, actividades profesionales Electricidad y agua, Acuicultura y pesca de camarón y Manufactura son los sectores que en crecimiento y mayor aporte al PIB del país.

Se observa un crecimiento mínimo pero constante en relación al año anterior, lo que se considera una oportunidad, ya que el sector de Manufactura se encuentra dentro de los cinco sectores principales que aportan al crecimiento del PIB.

2.01.01.02 Inflación

Es la variable que se genera afectando de manera negativa cuando su valor aumenta y de manera positiva cuando es menor, puesto que es el aumento o disminución de precio de los bienes y servicios.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Según (Banco Central del Ecuador, 2016) analizo que:

La inflación es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios a lo largo de un período de tiempo prolongado, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

Tabla 2

Inflación Anual

Año	Porcentaje
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3.67%
2015	3.38%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Variable que afecta directamente a los bienes y servicios necesario para la supervivencia de la población la cual impacta de manera directa.

Según (Banco Central del Ecuador, 2016) determino que:

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

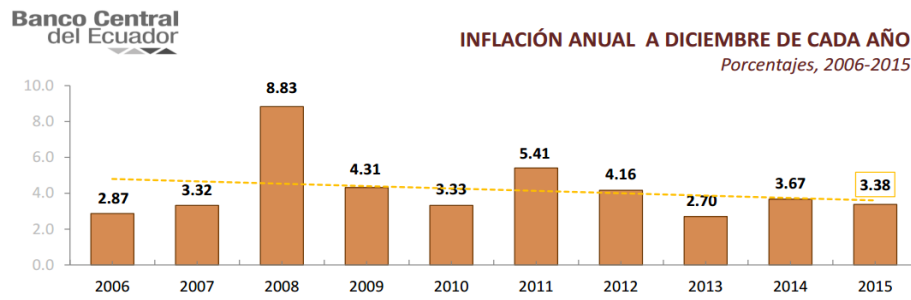


Figura 3 Inflación Anual

Fuente: INEC

Elaborado por : Banco Central del Ecuador

Análisis

Se observa una disminución en el valor de la inflación del 0.29, entre el 2015-2014 convirtiéndose en una oportunidad para el proyecto, por los costos que tendrá que asumir al constituirse y comenzar a producir sus productos.

2.01.01.03 Tasa de Interés

Es un porcentaje de dinero que se paga a cambio de un monto de dinero que se solicita a terceras personas. Dependiendo del porcentaje de interés que se maneje y como el proyecto lo gestione puede aportar de manera positiva como negativa sino se sabe como generar ingresos por dicho préstamo.

Según (Superintendencia de Bancos, 2009) determina que:

Precio que se paga por el uso del dinero durante determinado período. Es el porcentaje de rendimiento o costo, respecto al capital comprometido por un instrumento de deuda.

2.01.01.03.01 Tasa Activa

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Porcentaje de dinero a favor de las entidades financieras que prestan servicios de crédito a entidades o personas naturales.

Según (Superintendencia de Bancos, 2009) analizo que: “Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito)”.

Tabla 3

Tasa Activa

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2013	8.17%
Diciembre-31-2014	8.19 %
Diciembre-31-2015	9.12 %
Junio-30-2016	8.66 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Yesenia Arevalo

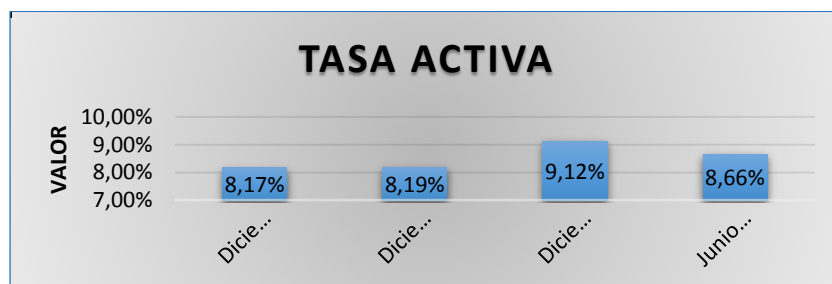


Figura 4 Tasa Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Yesenia Arevalo

Analisis

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Se determina que la tasa de intereses activa, desde años anteriores hasta el segundo trimestre del 2016, ha tenido una disminución, que permitiera que el proyecto gestione un préstamo para iniciar sus actividades siendo una oportunidad.

2.01.01.03.02 Tasa Pasiva

Valor de dinero a favor de personas que depositan su dinero por un tiempo determinado para obtener un beneficio de intereses por su dinero.

Según (Superintendencia de Bancos, 2009) analizo que : “Es el porcentaje que los intermediarios financieros pagan a sus depositantes por captar sus recursos”.

Tabla 4

Tasa Pasiva

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2013	4,53%
Diciembre-31-2014	5,18%
Diciembre-31-2015	5,14%
Junio-30-2016	6,00%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Yesenia Arevalo

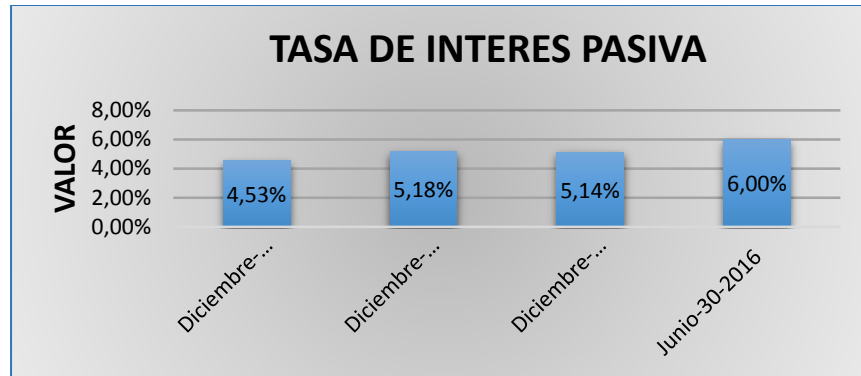


Figura 5 Tasa Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Yesenia Arevalo

Análisis

Las cifras obtenidas emitidas por el BCE, demuestran que el porcentaje de la tasa de interés pasiva en los últimos años es bajo lo cual no representa una oportunidad para generar ingresos por los excedentes que pueda tener el proyecto.

2.01.01.04 Balanza Comercial

Variable que permite conocer el valor de los bienes y servicios que ingresan y salen del país, determinando que si su resultado es positivo hay mayores salidas y en negativo cuando los ingresos son mayores.

Según (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013) determino que: “Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones”.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

2.01.01.04.01 Importaciones

Son todos los bienes y servicios de otras empresas extranjeras que ingresan al país para el consumo.

Según (Comercio y Aduanas, 2015) indico que: “La importación consiste en el ingreso legal de mercancías de una país origen al país importador, principalmente para el consumo”.

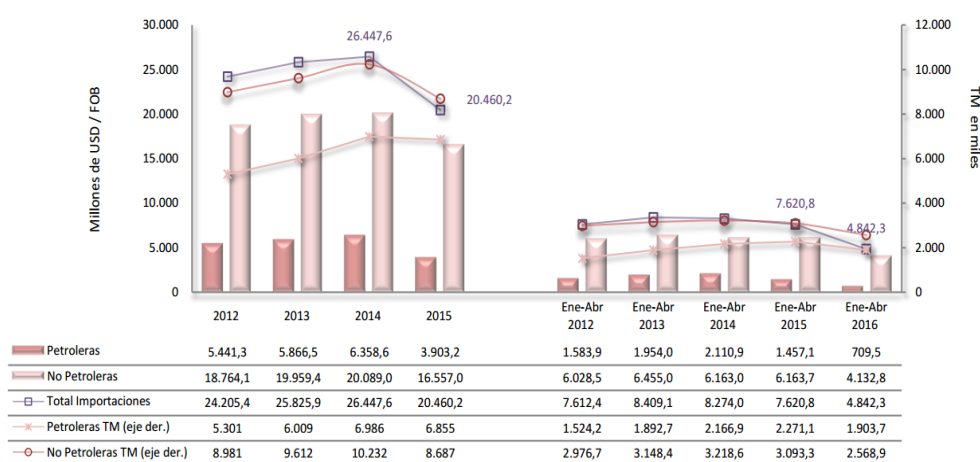


Figura 6 Importaciones

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Banco Central del Ecuador

2.01.01.04.02 Exportaciones

Son las salidas de la producción productiva de un país, hacia otros países.

Según (Comercio y Aduanas, 2015) analizo que : “Exportar es la venta de bienes y servicios nacionales o nacionalizados para uso o consumo en el exterior”.

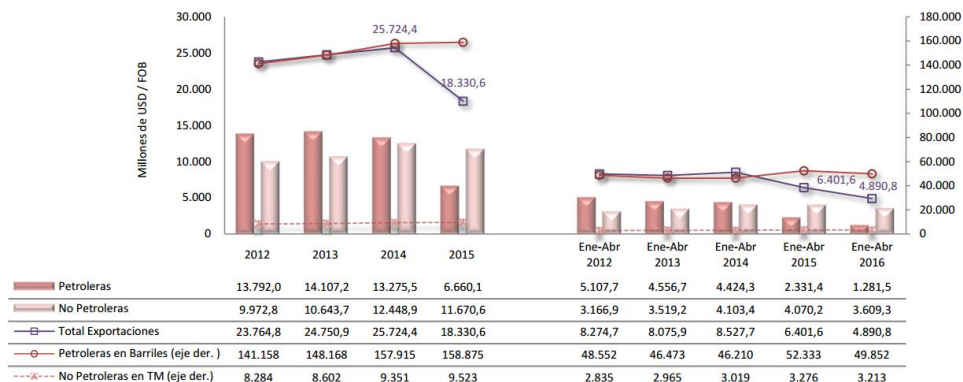


Figura 7 Exportaciones

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Banco Central del Ecuador

Tabla 5

Balanza Comercial

AÑO	PORCENTAJES
2012	-440,60
2013	-1075,00
2014	-723,20
2015	-2129,60

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Yesenia Arévalo

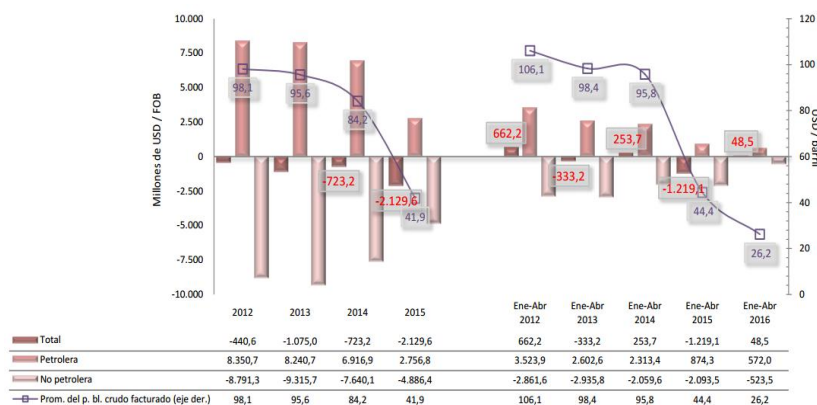


Figura 8 Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Banco Central del Ecuador

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Análisis

La Balanza Comercial a finales del año 2015 y para inicios del 2016, presenta un saldo negativo a causa de la caída del precio de las exportaciones del petróleo causando una disminución de ingresos al país

Con respecto a los bienes y servicios no petroleros podemos analizar que también ha existido en los últimos años un desequilibrio en las exportaciones, en cambio las importaciones de bienes podemos interpretar que han disminuido por las medidas del gobierno de adoptar las salvaguardias para que no exista salida de capital del país y se consuma productos 100% nacionales, por lo que podemos determinar que la medida de las salvaguardias y el cambio de la Matriz Productiva beneficia a los productores ecuatorianos gracias a los convenios del país con otros se puede comercializar internacionalmente.

Según (Banco Central del Ecuador, 2016) determino que: “La Balanza Comercial en el primer trimestre de 2016, registró un saldo deficitario de USD 63.3 millones, este comportamiento se explica principalmente por una disminución de las exportaciones petroleras”.

2.01.01.05 Riesgo país

Variable tomada en cuenta por países extranjeros para determinar si es factible invertir en dicho país.

Es un índice que pretende exteriorizar la evolución del riesgo que implica la inversión en instrumentos representativos de la Deuda Externa emitidos por gobiernos de países emergentes. (La Hora, 2016)

Tabla 6

Riesgo País

AÑO	VALOR
Diciembre-31-2012	826
Diciembre-31-2013	530
Diciembre-31-2014	883
Diciembre-31-2015	1260
Junio 30-2016	913

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Yesenia Arévalo

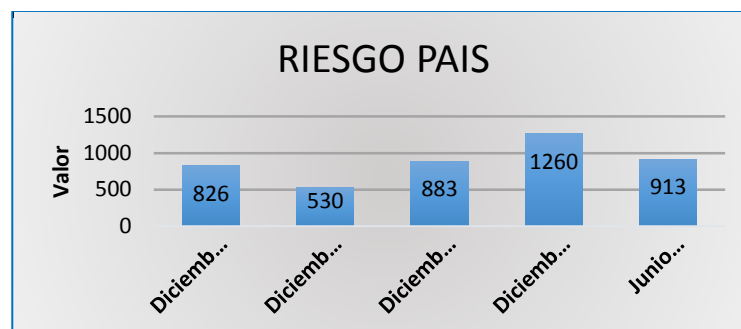


Figura 9 Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Yesenia Arévalo

Análisis

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Se observa que el riesgo país ha aumentado por lo que, es más difícil que exista inversión extranjera en el Ecuador, esto viene acompañado de las constantes reformas en la Ley, siendo difícil obtener un préstamo del extranjero para el crecimiento del sector productivo, aunque los porcentajes para el 2016, se observan mejorar esto para el proyecto es negativo ya que el apoyo a emprendedores bajara por falta de inversión.

2.01.02 Factor Social y Cultural.

Son factores que si no se los identifica de que se tratan afectarían el entorno de la entidad al no conocer la manera de pensar de la población en donde se pretende ubicar la misma.

Según (Pérez, Saura, & Casals, 2009) determinaron que: “El análisis de los factores socioculturales, que influyen en el entorno macroeconómico de la empresa, permite identificar algunos elementos significativos para la gestión empresarial”.

2.01.02.01 Cultura

Es la manera de pensar de los diferentes pueblos siendo el Ecuador un país lleno de culturas diferentes las cuales deben ser conocidas por el proyecto para no faltar a ninguna cultura o tradiciones.

La *cultura* es la base y el fundamento de lo que somos. Esta existe en nosotros desde el momento en que nacemos y es el aporte moral e intelectual de nuestros progenitores en un inicio y de nuestro entorno posteriormente. (Portugal Flores, 2007)

2.01.02.02 Población

Es el conjunto de personas que habitan en un lugar los cuales comparten criterios y experiencias.

Según (Pérez Díaz, 2010) analizo que:

La población es un ente colectivo con continuidad en el tiempo, integrado por personas de las cuales nos interesan las características y comportamientos que condicionan dicha permanencia; todas aquellas, en definitiva, que condicionan la duración previa al fallecimiento y la reposición de las personas que fallecen por otras “nuevas”.

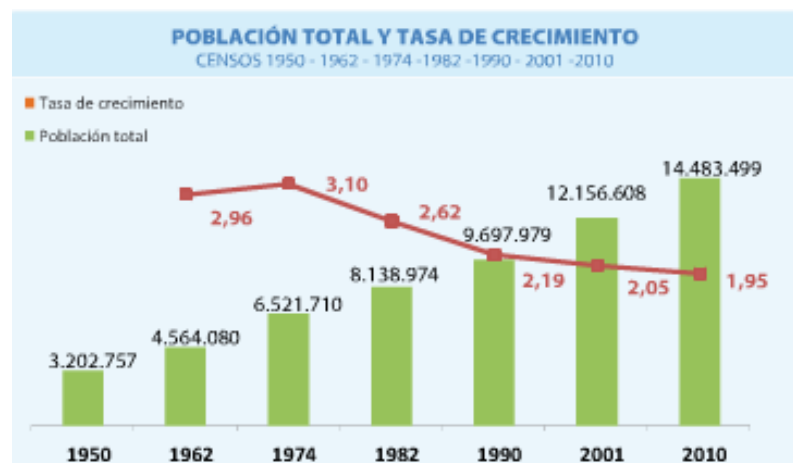


Figura 10 Población
Fuente: INEC
Elaborado por : INEC

Análisis

Se determina, que según el último censo del año 2010, la población del Ecuador presenta un porcentaje de crecimiento.

2.01.02.03 Empleo

Actividades que realiza una personas para la elaboracion de un bien o servicioa cambio de un sueldo para satisfacer sus necesidades.

Según (Organización Internacional del Trabajo, 2013) analizo que: “Las personas en empleo son todas aquellas en edad de trabajar que, durante la semana de referencia, se dedicaban a alguna actividad para producir bienes o prestar servicios a cambio de una remuneración o beneficios”.

Tabla 7

Empleo

AÑO	VALOR
Diciembre-31-2014	96,20%
Diciembre-31-2015	95,20%
Marzo 31-2016	64,60%

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

Elaborado por : Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

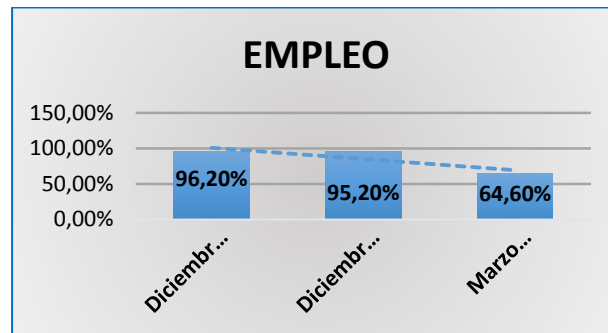


Figura 11 Empleo

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

Elaborado por : Yesenia Arévalo

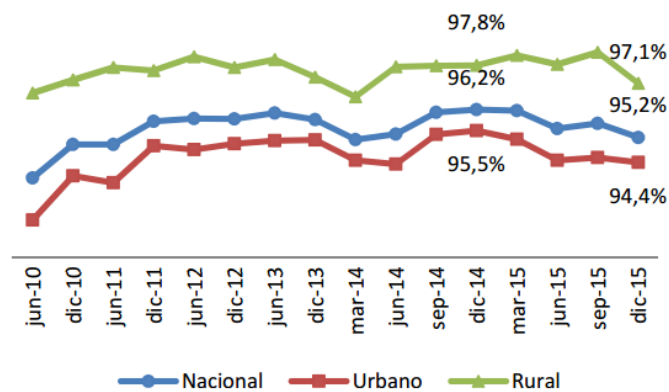


Figura 12 Empleo Urbano y Rural

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

Elaborado por : INEC

Análisis

Según la información obtenidos del INEC, determinamos que el empleo en el Ecuador a disminuido, a finales del año 2015, a causa de la caída del precio del petróleo, el gobierno al no tener los mismo recursos económicos que obtenía de los ingresos petroleros, ha tenido que recortar personal del área pública, además de buscar nuevas formas de ingresos para el país con el aumento de los impuestos, teniendo como consecuencia que el sector privado ajuste sus gastos para seguir produciendo.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Por tal motivo el presente estudio de factibilidad tiene como finalidad generar plazas de trabajo.

2.01.02.04 Desempleo

Falta de oportunidades laborales en el mercado para la gente que lo solicita.

Según Banco Central del Ecuador, (2016) determino que:

Personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no tuvieron empleo y presentan simultáneamente ciertas características:

- a) No tuvieron empleo la semana pasada y están disponibles para trabajar y
- b) Buscaron trabajo (o no) o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores. Se distinguen dos tipos de desempleo: abierto y oculto.

Tabla 8

Desempleo

AÑO	VALOR
Diciembre-31-2012	5%
Diciembre-31-2013	4,86%
Diciembre-31-2014	4,54%

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Diciembre-31-2015 5,65%

Marzo 31-2016 7,35%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Yesenia Arévalo

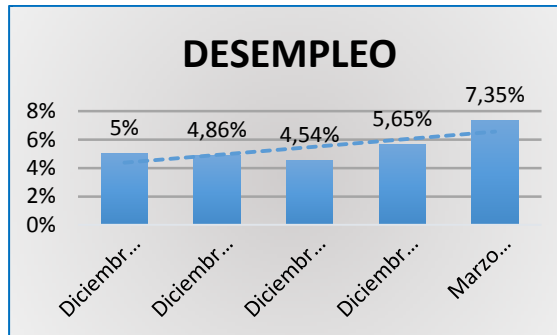


Figura 13 Desempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Yesenia Arévalo

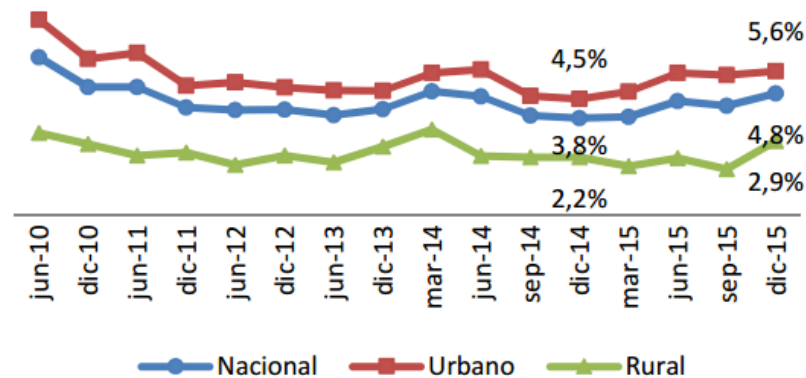


Figura 14 Desempleo Urbano y Rural

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : Banco Central del Ecuador

Análisis

Según el INEC, se determina que para marzo de 2016, la tasa de desempleo tiene incrementos, pero a la realidad las cosas no son así ya que actualmente existe

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

una demanda alta de trabajos en el Ecuador y las ofertas son escasas, por la situación económica que el país atraviesa.

2.01.02.05 Personas Económicamente Activas (PEA).

Son aquellas personas capacitadas para desenvolverse en actividades laborales, pero por la falta de empleo no lo pueden hacer.

Según (Ecuador en cifras, 2016) determino que:

La última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), Ecuador registró en junio 2016 una tasa de desempleo del 5,3% a nivel nacional. En lo que va del año, la tasa de desempleo se mantiene estadísticamente estable.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA NACIONAL (PEA)
En porcentajes, mar-2011, mar-2016

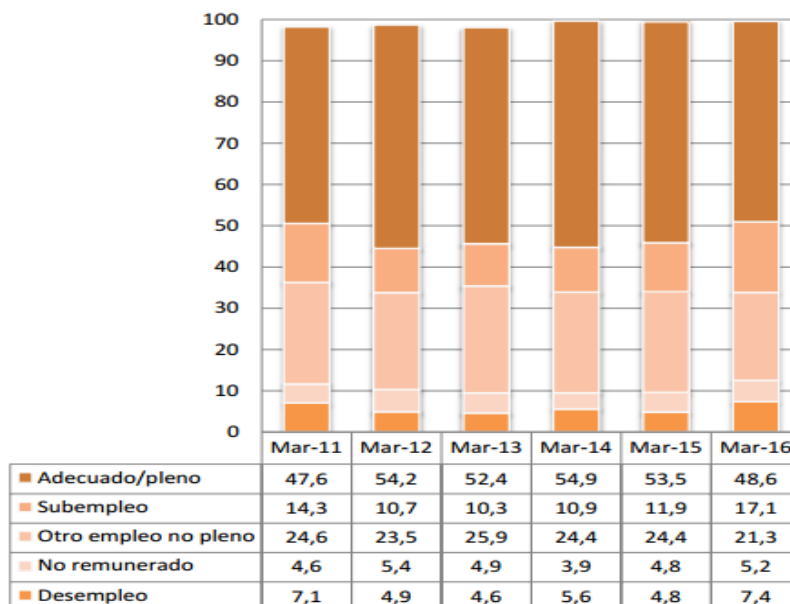


Figura 15 Población Económicamente Activa

Fuente: INEC

Elaboración: Banco Central del Ecuador

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Analisis

Podemos determinar que el porcentaje de personas en condiciones optima para trabajar es alta, pero que no tienen un empleo aumentado puesto que el desempleo en los ultimos trimestres del año 2015 y primer trimestre del 2016 han disminuido. El proyecto busca brindar trabajo para la sociedad que no cuenta con un trabajo estable.

ESTRUCTURA DE LA OCUPACIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD

En porcentajes, mar-2015, mar-2016

RAMAS DE ACTIVIDAD	Mar. 2015	Mar. 2016
	Área Urbana	
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura y pesca	28%	28%
Comercio	18%	18%
Manufactura (incluida refinación de petróleo)	11%	10%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	7%	7%
Alojamiento y servicios de comida	6%	7%
Construcción	7%	6%
Transporte	6%	6%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	4%	4%
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	4%	4%
Otros Servicios	4%	4%
Servicio doméstico	3%	3%
Correo y Comunicaciones	1%	1%
Actividades de servicios financieros	1%	1%
Petróleo y minas	1%	1%
Suministro de electricidad y agua	1%	1%

Figura 16 Ocupación por Actividad

Fuente: INEC

Elaboración: Banco Central del Ecuador

Análisis

La estructura del empleo en el Ecuador, se encuentra concentrado en cuatro actividades como es la Agricultura 28%, Comercio 18%, Manufactura 11% y

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Enseñanza y Servicios Sociales 7%, lo que permite determinar que son los sectores con mayor movimiento en el Mercado.

2.01.03. Factor Tecnológico

Completan las diversas influencias en el entorno económico en el que actúa la empresa, incluye aquí aspectos como la política de investigación y desarrollo, los conocimientos científicos o técnicos, el ritmo de innovación tecnológica y de su aplicación social o los estándares tecnológicos adoptados o dominantes en cada país. (Pérez, Saura, & Casals, 2009).

Análisis

En la actualidad la tecnología se ha convertido en uno de los factores de mayor influencia en toda empresa ayudando a reducir tiempos y obtener productos de calidad con procesos productivos eficientes y eficaces estos se pueden presentar de manera tangible e intangible.

2.01.04. Factor Político

Según (Best Business Service, 2001) analizo que:

Los gobiernos ocupan un lugar preferencial en el análisis del entorno, motivado por varios aspectos, desde su poder de compra, pasando por su poder legislativo y su capacidad de apoyar a nuevos sectores mediante políticas de subvenciones, sin olvidar la incidencia de sus políticas en nuevas inversiones. Por ello es importante desde el punto de vista del

análisis del entorno evaluar las tendencias y sus posibles consecuencias para la empresa a corto y medio plazo.

Análisis

Toda la documentación que se requiera la para su constitución y funcionamiento del proyecto debe ser cumplida, pero las medidas tomadas por el gobierno, representan una amenaza para el proyecto al tener constante cambios y reformas a la ley.

2.01.05. Factor Legal

Los cuales hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tiene que pasar para entrar en operaciones en ese país. (Hernández, 2008)

Son todos los documentos y permisos que un proyecto de inversion debe obtener y cumplir para iniciar su actividad economica, caso contrario no tendra permiso de funcionamiento lo cual le causara multas y sanciones economicas y penales.

2.01.05.01 Registro Único De Contribuyentes (Ruc).

1. Obtener el RUC se requiere:
2. Cedula de ciudadanía y Papeleta de Votacion, originales y copias
3. Planilla de agua, luz o teléfono, copias
4. Contrato de Arriendo Notariado del local de Arriendo y del domicilio del solicitante.
5. Llenar un formulario

6. Creación de un correo Electrónico

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (Servicio de Rentas Internas, 2016)

2.01.05.02 Licencia Metropolitana de Funcionamiento

Es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito, que Integra las diferentes autorizaciones administrativas tales como: Uso y Ocupación de Suelo (ICUS), Sanidad, Prevención de Incendios, Identificación de la Actividad Económica (Rótulo), Ambiental, Turismo, y por convenio de cooperación Ministerio del Interior (Intendencia de Policía). (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2016).

2.01.05.03 Requisitos para emisión

Los requisitos generales son:

1. Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal.
2. Copia de RUC.
3. Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones (Persona natural o Representante legal). (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2016)

2.01.05.04 Requisitos para Identificación de Actividades Económicas (Rótulo):

1. En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo.
2. En caso de propiedad horizontal: Autorización de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
3. En caso de rótulo existente: Dimensiones y Fotografía de la Fachada del Local.
4. En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2016)

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito con el fin de agilizar los servicios que presta a la ciudadanía, presentaron un nuevo proceso para obtención de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE). (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2016)

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito: www.quito.gob.ec, o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de las Administraciones Zonales. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2016)

2.01.05.05 Patente Municipal.

El registro de patente municipal es un documento obligatorio para ejercer un negocio en Quito. El pago es anual y lo deben hacer las personas naturales, jurídicas,

sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2016)

2.01.05.06 Obtención de Patentes por primera vez:

Presentar en las Administraciones Zonales los siguientes requisitos dependiendo el caso:

2.01.05.07 Requisitos generales:

1. Formulario de inscripción de patente. (descargar de: pam.quito.gob.ec / Formularios / Formularios en Línea Patente)
2. Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
3. 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.
4. Copia del RUC en el caso que lo posea.
5. Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
6. Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2016)

B. Solicitud vía web de clave electrónica:

1. Ingresar a pam.quito.gob.ec/ Servicios en Línea / Declaración de Patente y 1.5 por mil.
2. Dar click sobre la opción "No tengo clave" y seguir el procedimiento.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

C. Declaración de patente en línea:

- Acceder al Sistema de Declaración de Impuestos a través de la web (pam.quito.gob.ec / Servicios en línea / Declaración de Patente y 1.5 por mil)

Ingresar

2.01.05.08 Permiso Sanitario De Funcionamiento

Es un documento emitida por Agencia Nacional de Regulacion y Control y Vigilancia Sanitaria, que permite a las personas naturales y juridicas iniciar una actividad economica. (Agencia Nacional de Regulacion y Control y Vigilancia Sanitaria, 2016)

Procedimiento de Solicitud:

1. Ingrese al Sistema <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
Genere un usuario y contraseña si es primera vez, caso contrario utilice el ya creado. (Manual para crear usuario)
2. Llene la solicitud (Guía para la obtención del Permiso de Funcionamiento)
Verifique el código y los requisitos en la Guía de Requisitos para la obtención del Permiso de Funcionamiento
3. Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
4. Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren (Perfil Representantes Técnicos de Plantas Procesadoras de Alimentos).
5. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

6. Imprima la orden de pago para cancelar el valor indicado en el mismo, en cualquier sucursal del Banco del Pacífico. (Agencia Nacional de Regulación y Control y Vigilancia Sanitaria, 2016)

2.01.05.09 Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos.

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad. Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes. (Quito, 2014)

Análisis

Para la constitución y funcionamiento de la actividad del proyecto hay que realizar varios trámites para poder realizar una actividad económica, en el país son necesarios para que la empresa no tenga problemas en su funcionamiento y sea reconocida en el mercado.

El cumplimiento de todos los documentos y pagos para su funcionamiento evitara sanciones y multas, que nos afecten llegando al punto de terminar con el giro de negocio por incumplimiento de la ley.

2.01.06. Ambiente Ecológico

Actualmente el mundo se ha enfocado en la conservación del medio ambiente, incentivando a empresarios a tener prácticas ecológicas con los recursos

que utiliza, el proyecto tendrá como fin la utilización total sin desperdicios de la materia prima a utilizar en la producción.

Grano: Se utiliza el grano en su totalidad para la elaboración de nuestra galleta.

Chocho



Figura 17 Utilización de la materia prima
Elaborado por: Yesenia Arévalo

2.02. Entorno Local.

Los podemos determinar como los factores que impactan de manera directa a la actividad del proyecto como son los clientes, proveedores y competidores.

2.02.01 Clientes.

Los clientes dentro del proyecto son oportunidades y amenazas a su vez, ya que serán las personas que consuman el producto y decidan si consumirlo o no.

Según (Thompson, 2009) analizo que:

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.

Tabla 9

Clientes

Denominación	Descripción
	- Niños
	- Jovenes
	- Personal Adultas
Público en General	- Personas de la Tercera Edad
	- Mujeres Embarazas
	- Personas con Discapacidad
Corporación La Favorita (Supermaxi- Mega maxi - Akí-Gran Akí - Súper Akí	- Dirección: Enríquez 900, Sangolquí, Rumiñahui, Pichincha, Ecuador
Corporación El Rosado (HÍPER MARKET-MINIMI COMISARIATOBABY CENTER)	- Av. 9 De Octubre 729 y Boyacá Centro – Guayaquil
Tía S.A. (Tía Supermercados)	- Km. 7 vía Calacali junto a la Gasolinera Terpel, Quito
Corporación GPF (Fybeca, Sana Sana, Oki Doki, Abefarm y Provefarma)	- Av. De Los Shyris, km. 5 1/2. Vía a Amaguaña. Quito-Ecuador

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Fuente: Guía telefónica Ecuador

Elaborado por: Yesenia Arevalo

2.02.01.01. Mercado Demandante

1. **Objetivo:** El mercado al cual nos dirigimos, es la ciudad de Quito, especialmente, el barrio de Cotocollao
2. **Potencial:** Niños, jóvenes, gente en común que aprecien el chocho, y desee probar algo diferente.
3. **Total:** Gente de todo nivel social, dado su precio accesible. Nuestro producto está enfocado al consumidor final de todas las edades y sexo.

Análisis

En la tabla anterior se especifica quienes son los posibles clientes potenciales que se pretenden conseguir, se eligió a este grupo de empresas, y público en general por el comportamiento que tienen en el mercado.

Es esencial conocer a nuestros posibles clientes para establecer posibles canales de distribución y efectuar una gran campaña publicitaria para que el producto llegue a ser conocido por el público y se conviertan en posibles consumidores, además para atraer la atención de las personas es necesario realizar una degustación del producto en lugares estratégicos.

2.02.02. Proveedores.

Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. (Fosado Juárez, 2011).

Es necesario hacer una gestión de los posibles proveedores de insumos necesarios para el adecuado proceso productivo, para ofrecer un producto de calidad a tiempo a los clientes que lo soliciten. Es necesario tener una lista de los proveedores para poder tener opciones y ofertas para poder tener todos los recursos necesarios.

Tabla 10

Proveedores

Denominación	Descripción	Factor de negociación
PRONACA S.A	Los Naranjos N44-15 y Av. de los Granados, Teléfono: (593-2) 3976400 Email: sconsumidor@pronaca.com	Entrega a domicilio del producto, descuentos y promociones
INGENIO SAN CARLOS	G. Elizalde #114 y Malecón Guayaquil – Ecuador Teléfonos :593-4-2321280 Fax: 593-4-2510377	Entrega a domicilio del producto, descuentos y promociones
LA INDUSTRIA HARINERA S.A.	Av. Maldonado S13-178 y Joaquín Gutiérrez Tel: 593 +267 0757 / 267 0759 Fax: 593 +267 0758 Email: info@santa-lucia.ec	Entrega a domicilio del producto, descuentos y promociones

Fuente: Guía telefónica Ecuador

Elaborado por : Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

2.02.03 Competidores

Los competidores de mayor cercanía al proyecto, se los considera como una amenaza, puesto que sus productos pueden ser los sustitutivos de el bien que vamos a producir.

Según (Aula Facil S.L, 2016) determino que:

Los competidores de una empresa existente o nueva pueden ser directos o indirectos. Esta clasificación está enfocada al mercado de referencia, ya que algunas empresas pueden, y de hecho ofrecen, productos y/o servicios capaces de satisfacer las mismas necesidades del consumidor, y tales productos pueden se completamente diferentes.

2.02.03.01 Competidores Directos

La competencia directa, a nuestro producto son todas la empresas que ofrecen productos similares a los nuestros, esto es una amenaza, lo cual debemos realizar un analisis de lo que ofrecen para mejorar nuestro servicio y producto.

Según (Aula Facil S.L, 2016) analizo que: “Ofrecen productos que satisfacen necesidades idénticas o muy similares, por ejemplo, el transporte terrestre, puede un consumidor elegir una compañía ferroviaria o una compañía de autobuses para transportarse hacia su lugar de destino”.

2.02.03.02 Competidores Indirectos

Los productos que pueden satisfacer la necesidad de alimentación sana, se los considera como productos sustitutos que pueden satisfacer la necesidad, mas no que tengan un producto similar.

Aquellas empresas que se dirigen, así sea parcialmente, al mismo mercado de referencia, pero en el cual el grado de sustitución de la oferta no es significativo. (Aula Facil S.L, 2016).

Tabla 11

Competidores Indirectos

Denominación	Descripción	Factor diferenciador
Panadería Alex	25 de Mayo y Lizardo Ruiz.	Servicio a domicilio
Panadería Ambateñita	25 de Mayo y Lizardo Ruiz.	Servicio de cafetería y innovación en sus productos.

Fuente: Guía telefónica Ecuador

Elaborado por : Yesenia Arévalo

2.03. Análisis Interno

Al desarrollar un emprendimiento o proyecto de factibilidad hay que realizar un estudio del análisis interno ya que de este dependerán las debilidades y fortalezas que se puede tener a lo largo del crecimiento del mismo.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Según (Crece Negocios, 2014) analizo que:

Realizar un análisis interno tiene como objetivo conocer los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa e identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades, y formular estrategias que le permitan potenciar o aprovechar dichas fortalezas, y reducir o superar dichas debilidades.

2.03.1 Propuesta Estratégica

Es el proceso a través del cual se declara la visión, la misión y los valores de una empresa, se analiza su situación externa e interna, se establecen sus objetivos a largo plazo, y se formulan las estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos. (Crece Negocios, 2014).

El proyecto se enfocara en la presentacion de un propuesta estrategica para que , sean competitiva al determinar de manera concreta y especifica sus objetivos alcanzar, y hacia donde se dirige su crecimiento.

La propuesta estratégica de la Miroempresa **NUTRI TARWI**, será tratar de posicionar la marca en la ciudad de Quito, en el primer año de constitución de la microempresa se conocera los productos elaboradas a base de masa de chocho, como un producto nutritivo, vitamínico con un alto contenido de proteínas sí como de grasas saludables, aceite, minerales, vitaminas y fibra, lo que convierte en un producto saludable que genera beneficios para el sistema Oseo, la Diabetes tipo II, y

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

las infecciones urinarias de las personas, elaborado por una Empresa Ecuatoriana con un costo accesible.

Se encuentra en zonas de clima frío y templado, en especial en las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha, Carchi, Imbabura, Tungurahua y Bolívar, con un ciclo vegetativo entre los 6 a 8 meses, por lo que es necesario aprovechar al máximo esta legumbre ya que solo se da en estos lugares en gran cantidad. (Revista El Agro, 2012).

2.03.01.01 Misión

La misión indica el objeto, propósito o razón de ser una empresa. La misión responde a la pregunta: “¿cuál es nuestra razón de ser?”. Un ejemplo sencillo de una declaración de misión es: “Deleitar a nuestros clientes”. (Crece Negocios, 2014)

La microempresa **NUTRI TARWI** dedicada a la producción y comercialización de productos elaboradas a base de masa de chocho, para el público en general, brinda productos nutritivos que ayuda a la alimentación saludable, elaborados por personal capacitado y tecnología adecuada para así ofrecer un producto de calidad.

2.03.01.02 Visión

La visión indica hacia dónde se dirige una empresa o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el largo plazo. La visión responde a la pregunta: “¿qué queremos llegar a ser?”. Un ejemplo sencillo de una declaración de visión es: “Ser la marca líder de autos en el mundo”. (Crece Negocios, 2014)

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Ser una microempresa líder en el mercado en producción y comercialización de productos elaborados a base de granos y legumbres para toda la población, ofreciendo un producto innovador, rico en vitaminas, minerales y nutrientes, lográndolo a través de un trabajo en equipo con una planificación y organización adecuada que responda a cualquier reto del consumidor y de la competencia.

2.03.01.03 Objetivo

2.03.01.03.01. Objetivo General

Efectuar un estudio de factibilidad para brindar apoyo al sector Alimentario, mediante la creación de una microempresa dedicada a la de elaboración y comercialización de productos a base de masa de chocho, con el propósito de impulsar a la matriz productiva, contribuyendo al progreso del sector alimenticio.

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

- a) Investigar sobre la acogida y posible demanda que tendría nuestro producto.
- b) Conocer la competencia, de tal manera que podamos añadir un valor agregado al producto.
- c) Desarrollar métodos y estrategias adecuadas para dar a conocer nuestro producto lo más rápido posible y ganar un espacio en el mercado.
- d) Evalúe la factibilidad del proyecto en cuanto a la disponibilidad y costos de los recursos que se van a utilizar en la creación de la microempresa, así como determinar su ubicación y costos de inversión.

2.03.01.04 Principios y/ o valores

Según (Prospectiva y Previsión, 2014) indico que:

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Los principios y valores corporativos se refieren a las creencias y convicciones que influyen decisivamente en el comportamiento de los miembros de una organización. Estos principios orientan y determinan cómo los miembros de una organización perciben e interpretan los problemas y toman decisiones.

1. **Compromiso con la Calidad:** estará comprometido con el cumplimiento de estándares de calidad con procesos y recursos adecuados.
2. **Compromiso en el servicio:** ofrecer servicios de calidad dentro y fuera de la microempresa.
3. **Cuidado del medio ambiente:** poseer un plan de cuidado para el medio ambiente para incentivar desde la parte interna de la microempresa.
4. **Desarrollo y bienestar del recurso humano:** cumplir con todo lo estipulado en la ley, proporcionando seguridad laboral a los empleados.

2.03.01.04.01 Valores

Según (Fundación Televisa, 2015) determino que:

Los valores son convicciones profundas de los seres humanos que determinan su manera de ser y orientan su conducta

- a) **Honestidad:** ser responsables de cualquier acto con la verdad.
- b) **Creatividad:** elaborar nuevas propuestas de innovación de la producción para beneficio de todos los miembros de la entidad.
- c) **Equidad:** recibir las remuneraciones justas de acuerdo a lo que le corresponde al empleador.
- d) **Respeto:** existir desde el primer día de labores respeto hacia todos.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

- e) **Solidaridad.-** crear un ambiente anímico para un clima laboral estable y llevadero.
- f) **Pro actividad.-** realizar una actividad extra que traiga mejoras para la microempresa.
- g) **Perseverancia.-** encontrar soluciones eficientes y eficaces sin dar el brazo torcer.
- h) **Responsabilidad.-** realizar las actividades asignadas de manera puntual sin excusas.
- i) **Puntualidad.-** cumplir con los horarios establecidos por la administración

2.03.02 Gestión Administrativa

Según Bachenheimer, (2010) analizo que: “Es el proceso de toma de decisiones realizado por los órganos de dirección, administración y control de una entidad, basado en los principios y métodos de administración, en su capacidad corporativa” (pág. 7)

2.03.02.01. Planeación.

Es la que permitirá al proyecto alcanzar objetivos a futuros elaborando una planificación estratégica que logre una eficiencia y eficacia a corto y largo plazo.

Según Cáceres , (2011) determino que: “Es un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio, definiendo los objetivos a largo plazo, identificando metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para llevar a cabo dichas estrategias”. (pág.1)

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

2.03.02.02. Organizar.

La importancia de llevar una organización eficaz, para las diferentes actividades que se pretenderá realizar debe ser bien estructurada para no tener inconvenientes.

Según Velez , (2012) analizo que: “Consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones”.

2.03.02.02.01 Estructura Organizacional

Según Vásquez Rojas, (2012) determino que: “La estructura organizacional es fundamental en todas las empresas, define muchas características de cómo se va a organizar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras” (pag.1)

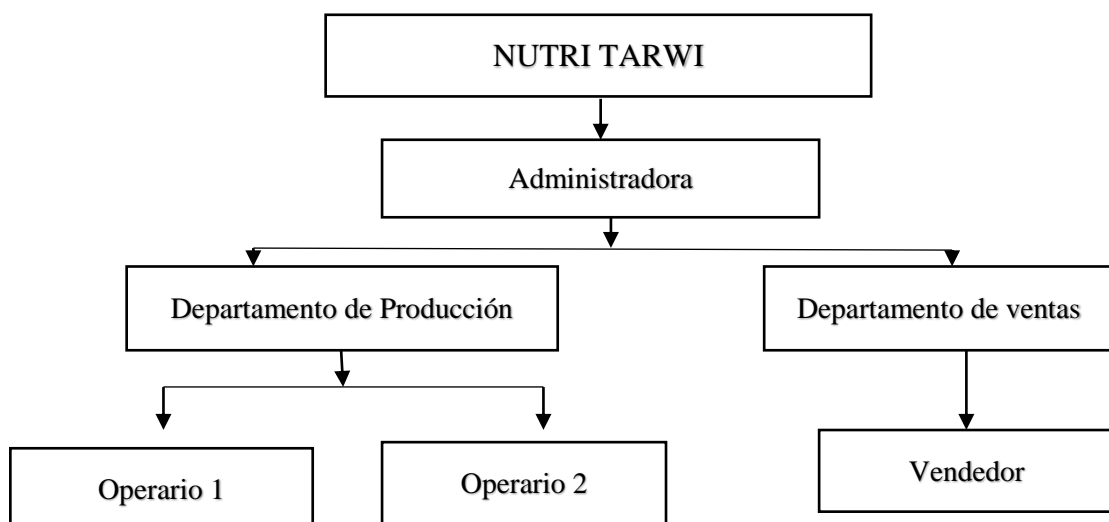


Figura 18 Estructura Organizacional
Elaborado por: Arévalo Yesenia

Tabla 12

Manual de funciones para el cargo del Administrador

Descripción del cargo

El administrador será el representante legal del proyecto, quien determinará las políticas y toma decisiones para dar sostenibilidad y crecimiento.

Cargo: Administrador (Propietario)

Número de Personas en el cargo Uno (1)

Sueldo: \$400

Objetivo

- Llevar a cabo el proceso productivo de las actividades de cada departamento.

Funciones

- El cumplimiento de las normas, leyes, reglamentos tanto internas como externas.
- Elaborar planes estratégicos.
- Controlar el cumplimiento de las tareas de organización y trabajo cotidiano.
- Coordinar y evaluar el desempeño, tomando decisiones oportunas

Responsabilidades

- Es responsabilidad del administrador, el seguimiento de las actividades que realice el personal.
 - Es responsable de la utilización eficiente y eficaz de los recursos asignados.
-

Requisitos de Educación: Graduado en Ingeniería o Tecnología en Administración de empresas.

Requisitos de Experiencia Un (1) año de experiencia en cargos similares.

Relaciones internas Área financiera, producción, marketing y ventas

Elaborado por : Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Tabla 13

Manual de Funciones del Vendedor

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Actuará como el encargado de la incrementación de las ventas, planes d estratégicos de marketing, realiza estudios de mercado.

Cargo: Vendedor

Número de Personas en el cargo Uno (1)

Sueldo: \$366

Objetivo

- Realizar estudios de mercado, publicidad incrementar las ventas.

Funciones

- Analizar a la competencia, los precios, la preferencia de los clientes.
- Diseñar publicidad que atraiga la atención de los clientes.
- Desarrollar planes estratégicos para incrementar las ventas.
- Dar a conocer las nuevas tecnologías para innovar el producto.

Responsabilidades

- Es responsabilidad del vendedor incrementar las ventas y estar actualizados con las nuevas tendencias.
- Es responsable del estudio del mercado para determinar variables que afecten al desarrollo de la empresa.

Requisitos de Educación:	Graduado en Ingeniería o Tecnología en Marketing
Requisitos de Experiencia	Dos (2) año de experiencia en cargos similares.
Relaciones internas	Área de marketing y publicidad,
Relaciones externas	Clientes directos e indirecto.

Elaborado por : Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Tabla 14

Manual de Funciones del Operario

Descripción del cargo

Actuará como responsable de la elaboración y transformación de la materia prima en productos terminados

Cargo: Operario

Número de Personas en el cargo Tres (3)

Sueldo: \$400

Objetivo

- La transformación de la materia prima en productos terminados destinados para la venta.

Funciones

- Utilizar correctamente los equipos y maquinaria asignados para cada operación.
- Cumplir con las normas de seguridad personal e higiene en cada fase del proceso de producción.
- Desarrollar un plan de contingencia para evitar costos innecesarios y tiempos muertos.

Responsabilidades

- Es responsabilidad del Operario de cumplir con las tareas asignadas en los tiempos determinados para la elaboración de los productos.
- Es responsable de la calidad de los productos en el proceso de producción.

Requisitos de Educación: Estudios de tercer grado

Elaborado por : Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

2.03.02.03. Dirección

La manera en cómo se llevara las actividades es importante y esencial para enfocar a todo el equipo hacia un solo objetivo y meta.

Según Velez , (2012) analizo que: “Es el hecho de influir en los individuos para que contribuyan a favor del cumplimiento de las metas organizacionales y grupales; por lo tanto, tiene que ver fundamentalmente con el aspecto interpersonal de la administración”. (pág.1)

La empresa **TARWI** estará a cargo de la Administradora el cual se encargara de la administración de los ingresos y costos, además será la que tenga un conocimiento amplio del mercado y tomara las medidas necesarias para que la empresa funcione con éxito.

2.03.02.04. Control

Representa en saber manejar las diferentes actividades que se maneja en la empresa las cuales deben estar alineadas al objetivo principal, puesto que se necesita del trabajo en equipo de todos para alcanzar lo propuesto.

Según Velez , (2012) determino que:

Consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes. Implica la medición del desempeño con base en metas y planes, la detección de desviaciones respecto de las normas y la contribución a la corrección de éstas. (pág.1)

2.03.03. Gestión Operativa

Es la que permitirá determinar de manera adecuada el proceso productivo de los diferentes productos que se pretenderá dar a conocer en el mercado para lo cual se seguirá un proceso de eficiencia y eficacia con los recursos asignados.

Según Torres Correa, (2012) analizo que:

Es un proceso por el cual se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido. (pág.1)

2.03.04 Gestión Comercial

Es decir la gestión comercial prácticamente es la aplicación del marketing que debe poseer toda empresa para saber llegar al cliente con la finalidad de aumentar las ventas.

Según Nunes , (2015) indico que:

La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing, incluyendo:

1. El estudio del ambiente externo y de las capacidades de la propia organización con el fin de alcanzar las previsiones de ventas a fin de

determinar las principales amenazas y oportunidades que se presentan a la organización y a fin de determinar sus fortalezas y debilidades.

2. La organización y control de las actividades comerciales y de marketing, incluyendo la definición de estrategias comerciales y políticas de actuación.
3. La relación con el cliente incluyendo la definición de la forma de recaudación de fondos, la definición de servicios complementarios y servicios post-venta y gestión de reclamaciones.
4. La gestión de la fuerza de ventas, incluyendo su tamaño y la configuración de la estructuración. (pág.1)

2.03.04.01 Producto

NUTRI TARWI ofrecerá productos nutricionales a base de masa de chocho, que será elaborado sin que contenga químicos que perjudique a la salud de nuestros consumidores quienes tendrán la oportunidad de adquirir un producto dulce y de calidad para satisfacer a los mismos y a su vez la demanda.

La materia prima para la elaboración es el chocho, tiene un valor nutricional en proteínas y carbohidratos detallado a continuación:

CHOCHO CRUDO, SECO
Ecuador

Por 100 gramos:

Nutrientes	Cantidad	Nutrientes	Cantidad	Nutrientes	Cantidad
Energía	419	Fibra (g)	8.80	Vitamina C (mg)	0
Proteína	41.20	Calcio (mg)	90	Vitamina D (µg)	-
Grasa Total (g)	15	Hierro (mg)	5.50	Vitamina E (mg)	0.10
Colesterol (mg)	-	Yodo (µg)	-	Vitam. B12 (µg)	-
Glúcidos	29.90	Vitamina A (mg)	0	Folato (µg)	0

Figura 19 Propiedades del chocho

Fuente: Fundación Universitaria Iberoamericana

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Elaborado por: Fundación Universitaria Iberoamericana

Podemos observar en la tabla que es chocho es un alimento complementario en la dieta de una persona, puesto que ayuda a mejorar su sistema óseo de niños y adultos por su alto contenido de proteínas.

2.03.04.02 Precio

¿Qué valor tiene lo que ofrecés a tus clientes? ¿Cuánto vale algo similar en el mercado? ¿Tu producto va a ser exclusivo o económico? La fijación del precio de un producto no es solo el resultado de sus costos más la ganancia esperada, sino un complejo proceso que impacta en la imagen ante los clientes. (Banco Galicia, 2013).

El precio de nuestro producto dependerá de la correcta gestión en la adquisición de los recursos necesarios para la producción de los productos, el buscar proveedores debe traer beneficio para el proyecto, para mantener un precio competitivo en el mercado.

2.03.04.03 Plaza

Debemos definir en este caso: ¿Dónde se comercializará el producto o el servicio que se está ofreciendo? en el caso de un producto ¿será distribuido al por mayor o al por menor? Estos detalles deben estudiarse cuidadosamente, ya que al definir la plaza, determinaremos que tan fácil es adquirir el producto o el servicio para el cliente. (Pixel Creativo, 2011).

NUTRI TARWI se ubicará en el sector de Cotocollao en el Distrito Metropolitano de Quito con el fin de llegar a nuestros consumidores sea de clase alta, media y baja de manera directa sin intermediarios para tener un mejor posicionamiento en el mercado.

Los canales de distribución del proyecto serán con la venta directa del producto dentro de las instalaciones de la microempresa con un punto de atención al cliente, pero además de esto también se realizara ventas con ayuda de intermediarios que lleven el producto al consumidor final, con la ayuda de canales automatizados que ayudara a brindar una atención eficiente.

2.03.04.04 Promoción

NUTRI TARWI atraerá la atención de los futuros clientes por medio de ofertas, descuentos, y promociones.

Para la publicidad se utilizara hojas volantes, afiches publicitarios impresos con colores llamativos que se colocaran en los lugares donde se distribuya el producto en los cuales especifique la marca del producto y los beneficios que tienen los productos para los consumidores.

También haciendo degustaciones del producto en centros de salud, ferias, escuelas, colegios entre otros además encargar artículos de promoción como

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

bolígrafos, alfombras para el mouse de la computadora, o tazas con el logotipo de la microempresa.

La empresa también hará publicidad de la marca a través de las redes sociales como abrir una página gratuita para su dar a conocer el producto en Facebook Twitter y otras redes sociales catalogadas entre las 10 más importantes.

De igual manera se creará una página pagada de la microempresa en donde se pondrá información acerca del producto y de los beneficios nutricionales que ofrece el mismo, información de la empresa, valores, misión, visión, valores empresariales, logros, entre otros, con el fin de que los clientes puedan acceder a toda la información que requieran acerca del producto y de las empresa.

2.03.04.04.01 Logotipo



Figura 20 Logotipo
Elaborado por: Arévalo Yesenia

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

2.03.04.04.02 Diseño publicitario

Hoja membretada



Figura 21 Hoja membretada
Elaborado por: Arevalo Yesenia

2.03.04.04.03 Material de punto de venta (pop-point of purchase)



Figura 22 Camisetas
Elaborado por: Arévalo Yesenia

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.



Figura 23 Esferos

Elaborado por: Arévalo Yesenia

2.04 Análisis FODA

Según (Emprendedores, 2012) analizaron que:

Una de las ventajas de este modelo de análisis es que puede ser aplicadas en cualquier situación de gestión, tipo de empresa (independientemente de su tamaño y actividad) o área de negocio. El primer paso que debemos dar es describir la situación actual de la empresa o del departamento en cuestión, identificar las estrategias, los cambios que se producen en el mercado y nuestras capacidades y limitaciones. Esto nos servirá de base para hacer un análisis histórico, casual y proyectivo.

Tabla 15

Matriz FODA de Oportunidades y Amenazas

Indicadores	Oportunidades			Amenazas		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Inflación					x	

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

PIB	X					
Tasa de Interés			X			
Riesgo País				X		
Balanza			X			
Comercial						
Pleno Empleo						X
PEA	X					
Subempleo	X					
Desempleo						X
Nivel de Pobreza	X					
Factor Legal				X		
Factor Tecnológico	X					
Entorno Local						
Clientes	X					
Proveedores	X					
Competencia				X		
Total	2	6	1		4	2

Elaborado por: Arévalo Yesenia

Análisis:

Se puede observar la ponderación de los factores externos que son las oportunidades y amenazas que dio como resultado 6, en ponderación media de oportunidades, seguido de 2, en alta y una en baja con referente a las amenazas, 4

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

con ponderación media y 2, en ponderación baja lo que representa que existe más oportunidades que amenazas.

Tabla 16

Matriz FODA de fortalezas y debilidades

Indicadores	Fortalezas			Debilidades		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Filosofía Empresarial		x				
Imagen Corporativa	x					
Gestión Administrativa		x				
Gestión Operativa		x				
Producto	x					
Precio					x	
Plaza		x				
Promoción						x
Total	2	4		1		1

Elaborado por: Arévalo Yesenia

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Se puede observar la ponderación de los factores internos que son las fortalezas y debilidades dio como resultado 4 en ponderación media de fortalezas seguido de 2 en alta con referente a las debilidades, 1 con ponderación media y 1 en baja lo que representa que existe más fortalezas que debilidades.

Análisis:

Realizando el análisis FODA se puede determinar que existen más oportunidades las cuales ayudará a la futura microempresa a insertarse en el mercado haciendo énfasis de que las amenazas no afecten totalmente a la entidad y si se refiere a las fortalezas y debilidades se puede decir que la entidad contara con más fortalezas con la finalidad de convertir las debilidades en fortaleza.

CAPÍTULO III

3. Estudio del mercado

Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Baca Urbina, 2010, p.7).

El estudio de mercado permitira, identificar la demanda y oferta de las galletas de chocho en el mercado, determinar valores cuantificables para la venta del producto, y conocer las estrategias mas adecuadas de comercialización.

3.01. Objetivo del estudio del mercado

Es importante dentro del proyecto analizar el estudio de mercado, ya que dentro del mismo se conocera el mercado al cual va estar dirigido los productos determinando la demanda , oferta, precio y estrategias para la comercialización.

3.01.02 Objetivo Especifico

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

1. Realizar las proyecciones tanto de la oferta como demanda para determinar la demanda insatisfecha sobre las galletas de chocho.
2. Determinar los medios y estrategias que permitan dar a conocer el producto al usuario.
3. Analizar la aceptación o el rechazo del producto para conocer su factibilidad de ser aceptada por el mercado.

3.02. Análisis del consumidor

Es importante analizar el comportamiento del consumidor para saber si consumiría los productos a ofrecer. Para el presente proyecto los consumidores son el público en general que desean alimentarse de manera saludable consumiendo un producto nutritivo.

3.02.01. Características del Consumidor

En las características de los consumidores se podrá analizar sus gustos, llegando a sus expectativas, logrando que el cliente se sienta satisfecho ya que sin ellos no podría funcionar la microempresa determinando el éxito o fracaso.

El consumir lo que espera es que los productos que vayan a ser lanzados al mercado laboral sean innovadores o que tengan un valor agregado a diferencia de la competencia siendo el caso, el valor agregado a el proyecto es la materia prima con la que se elaborara los productos.

3.02.01.01. Comportamiento del consumidor

En el análisis del consumidor permite conocer los efectos y características de un producto, lo cual hace que el cliente se decida por adquirirla en donde el consumidor ve la preferencia y satisfacción que necesita y este ayudara a establecer estrategias para que la empresa surja.

3.02.01.02. Segmentacion de Mercado

Es un grupo amplio e identificable dentro de un determinado mercado que se caracteriza por tener en comun los mismos deseos, poder adquisitivo, localización geográfica o actitud y hábitos frente a la compra. (Vértice S.L., 2008, p.62).

3.02.02. Determinación de la Población y Muestra.

La determinación de la población o muestra se lo realiza con el objetivo de conocer cuál será nuestro mercado objetivo al que se quiere ingresar, determinando la factibilidad del proyecto.

3.02.02.01.. Población

Según Icart Isern, Fuentelsaz Gallego, & Pulpón Segura (2006) determinaron que:

Es el conjunto de individuos que tiene ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, se habla de población infinita. (p.55)

El número de habitantes del Distrito Metropolitano de Quito según los datos del INEC en base al último censo de Población y Vivienda realizada en el 2010 es de 1'957.462.

Tabla 17

Tamaño del Universo

Universo	Número
Provincia: Pichincha	2'576.287
Ciudad: Quito	2'239.191
Barrio: Cotocollao	22692

Nota: Se detalla la población objetivo al que se va a dirigir el proyecto.

Fuente: INEC

Elaborado por: Yesenia Arévalo

nnnn

3.02.02.02 Muestra

Según (Icart Isern, Fuentelsaz Gallego, & Pulpón Segura, 2006) determinaron que: "La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiara, es un subconjunto de la población". (p.55).

La muestra es una parte pequeña para ser estudiada de la población de cotocollao, con la que se determinara la demanda, oferta , precio y comercializacion del producto.

Para lo caul se escogio el tipo de muestreo probabilistico con la aplicación de la formula de poblacion finita ya que es menor a 30000 habitantes la poblacion de Cotocollao.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

3.02.02.03. Fórmula de la muestra de Población Finita

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

$$n = \frac{22692 \cdot 0,05 \cdot 0,50 \cdot 1,96^2}{(22692-1) \cdot 0,05^2 + 0,50 \cdot 0,50 \cdot 1,96^2}$$

$$n = \frac{21793,3968}{56,6904}$$

$$n = 384$$

$$n = 384$$

$$n = 384$$

Simbología

n = Tamaño de la muestra.

N = Población o universo.

P = Posibilidad de éxito (50%)

Q = Posibilidad de fracaso (50%)

E² = Margen de error (5%)

Z² = Nivel de confianza (1.96)²

Al realizar la fórmula del cálculo de la muestra dio como resultado que se deberá encuestar a 384 personas ubicadas en la ciudad de Quito en el barrio Cotollao.

3.02.03. Técnicas de la Obtención de la Información.

Según (Heinemann, 2003) analizo que:

Las tecnicas de recoleccion de datos son instrumentos con los que se obtienen informacion, que ayudaran a conocer a fondo lo requerido sobre el proyecto que se desea emprender. Se la define como “ los procedimiento de medicion o recopilacion mediante los cuales es posible recopilar datos o mediciones. (pág. 89)

3.02.03.01.Observacion

La observacion es una tecnica que permite la obtencion de informacion a travez de la contemplacion de los comportamientos de las personas en determinadas situaciones sin que dichas personas sean conscientes de su participacion en la investigacion. (Talaya, y otros, 2008, pág. 330)

3.02.03.02.Entrevista

Es el metodo que mas se a popularizado. Consiste en un coloquio que sostiene, cara a cara, la persona muestreada y un entrevistador, quien se auxilia de un cuestionario. (Talaya, y otros, 2008, pág. 144).

3.02.03.03.Cuestionario

Es un sistema de preguntas racionales, ordenadas en forma coherente, tanto desde el punto de vista logico como psicologico, expresadas en un lenguaje sencillo y comprensible. (Garcia Cordoba, 2004, pág. 29).

3.02.03.04. Focus Group

Es utilizado para conocer las percepciones y opiniones de grupos de personas con características comunes y lograr a través de la interacción el enriquecimiento del discurso sobre un determinado tópico. (Navarrete , Mogollon , Samamed, Delgado, & Vargas, 2005, pág. 65).

3.02.03.05. Encuesta

La encuesta es una serie de preguntas que se realiza con el fin de obtener información para ver si la empresa va a tener una buena acogida en el mercado.

Según (Navarrete , Mogollon , Samamed, Delgado, & Vargas, 2005) determinaron que:

La encuesta es una de las técnicas de investigación cuantitativa, que cumple las características anteriormente comentadas. En ella, el encuestador se pone en contacto con el encuestado con el fin de obtener información, ya sea escrita o verbal este proceso de comunicación se realiza mediante un cuestionario. (pág. 65).

3.02.04. Análisis de la información

A continuación se refleja el modelo de encuesta realizada con el fin de obtener datos reales sobre el proyecto, observando el comportamiento del consumidor mediante esta encuesta.

Instituto Tecnológico Superior "Cordillera"

Escuela de Ciencias Administrativas

Objetivo

La presente encuesta tiene fines académicos y su objetivo es recolectar información referente a la producción y comercialización de galletas a base de harina de chocho para el público en general.

Por favor subraye solo una respuesta de su elección

Datos informativos

Género Masculino Femenin

Edad
8-18 19-29 30 en adelante

1. ¿Consume galletas?

a) Sí b) No

2. ¿Con que frecuencia consume galletas?

Diariamente Una vez a la semana Dos veces a la semana
 Una vez al mes

3. ¿En qué lugar usted prefiere adquiere este producto?

Tienda del Barrio Supermercados Panaderías
 Otro

4. ¿Qué figura de galleta es de su elección a la hora de su compra?

Redondas Cuadrada De Figuras Indiferente
 Otro

5.Cuál de las siguientes características toma en cuenta a la hora de adquirir galletas?

- Precio Calidad Cantidad Sabor Valor nutricional
 Otro

6. ¿Qué tan importante es para usted cuidar su salud?

- Muy Importante Poco Importante Nada importante

7. ¿Le gustaría consumir una nueva galleta de alto contenido nutritivo a base de harina de chocho?

- Sí No

8. ¿Qué valor agregado le gustaría que tengan las galletas?

- Frutos secos Mermelada Otro

8. ¿Usted en qué presentación adquiriría las galletas y que precio está dispuesto a pagar?

- | | | |
|--|--------|--------|
| <input type="checkbox"/> Paquete de 4 u | \$0.50 | \$0.75 |
| <input type="checkbox"/> Paquete de 6 u | \$1 | \$1.25 |
| <input type="checkbox"/> Paquete de 12 u | \$1.50 | \$1.75 |

9 ¿Cómo le gustaría el empaque de las galletas?

- Funda Caja Tarro Otro

10. ¿En qué medio publicitario preferiría que se dé a conocer el producto?

- Televisión Radio Internet Volantes Degustaciones
 Otro

11. ¿Qué color de empaque Usted preferiría en la presentación del producto?

- Rojo Azul Verde Rosado Transparente
 Otro

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.02.04.01 Resultados de la encuesta (análisis)

Conforme con las encuestas realizadas en el sector de Cotacollao se llevaron a cabo la tabulación de cada una de las preguntas, y de esta manera determinar los resultados tanto positivo como negativo para la ejecución del proyecto.

Datos generales

Tabla 18

Género

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Masculino	195	51%	51%
Femenino	189	49%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

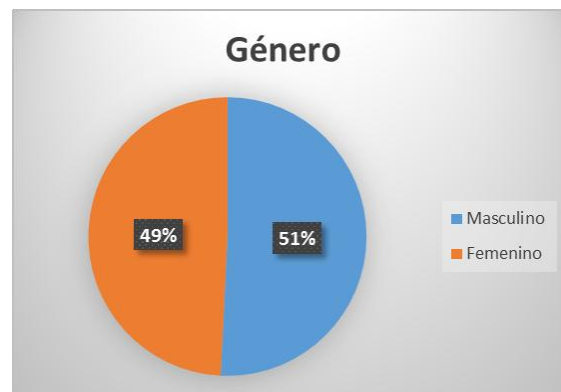


Figura 24 Género

Fuente: Encuesta

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Los datos obtenidos en el sector de Cotocollao reflejan que el 49% de los encuestados son mujeres con una cantidad de 189, mientras que el 51% está representado por 195 hombres.

Tabla 19

Rango de Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje	ntaje Acumulado
8-18	101	26%	26%
19-29	148	39%	65%
30 en Adelante	135	35%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

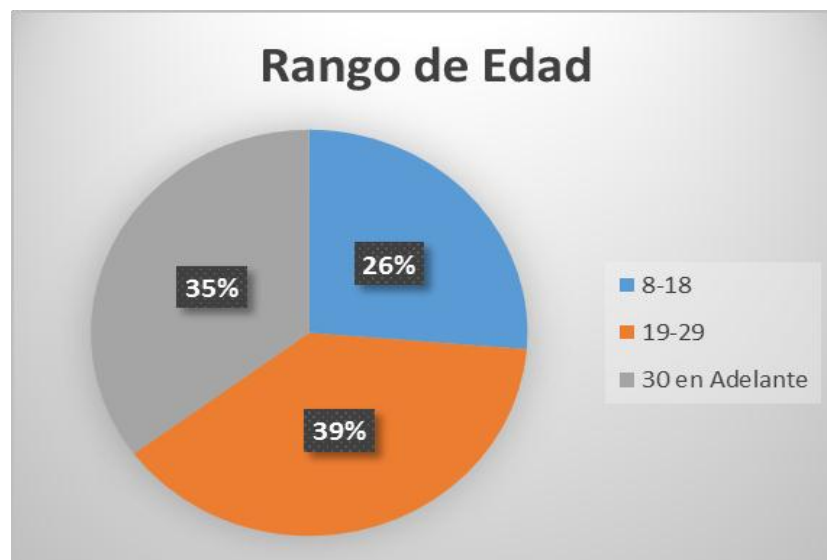


Figura 25 Rango de Edad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Análisis

En los datos obtenidos al aplicar la encuesta se pudo observar los rangos de edad a los cuales se aplicó la encuesta en su mayoría son de 19-29, seguido de las personas mayores de 30 años y por último la edad de 8-18.

3.01.03.01 ¿Usted consume galletas?

Tabla 20

Pregunta 1

Variable	Frecuencia	Porcentaje	ntaje Acumulado
Si	374	97%	97%
No	10	3%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

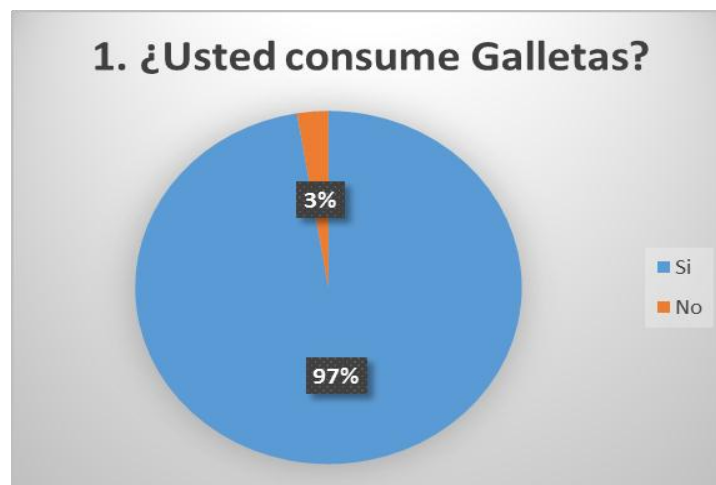


Figura 26 Porcentaje Pregunta 1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Se identificó que el 97% de los encuestados consumen las galletas, se concluyen así que existen clientes potenciales que consumen este producto teniendo una aceptación positiva, mientras que el 3% de los encuestados no consumen galletas.

3.01.03.02 ¿Con que frecuencia consume galletas?

Tabla 21

Pregunta 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Diariamente	92	24%	24%
Una vez por semana	158	41%	65%
Dos veces por semana	78	20%	85%
Una vez al mes	56	15%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

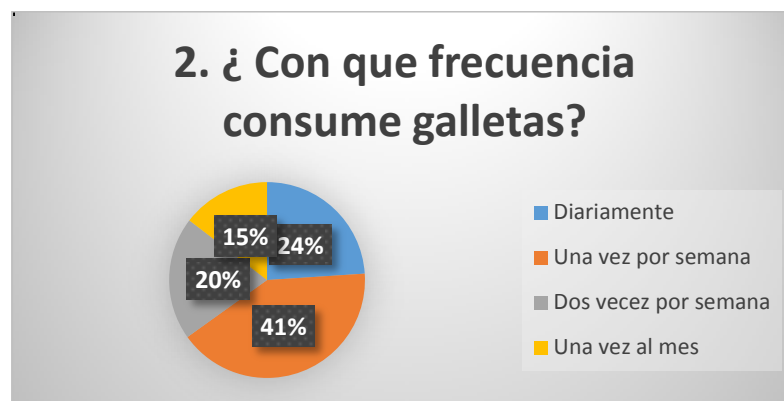


Figura 27 Porcentaje Pregunta 2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se identificó que el 41% de los encuestados consumen con una frecuencia de una vez por semana galletas, se concluye así que existe una potencial demanda del

producto en el mercado, mientras que el 24% consume diariamente, el 20% dos veces por semana y el 15% una vez al mes.

3.01.03.03 ¿En qué lugar adquiere usted este producto?

Tabla 22

Pregunta 3

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Tiendas del Barrio	197	51%	51%
Supermercados	135	35%	86%
Panaderías	38	10%	96%
Otro	14	4%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

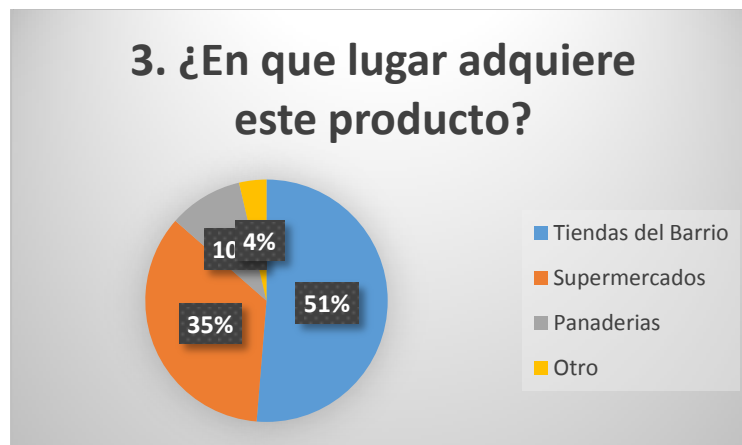


Figura 28 Porcentaje Pregunta 3

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se identificó que el 51% de los encuestados adquieren este producto en las tiendas del barrio, se concluye así que el canal de distribución del producto debe ser directo ya que la gente adquiere las galletas cerca de sus hogares.

3.01.03.05 ¿Qué figura de galleta es de su elección al momento de comprar?

Tabla 23

Pregunta 4

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Redondas	210	55%	55%
Cuadradas	91	24%	78%
De figuras	22	6%	84%
Indiferente	49	13%	97%
Otro	12	3%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

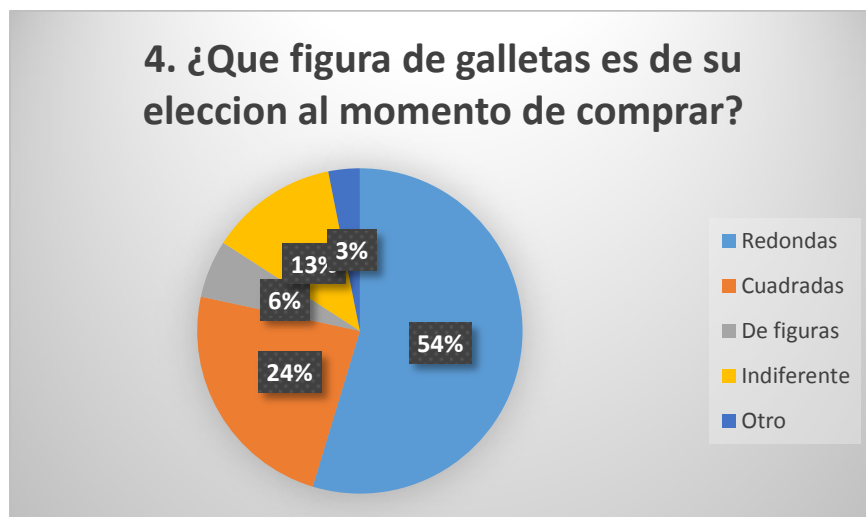


Figura 29 Porcentaje Pregunta 4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Se identificó que el 54% de los encuestados prefieren las galletas de figura redondas, se concluye así que la mayor demanda se encuentra en las galletas redondas lo que permite conocer las preferencias de los consumidores, al adquirir el producto mientras que 24% prefieren cuadradas, 13% es indiferente, el 6% de figuras y el 3% otras figuras.

3.01.03.04 ¿Cuál de las siguientes características toma en cuenta a la hora de adquirir las galletas?

Tabla 24

Pregunta 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Precio	31	8%	8%
Calidad	77	20%	28%
Sabor	205	53%	82%
Valor nutricional	52	14%	95%
Cantidad	4	1%	96%
Otro	16	4%	100%
TOTAL	385	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

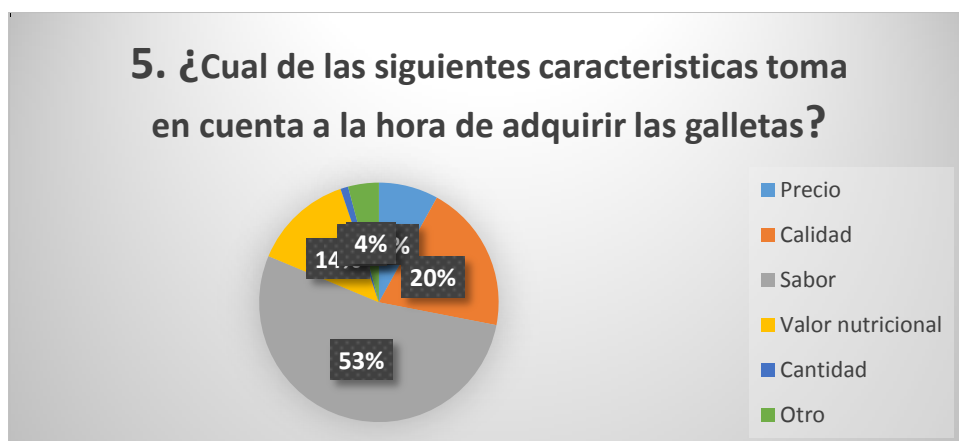


Figura 30 Porcentaje Pregunta 5

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se identificó que el 53% de los encuestados a la hora de adquirir el producto lo escogen por el sabor, se concluye así que la característica de mayor influencia en los consumidores es la variedad de sabores que existe en el mercado, mientras el 20% por la calidad, el 14% por valor nutricional, el 8% el precio, 4% otro motivo y el 1% por la cantidad.

3.01.03.05 ¿Qué tan importante es para usted cuidar su salud?

Tabla 25

Pregunta 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy Importante	320	83%	83%
Poco Importante	52	14%	97%
Nada Importante	12	3%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Yesenia Arévalo

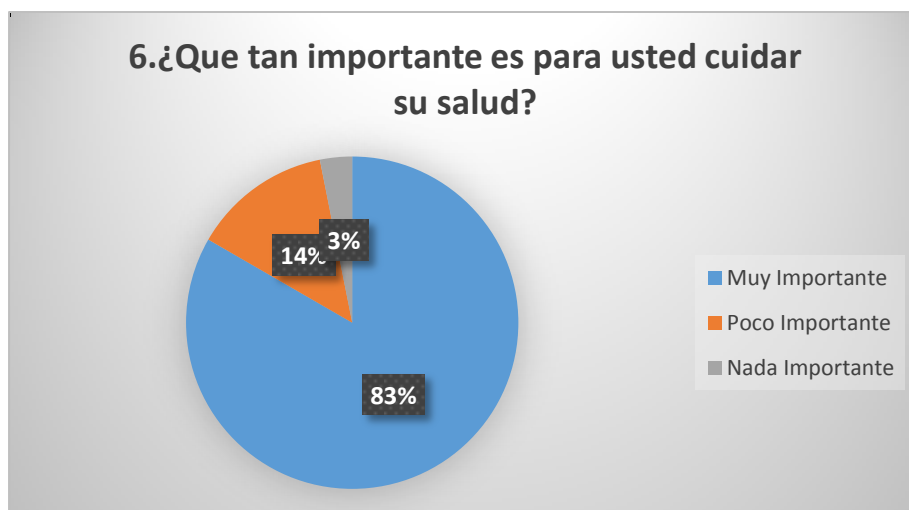


Figura 31 Porcentaje Pregunta 6

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se identificó que el 83% de los encuestados cuidan su salud, siendo muy importante para ellos, se concluye así que la gente desea cuidarse pero con toda la comida chatarra que existe de oferta en el mercado es difícil alimentarse de manera saludable, así que se determina la falta de productos nutritivos, mientras que el 14% poco importante es cuidarse y el 3% nada importante es cuidad su salud y alimentación.

3.01.03.06 ¿Le gustaría consumir una nueva galleta de alto contenido nutritivo a base de harina de chocho?

Tabla 26

Pregunta 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si	352	92%	92%
No	32	8%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

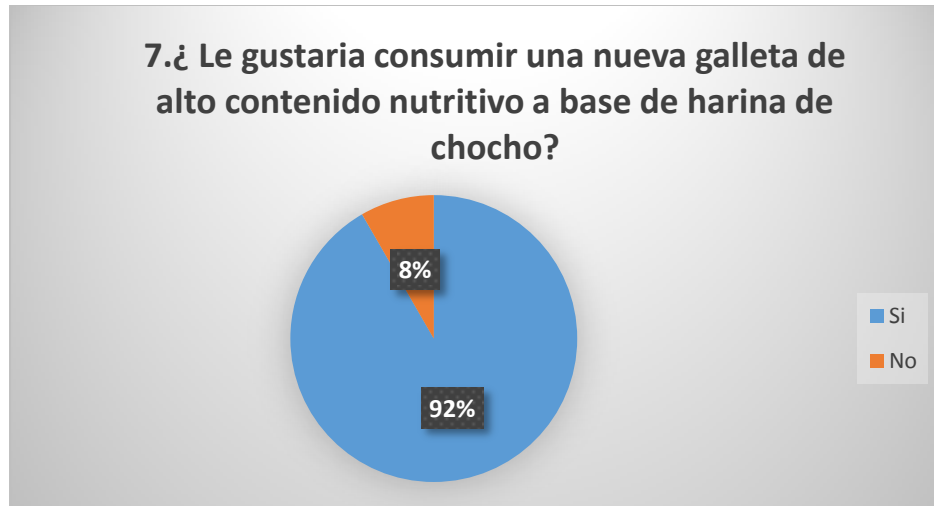


Figura 32 Porcentaje Pregunta 7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se identifica que el 92% de los encuestados consumirían una galleta a base de harina de chocho, se concluye así que el producto nuevo es aceptable en el mercado lo que determina la demanda del producto, mientras que un 8% de los encuestados no estarían dispuestos a consumir las galletas.

3.01.03.07 ¿Qué valor agregado le gustaría que tengan las galletas?

Tabla 27

Pregunta 8

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Frutos Secos	151	39%	39%
Mermeladas	201	52%	92%
Otros(chispas de cho	32	8%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

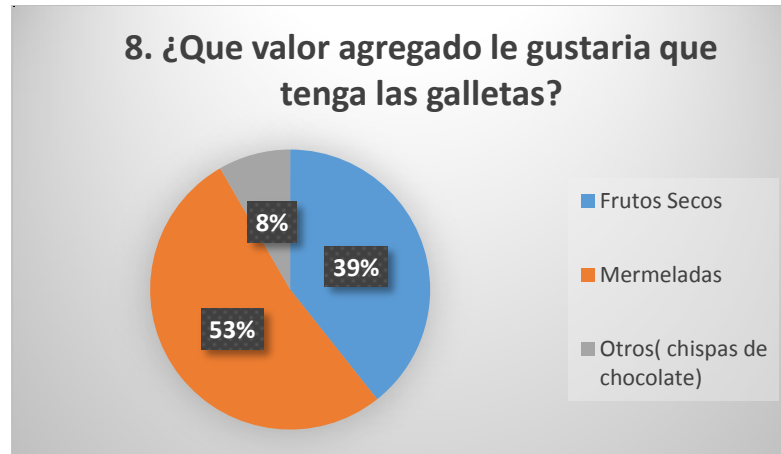


Figura 33 Porcentaje Pregunta 8
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se identificó que el 53% de los encuestados les gustaría que las galletas tengan frutos secos, se concluye así que el valor agregado para las galletas sería las nueces, almendreras entre frutos secos, esto nos permite determinar la necesidad del consumidor para poder cubrirla con calidad, mientras el 39% prefiere mermelada y el 8% otros ingredientes.

3.01.03.08 ¿Usted en qué presentación adquiriría las galletas y que precio está dispuesto a pagar?

Tabla 28

Pregunta 9

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Paquete de 4 u. \$0,50	227	59%	59%
Paquete de 6 u. \$1,00	96	25%	84%
Paquete de 12 u. \$1,5	61	16%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

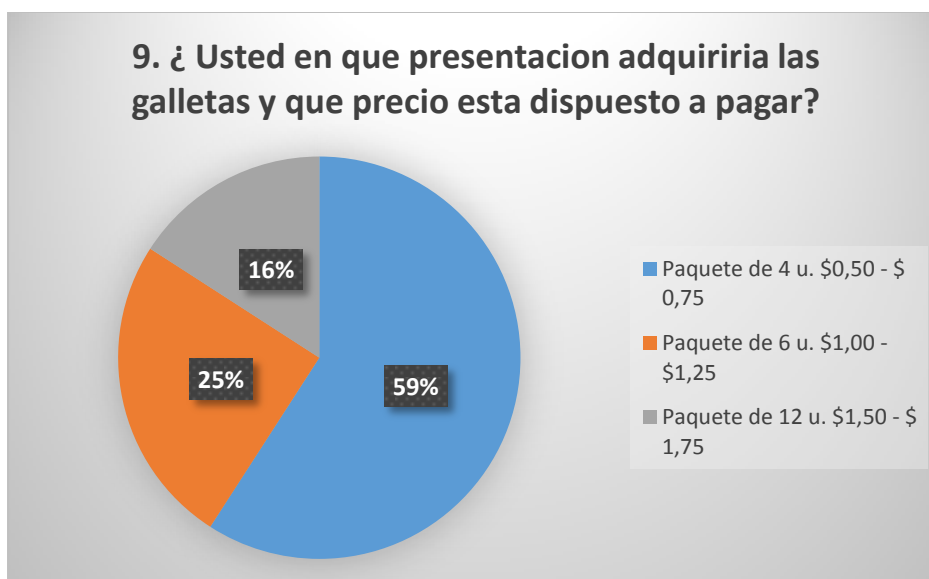


Figura 34 Porcentaje Pregunta 9

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se identificó que el 59% de los encuestados están dispuestos adquirir el paquete de 4 unidades de 0.50 a 0.75, se concluye así que la mayor la demanda del producto será de 4 unidades que tendrá un precio medio de 0.88 ctv, mientras que el 25% prefiere el paquete de 6 y el 16% el paquete de 12 unidades que tienen poca demanda.

3.01.03.09 ¿Cómo le gustaría el empaque de las galletas?

Tabla 29

Pregunta 10

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
En funda	218	57%	57%
En Caja	110	29%	85%
En Barro	40	10%	96%
Otro	16	4%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.



Figura 35 Porcentaje Pregunta 10

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se identifica que el 57% de los encuestados les gustaría adquirir las galletas en funda plástica, se concluye así que el empaque de preferencia por nuestros futuros consumidores es en fundas, esto así nos permite determinar la preferencia de la presentación del producto, mientras el 29% prefieren en cajas, el 10% en tarro y el 4% en otro tipo de empaque.

3.01.03.10 ¿En qué medio publicitario preferiría que se dé a conocer el producto?

3.01.03.11

Tabla 30

Pregunta 11

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Television	171	45%	45%
Radio	2	1%	45%
Internet	98	26%	71%
Volantes	22	6%	76%
Degustaciones	84	22%	98%
Otros	7	2%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

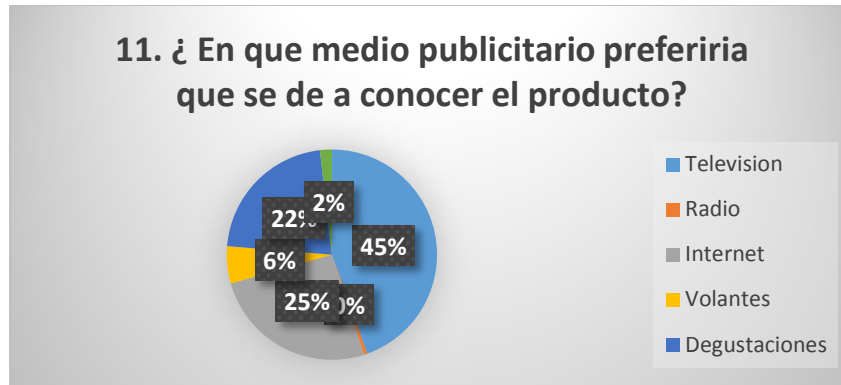


Figura 36 Porcentaje Pregunta 11

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se identificó que el 45% de los encuestados prefieren conocer el producto a través de la televisión, se concluye así que la mejor estrategia de promoción del producto es a través de este medio de comunicación, mientras que el 25% está representado por internet, el 22% por degustaciones, el 6% por volantes, el 2% otros y el 0% por radio.

3.01.03.12 ¿Qué color de empaque usted preferiría en la presentación del producto?

Tabla 31

Pregunta 12

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Azul	139	36%	36%
Rojo	39	10%	46%
Verde	53	14%	60%
Celeste	33	9%	69%
Rosado	27	7%	76%
Transparente	28	7%	83%
Otros	65	17%	100%
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Elaborado por: Yesenia Arévalo

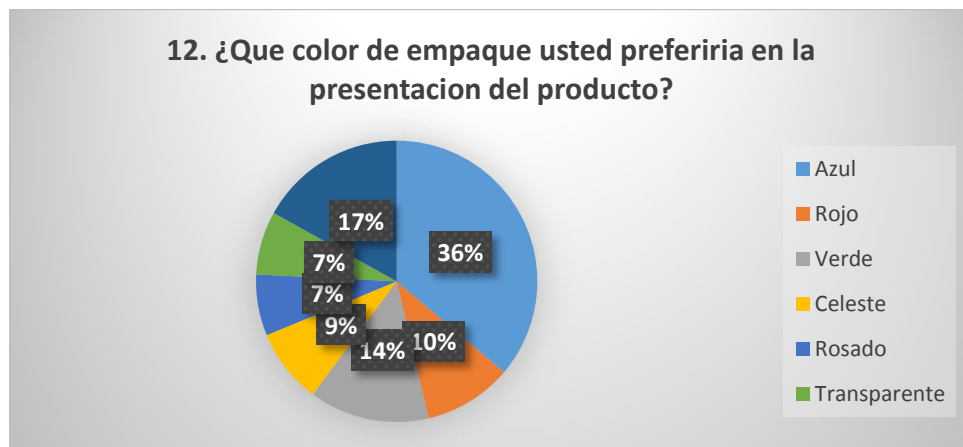


Figura 37 Porcentaje Pregunta 11

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se identificó que el 36% de los encuestados prefieren el color azul, se concluye así que el color de mayor preferencia del público nos ayudaría a determinar los colores, con los cuales se promocionaran los empaques de las galletas, mientras que el 17% prefieren el rosado, el 14% el verde, el 9% celeste y el 7% transparente y otros colores.

3.03. Demanda

La cantidad demandada de un bien es la cantidad que los compradores quieren y pueden comprar de ese bien. (Mankiw, 2009, pág. 48).

3.03.01 Demanda Histórica

Cuando existe información estadística sobre la demanda histórica del producto a producir resulta fácil conocer el monto y comportamiento histórico de la

demanda, pero cuando no se cuenta con esta información, la investigación de campo sirve como recurso para obtener datos y cuantificar la demanda.

Una vez realizada la investigación de estudio de mercado con la aplicación de encuestas, se determina que no existe demanda histórica para el producto, por lo tanto se utilizara los datos de la encuesta para calcular la demanda actual y la demanda futura.

3.03.02 Demanda Actual

Cantidad de bienes y servicios que el consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido. (Thompson, Promonegocios , 2009, pág. 1).

3.03.02.01 Cálculo de la demanda actual

Para calcular la demanda actual se procede a tomar como referencia los datos obtenidos en la encuesta, utilizando la población y el producto Interno Bruto Sectorial (PIB).

Tabla 32

Tabla Datos para calcular la demanda actual:

	Demanda Actual
Población	22692
Total Encuestas	384
Porcentaje mayor de aceptación	97%
Porcentaje mayor de frecuencia	41%

Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Tabla 33

Tabla Resultados de la encuesta

Resultados de la Encuesta				
Aceptación				
		Porcentaje de		Aceptación de
Población	*	Aceptación mayor	=	personas
22692	*	0,9700	=	22011,24
Frecuencia				
		Porcentaje de		Frecuencia de
Aceptación	*	Frecuencia	* Tiempo	= Compra
22011,24		0,4100	52	469279,6368
Precio Promedio				
Rango de precios / 2				= Precio Promedio
(0,50 + 0,75) / 2				= 0,88

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Tabla 34

Tabla Cálculo de la Demanda Actual

Calculo de la Demanda Actual				
Frecuencia de compra	*	Precio Promedio Aceptado	=	Aceptación de Compra
469279,6368	*	0,88	=	410619,6822

Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

3.03.03 Demanda Proyectada

Para los cálculos para la demanda proyectada del proyecto se utilizara el producto Interno Bruto Sectorial de acuerdo al sector en el que se encuentra la actividad del giro del negocio.

Tabla 35

Demanda Proyectada

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda Actual	PIB Sectorial	Demanda Proyectada
2016	410619,68	1,05	431150,664
2017	431150,664	1,05	452708,1972
2018	452708,197	1,05	475343,6071
2019	475343,607	1,05	499110,7874
2020	499110,787	1,05	524066,3268
2021	524066,327	1,05	550269,6431

Fuente: BCE

Elaborado por: Yesenia Arévalo

3.4 Oferta

Con la oferta se verifica la cantidad de producto que se exhibirá para ofrecer a los clientes con los precios sugeridos por los mismos a través de las encuestas entonces, “Cantidad ofrecida de un bien o de un servicio es la cantidad que los vendedores quieren y pueden vender”. (Mankiw, 2009, pág. 53).

3.04.01 Oferta histórica

Una vez que se ha realizado la investigación, se pudo determinar que el presente proyecto no posee oferta histórica debido a que es un producto nuevo en el

mercado, por lo cual se procede a determinar la oferta actual mediante las encuestas realizadas en los lugares establecidos.

3.04.02. Oferta Actual.

Nos permite determinar si en el mercado existe la necesaria cantidad y calidad del producto, a ofrecer los cuales pretenden satisfacer las necesidades de la sociedad, mediante la implementación de una microempresa que llene dichas expectativas. Entonces “Permite conocer factores cuantitativos y cualitativos del mercado actual” (Tipan , 2016, pág. 8).

3.04.03. Oferta Proyectada

Para el cálculo de la proyección de la oferta, se toma a consideración los resultados de la encuesta aplicada a la muestra de 384 encuestados y a través del conocimiento de un listado de empresas productoras de galletas en Distrito Metropolitano de Quito.

3.04.04. Balance Oferta – Demanda

Para determinar la demanda insatisfecha, se toma en cuenta los datos proyectados tanto de la demanda como la oferta, es importante determinar el balance entre la oferta y demanda, estableciendo de esta forma la demanda insatisfecha.

CAPITULO IV

4. Estudio técnico del proyecto.

El estudio técnico “Representa la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal” (Baca Urbina, 2010, pág. 7).

Determinando que se necesitara dentro del giro del negocio, definiendo la capacidad máxima de producción.

En la elaboración del proyecto de inversión, se analizará el proceso de producción del producto.

En el proyecto se requerirá:

- ✓ Mano de Obra.
- ✓ Equipo Necesario.
- ✓ Inversión Requerida.
- ✓ Tamaño y Localización del proyecto.
- ✓ Costos de Inversión y Operación.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Para el estudio del tamaño del proyecto se requerirá un análisis detallado de lo necesario para la actividad económica. “Es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados” (Sapag Chain, 2007, pág. 105)

4.01. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto depende de la naturaleza y características del tipo de proyecto, y de los factores como la demanda, tecnología, financiamiento, entre otros que incurren en los valores de inversiones a realizar, los costos, y por ende en la rentabilidad de la empresa.

Tabla 36

Determinación de capacidad de producción de galletas

Tiempo de producción unitario	60 minutos
Tiempo de producción diario	480 minutos
Producción diaria unitaria	840 Galletas
Número de días laborados a la semana	5 días
Producción semanal	4.200 Galletas
Número de semanas al año	52 Semanas
Total Producción Anual	218.400 Galletas
Presentación	12 Paquetes
Producción anual	18.200 Paquetes
Precio de Venta al Público	2,00 Galletas
Total Ingresos	36.434,51 Dólares
Nivel de aceptación del mercado	33%
Producción óptima	12.023,39 Dólares

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Yesenia Arévalo

Tabla 37

Determinación de capacidad de producción de humitas

Tiempo de producción unitario	60 minutos
Tiempo de producción diario	480 minutos
Producción diaria unitaria	560 Humitas
Número de días laborados a la semana	5 días
Producción semanal	2.800 Humitas
Número de semanas al año	52 Semanas
Total Producción Anual	145.600
Presentación	4 Paquetes
Producción anual	36.400 Paquetes
Precio de Venta al Público	1,76 Humitas
Total Ingresos	63.956,6 Dólares
Nivel de aceptación del mercado	33%
Producción óptima	21.105,68 Dólares

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Tabla 38

Determinación de capacidad de producción de empanadas

Tiempo de producción unitario	60 minutos
Tiempo de producción diario	480 minutos
Producción diaria unitaria	700 Empanadas
Número de días laborados a la semana	5 días
Producción semanal	3.500 Empanadas
Número de semanas al año	52 Semanas
Total Producción Anual	182.000 Empanadas
Presentación	4 Paquetes
Producción anual	45.500 Paquetes
Precio de Venta al Público	1,58 Empanadas
Total Ingresos	71.710,8 Dólares
Nivel de aceptación del mercado	33%
Producción óptima	23.664,58 Dólares

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

4.01.01 Maquinaria y utensilios

Son todas aquellas maquinarias y equipos que tiene la empresa para la realización de sus actividades comerciales correspondientes a fabricación.

(Hernández, 2005)

Tabla 39

Equipo y Maquinaria

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Descripción	Cantidad
Pistola para moldes	1
Cilindro de gas	2
Mezcladora	1
Bascula digital	2
Mesas de acero inoxidable	2
Molino industrial	1
Cocina industrial	1
Tamalera	2
Perchas de enfriamiento	2
Selladora de fundas	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

4.01.02. Muebles y Enseres

Todos aquellos que son propiedad de la empresa y que son utilizados en en las actividades de los diferentes departamentos.

Tabla 40

Muebles y enseres

Descripción	Cantidad
-------------	----------

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Escritorio	1
Mostrador	1
Archivador	1
Sillas	2
Juego de mesa con sillas	4

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

4.01.03. Equipo de computación

Compuesta por todos los equipos de computación propiedad de la compañía, computadoras, sistemas informáticos. (Hernández, 2005).

Tabla 41

Equipo de computación

Descripción	Cantidad
Computadora Hp	2
Impresora Epson multifunción	1
Impresora Epson XL300	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

4.01.04 Equipo de oficina

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Puede decirse que se trata del conjunto de máquinas y dispositivo que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina. (Hernández, 2005).

Tabla 42

Equipo de oficina

Descripción	Cantidad
Teléfonos de escritorio	2
Calculadoras	2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Para llevar a cabo el proyecto es necesario todo lo detallado anteriormente, ya que al mantener un Mobiliario y Equipo suficiente para los diferentes departamentos permitirá realizar sus labores de manera eficiente y eficaz.

4.01.05 Mano de obra.

Se encuentra relacionado directamente en la elaboración del producto.

“Dentro del proceso productivo se ha identificado a la mano de obra como el segundo elemento del costo de producción, ya que dicho esfuerzo debe ser remunerado en efectivo. (Guzman Maldonado, 2014, pág. 2).

4.01.05.01 Cuadro de personal

Tabla 43

Personal

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Numero	Cargo	Sueldo mensual
1	Panadero	400,00
1	Panadero	400,00
1	Panadero	400,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Lo descrito anteriormente corresponde al talento humano, necesario para las operaciones dentro de la fábrica del producto, es decir quiénes van a ser parte del proceso de producción, los mismos que van a desempeñar funciones específicas ya que son las responsables de la ejecución y desarrollo de todas las tareas y actividades en la elaboración del producto.

4.02. Variables de viabilidad.

Tabla 44

Variable de Viabilidad

Concepto	Porcentaje	Valor
Capital propio	70%	10109.08
Financiamiento	30%	4332.46
TOTAL	100%	14441.54

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

El 30% se lo financiara mediante un crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía Ltda.



Figura 38 Cooperativa
Elaborado por: Yesenia Arévalo

Requisitos para realizar el Crédito:

Montos.

Máximo: \$ 30.000

Plazo.

Máximo: 24 meses

Mínimo: 2 meses

Interés:

25.16% Anual

Requisitos:

1. Abrir una cuenta de ahorro con USD \$50,00
2. Llenar la solicitud de crédito.
3. Original y copia de cédula de ciudadanía a color con el certificado de votación vigente (ecuatorianos)
4. Original y copia de cédula de identidad o pasaporte (extranjeros).

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

5. Planilla de servicio básico (Agua, luz o teléfono).
6. Croquis del domicilio y negocio.
7. Documentación que justifique la existencia del negocio.

Garantía

1. Copia de matrícula de vehículos o impuesto predial.
2. Original del certificado de gravámenes e hipoteca.

Escritura pública de adquisición del inmueble

Una segunda opción para financiar el proyecto e

La alianza para el emprendimiento e innovación (AEI), “Son una red de actores públicos, privados y académicos que busca fomentar el emprendimiento y la innovación a nivel nacional como base del desarrollo productivo del Ecuador”. (Alianza para el Emprendimiento e Innovación, 2014)

4.02.01 Variables de optimización.

Los problemas de optimización desembocan en la búsqueda del máximo absoluto y el mínimo absoluto de una función en su dominio o en una parte de él. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013).

Con la optimización de planta se puede mejorar lo siguiente:

- ✓ Mejorar el servicio al Cliente.
- ✓ Optimizar el tiempo del personal en su actividad, al minimizar los periodos de inactividad.
- ✓ Aumentar la eficiencia y productividad

- ✓ Ubicación de sitios de trabajo acorde a la necesidad.
- ✓ Aprovechar el espacio físico.

4.03. Distribución de planta.

Planta de producción y Ventas

- ✓ Área de Ventas y Atención al Cliente
- ✓ Área Administrativa
- ✓ Área de Contabilidad
- ✓ Área de Producción
- ✓ Baños

4.03.01 Matriz S.L.P (Layout).

El método S.L.P se basa en un código de cercanía entre las áreas que conforman la empresa y se utiliza cuando el flujo de materiales no es intenso ni costoso. Conforme se avanza en la aplicación del método, se van usando todos o casi todos los principios básicos de la distribución de planta. (Baca Urbina,2013, p.119)

MATRIZ S.L.P.

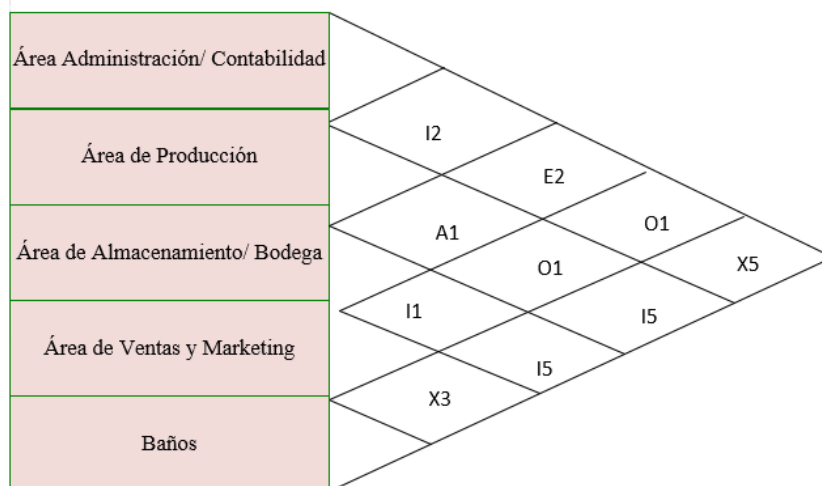


Figura 39 Matriz S.L.P
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Yesenia Arévalo

Tabla 45

Grado y Razones de Cercanía

GRADO DE CERCANÍA		RAZONES DE CERCANÍA	
A	ABSOLUTAMENTE CERCA	1	POR PROCESO
E	ESPECIALMENTE CERCA	2	POR GESTIÓN ADMINISTRATIVA
I	IMPORTANTEMENTE CERCA	3	NECESIDAD
O	ORDINARIO	4	RUIDO
U	INDIFERENTE	5	HIGIENE
X	INDESEABLE		
XX	MUY INDESEABLE		

Fuente: Gabriel Baca Urbina
Elaborado por: Gabriel Baca Urbina

4.04 Localización del proyecto.

Según Ortégón , Pacheco, & Roura, (2005), determino que:

La optima localización pretende disminuir costos y gastos generando la mejor rentabilidad para el proyecto “El estudio de localización tiene como propósito

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas posibles produzca el mayor nivel de beneficio para los usuarios y para la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes o condicionantes. (p.39)

El estudio acertado de la localización del proyecto determinar el éxito o fracaso de la microempresa, es la decisión para establecer dónde situar el proyecto, no solo considerando criterios económicos, sino también criterios importantes como las estrategias y factores técnicos, sociales y culturales. La localización se divide en dos fragmentos: Macrolocalización y Microlocalización.

La microempresa de fabricación de productos a base de harina de chocho estará ubicada en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, al del Distrito metropolitano de Quito.

4.04.01 Factores generales de la localización

Método Cualitativo por Puntos

Asigna factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización. “El método permite ponderar factores de preferencia para la investigación al tomar la decisión. (Baca Urbina, 2010,p.86)

Tabla 46

Método Cualitativo por Puntos

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	CALDERON		COTOCOLLAO	
		CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Materia Prima	0,18	6	1,08	8	1,44
Mano de Obra	0,10	8	0,80	8	0,8
Costo de Vida	0,07	7	0,49	7	0,49
Espacio físico	0,10	6	0,60	8	0,8
Costo de arriendo	0,08	7	0,56	6	0,48
Vías de Acceso	0,05	9	0,45	9	0,45
Cercanía al cliente	0,13	8	1,04	8	1,04
Infraestructura	0,10	8	0,80	9	0,9
Proveedores	0,12	6	0,72	8	0,96
Permisos Legales	0,07	8	0,56	8	0,56
SUMA	1,00		7,10		7,92

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

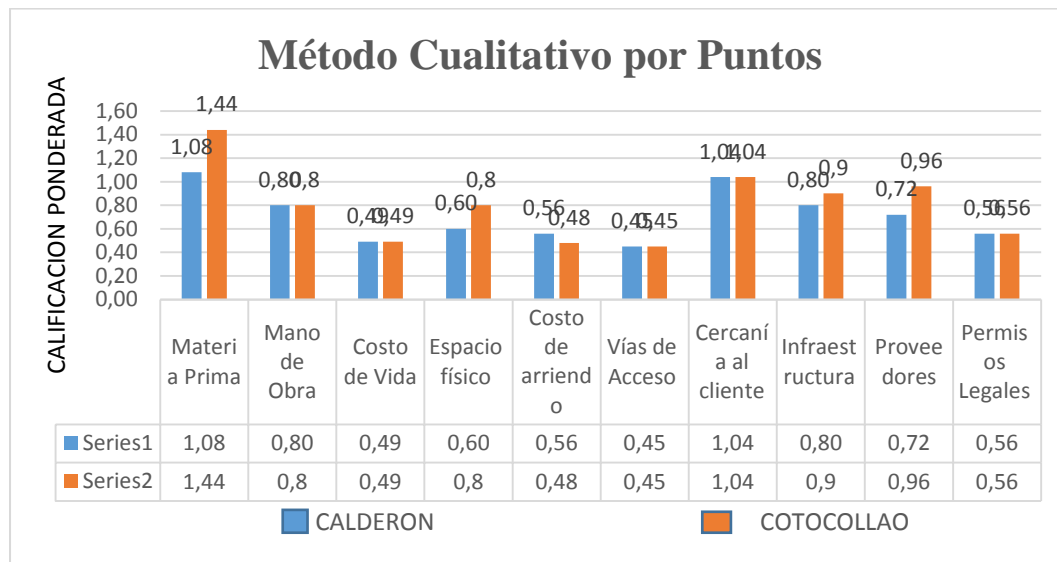


Figura 40 Método Cuantitativo por Puntos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Proyectista

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Se determina que el **Sector de Cotocollao** con 7.92 es el lugar más adecuado para la instalación del proyecto, por la cercanía al mercado, cliente, disponibilidad de materia prima entre otros factores que le convierten en la localización óptima del proyecto.

4.04.02 Macro localización.

Según (Hernandez Rivera, 2012) determino que:

Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. La región seleccionada puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

El proyecto estará ubicado en la parroquia de Cotocollao, esto permitirá obtener una cercanía eficiente de los lugares de afluencia del sector, tomando en cuenta como factores fundamentales la cercanía con el cliente, la cercanía con los proveedores, y mano de obra.



Figura 41 Mapa Cotacollao
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Google Maps

4.04.03 Micro localización

Elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio. (Hernandez Rivera, 2012)

Se determina al micro localización como el sitio específico donde se va instalar la actividad de un proyecto, que permitirá alcanzar los objetivos propuestos como es una mayor rentabilidad con costos unitarios mínimos.

Tabla 47

Micro localización

País	Ecuador
-------------	----------------

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Sector	Cotocollao
Dirección	25 de Mayo y Lizardo Ruiz

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo



Figura 42 Sector Cotocollao

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

La empresa de fabricación de productos a base de harina de chocho se encontrara ubicada en el sector de Cotocollao, calle 25 de Mayo y Lizardo Ruiz, en dicho lugar se pueden encontrar lo que son los factores cualitativos y cuantitativos como son: disponibilidad de transporte para los clientes y proveedores, mano de obra, servicios básicos e infraestructura con espacios físicos adecuados entre otros.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

4.05 Ingeniería del proyecto.

Es el conjunto de técnicas que resuelven todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013).

Permite describir todo lo relacionado al proceso productivo del proyecto como también su maquinaria y su equipo necesario, para poder determinar la distribución adecuada, y definir la estructura de su organización.

4.05.01 Plano del negocio.

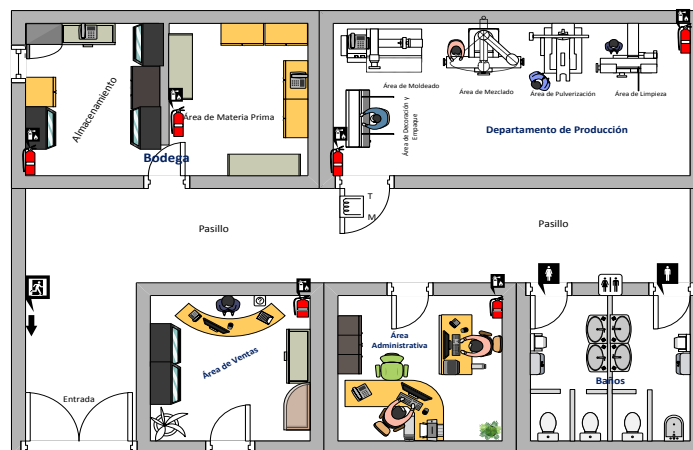


Figura 43 Plano del Negocio
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Yesenia Arévalo

4.05.02 Flujogramas del proceso de producción.




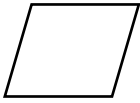
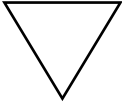
Un diagrama de flujo es la representación gráfica del flujo o secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución, es decir, viene a ser la representación simbólica o pictórica de un procedimiento administrativo. (Manene, 2011).

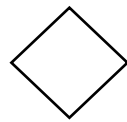
Esta herramienta de gestión nos permite observar paso a paso el proceso productivo del producto a elaborar, al mostrar el inicio de la actividad hasta la obtención del bien, utilizando símbolos que representan las diferentes actividades a realizar.

4.05.03 Simbología.

Tabla 48

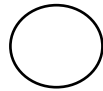
Simbología.

SÍMBOLO	SIGNIFICADO	PARA QUE SE UTILIZA
	Inicio / Fin	Indica el inicio y el final del diagrama de flujo.
	Operación / Actividad	Representa la realización de una operación o actividad relativa a un procedimiento.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento, que entra o utilice.
	Datos	Indica la salida y entrada de datos.
	Almacenamiento / Archivo	Indica el depósito permanente de un documento dentro de un archivo



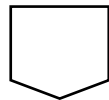
Decisión

Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.



Conector

Representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página.



Conector de página

Representa la continuidad del diagrama en otra página.

Fuente: ANSI

Elaborado por: ANS

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

4.05.04 Flujograma del proceso de fabricación

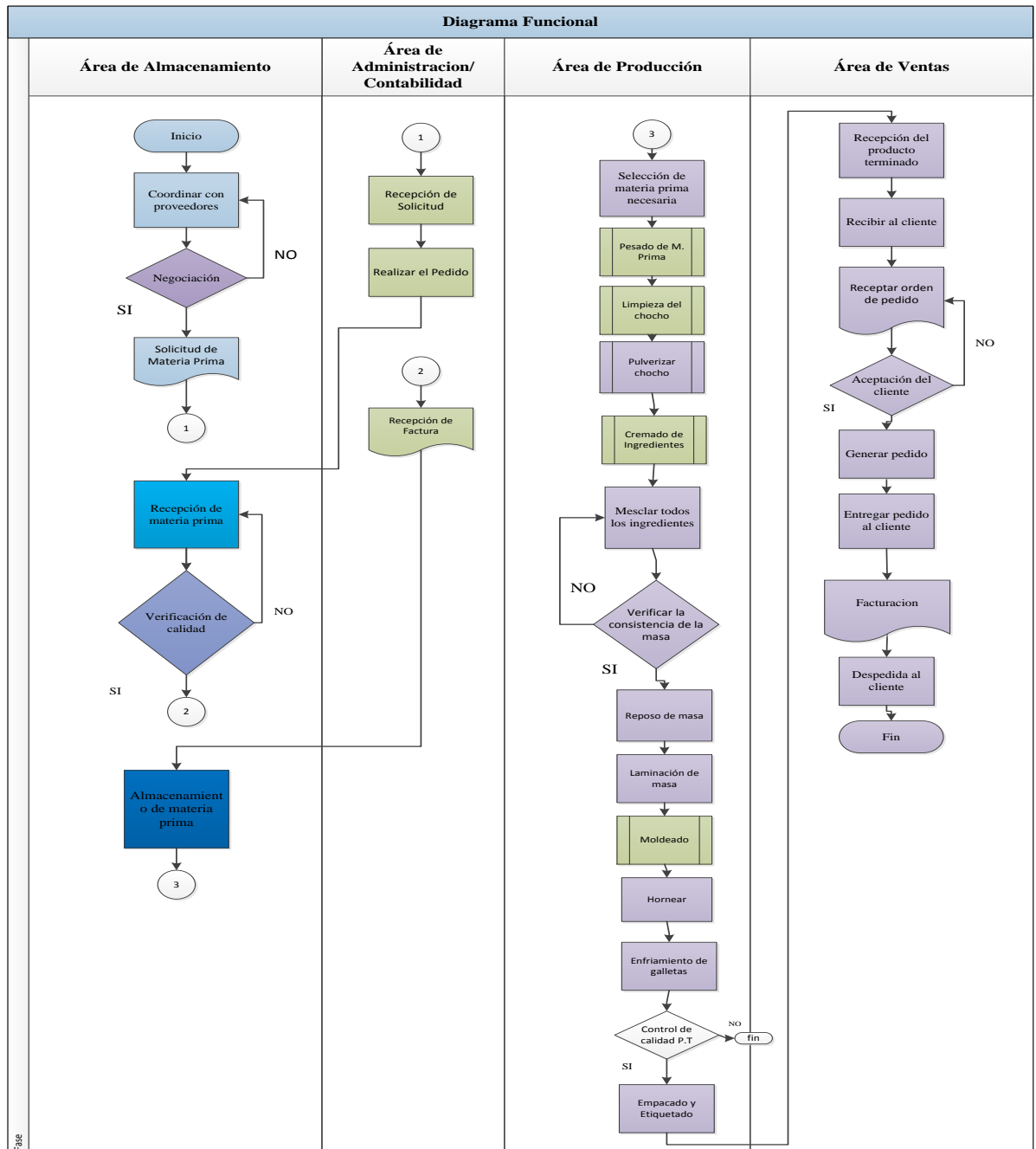


Figura 44 Proceso de fabricación
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

4.07.03 Descripción de las actividades

Es la descripción detallada del proceso productivo de la microempresa, para realizar los diagramas de flujo, a través de la cual se podrá observar y conocer específicamente cada una de las actividades que se llevarán a cabo en el proceso.

Tabla 49

Descripción de las Actividades

CONCEPTO	PROCESO
Operación 1	Recepción de materia prima e insumos, (chocho, harina de trigo, huevos, mantequilla, esencias, stevia en polvo, sal, polvo de hornear, chispas de chocolate y entre otros acorde al tipo de galleta), se controla que sea correcto el pedido y se verifica que este en buenas condiciones.
Operación 2	Pesado de todas las materias primas por separado, que formaran la masa de la galleta en una balanza electrónica.
Operación 3	Limpieza y secado del chocho en el horno a una temperatura promedio de 180° por 10 minutos.
Operación 4	Moler el chocho, en el molino industrial para la obtención de la harina requerida para la elaboración de la galleta.
Operación 5	Cremado de la mantequilla, huevos, esencias y la stevia en polvo por 5 minutos aproximados.
Operación 6	Mezclar primero las harinas de chocho y trigo en porciones iguales y después añadir el cremado de los demás ingredientes en la mezcladora industrial, para que pierdan su individualidad.
Operación 7	Se procede amasar todos los ingredientes hasta homogenizar los ingredientes y dejar una masa uniforme que presente facilidades para el laminado y moldeado de las galletas.
Operación 8	Reposo de la masa por un tiempo de 15 minutos

aproximadamente.

Operación 9	Trasladar la masa en reposo a la maquina laminadora para que tenga un volumen adecuado.
Operación 10	Moldeado de la masa con diferentes formas (redonda, cuadradas, de figuras)
Operación 11	Previamente calentar el horno a una temperatura de 15 minutos a 180°.
Operación 12	Se procede a colocar en bandejas metálicas para la cocción trasladándolas en el espiguero hacia el horno.
Operación 13	Colocarlas las latas en el horno y Programar el tiempo de cocción de las galletas.
Operación 14	Enfriar el producto al ambiente por unos 12 minutos máximo en los espiguero.
Operación 15	Trasladar con cuidado los espiguero al lugar de empackado y etiquetado.
Operación 16	Empacado y etiquetado de las galletas en porciones iguales con la maquina selladora de fundas.
Operación 17	Colocar en cajas de cartón para ser almacenadas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Proceso de Recepción de la Materia Prima

Tabla 50

Proceso de Recepción de la Materia Prima

Proceso de Recepción de la Materia Prima		
Proceso	Actividad	Tiempos
Requerimiento de materia prima	Se realiza los respectivos pedidos a los proveedores de la materia prima que se	10

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

		requiere, los que son exigidos por la salubridad, precios y calidad de sus productos.	
Recepción de materia prima	de	Se recibe la materia prima e insumos solicitados entre ellos harina de trigo, chocho desamar gado, huevos, mantequilla, polvo de hornear, y todos los ingredientes para llevar a cabo la producción.	10
Control de calidad	de	La materia prima se rige a un proceso de control de calidad, realizando la inspección de la materia prima al momento de recibir controlando el peso estado y calidad, para asegurar que los productos estén correctos de presentarse alguna irregularidad se le informa de inmediato al proveedor para que nos ayude con una solución óptima.	15
Almacenamiento de materia prima		Una vez comprobado el buen estado de la materia prima y los insumos recibidos se proceden a enviar a bodega en donde será almacenado para su uso posterior.	5
Proveer al Área de producción	Área	Cuando se requiera la materia prima por parte del área de producción para la elaboración de producto, se enviara desde bodega	5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Proceso de elaboración de la galleta a base de harina de chocho

Tabla 51

Proceso de elaboración de la galleta a base de harina de chocho

Proceso de elaboración de la galleta a base de harina de chocho		
Proceso	Actividad	Tiempos
Recepción de la materia prima	La materia prima solicitada se recibe desde bodega conforme los requerimientos para la elaboración.	5

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Procedimiento y preparación	El procesamiento y preparación se realizara con el debido cuidado. Se debe tener en cuenta la selección de la mejor materia prima para procedes a usarla. Se preparan los ingredientes para el proceso de elaboración, confirmando las cantidades y pesos a utilizar.	5
Limpieza	Lavar y secar el chocho des amargado en el horno a una temperatura promedio de 180°.	10
Pulverización	Moler el chocho, en el molino industrial para la obtención de la harina requerida para la elaboración de la galleta.	10
Cremado	Cremado de la mantequilla, huevos, esencias y la stevia en polvo.	5
Mezclado	Mezclar primero las harinas de chocho y trigo en porciones iguales y después añadir el cremado de los demás ingredientes en la mezcladora industrial, para que pierdan su individualidad	10
Amasado	Se comienza amasar todos los ingredientes hasta homogenizar los ingredientes y poder obtener una masa uniforme y suave.	10
Reposo	Reposo de la masa	15
Laminación y moldeado	Laminar y después moldear la masa con diferentes formas (redonda, cuadradas, de figuras	15
Hornear	Colocarlas las latas en el horno y Programar el tiempo de cocción de las galletas.	12
Enfriamiento	Enfriar el producto al ambiente en los espiguero.	12

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Proceso de Control de calidad empaçado y Comercialización

Tabla 52

Proceso de Control de calidad empaçado y Comercialización

Proceso de Control de calidad empaçado y Comercialización		
Proceso	Actividad	Tiempo
Control de calidad	Una vez listo el producto se procede al control de calidad antes de procedes a ser empaçado.	10
Empaçado y etiquetado	Una vez listas las galletas se proceden a empaçado en las respectivas fundas de comercialización y su respectivo sellado.	10
Almacenamiento de producto terminado	El producto terminado es almacenado para su entrega a los distintos canales de distribución y para sus respectivas ventas.	10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

1.08.01 Cuantificación de variables:

Tabla 53

Adquisición de activos fijos

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

N°	DETALLE	PROVEEDOR
	1 Horno	
	2 Moldes de figuras	
	3 Pistola para moldes	
	4 Cilindro de gas	
	5 Mezcladora	
	6 Bascula digital	
	7 Mesas de acero inoxidable	
	8 Cazos medidas grandes	
	9 Molino industrial	PROVEEDOR
	10 Set de decoración	LOCAL
	11 Perchas de enfriamiento	
	12 Selladora de fundas	
	13 Recipientes	
	14 Escritorio	
	15 Sillas	
	16 Archivadores	
	17 Estanterías	
	18 Sillas espera	
	19 Mesas	
	20 Computadora Dell	
	21 Copiadora Multifuncional	
	22 Calculadora	
	23 Teléfono	
	24 Grapadoras	
	25 Perforadora	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

El proveedor de maquinaria y utensilios del se adquirirá mediante un proveedor Local.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.



HORNO



BASCULA DIGITAL



PISTOLA DE MOLDES



CILINDRO DE GAS



MOLINO INDUSTRIAL



MEZCLADORA INDUS.



IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

CAPITULO V

5. Estudio financiero

Un estudio financiero determina si el proyecto será sustentable y rentable en el tiempo establecido.

Según Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, (2016), indico que: “ Comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y de su operación” (pág.121).

5.01.Ingresos operacionales y no operacioales

5.01.01.Ingresos operacionales.

Son los ingresos que percibe una entidad debido a la actividad que se dedica.

Según Zapata & Zapata, (2009) determinaron que: “Constituyen las ganancias que proviene de las actividades propias para las que fue creada la empresa” (pág.68)

Tabla 54

Distribución óptima de producción

Distribución óptima de producción					
Producto	Producción anual de paquetes	Óptima	Produc. Total	P.V.P.	Ingresos
Galletas	18.200	33%	6.006	2,00	12023,39
Humitas	36.400	33%	12.012	1,76	21105,68
Empanadas	45.500	33%	15.015	1,58	23664,58
Total		0,99	33.033		56793,64

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Para el cálculo de los ingresos proyectados se tomará en cuenta la presentación de los productos que se ofrecerán, para la cantidad serán las mismas detalladas como capacidad de producción del proyecto que se determinó con el porcentaje de aceptación de los productos, y para el precio se lo realizara con la inflación, la proyección se realizara para cinco años.

5.02. Costos

Son los costos que una entidad debe incurrir para la elaboración de un bien o servicio.

Según Baca Urbina, (2010), indico que: “Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad)” (pág.139).

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Tabla 55

Costos proyectados

Producto	Producción anual	Produc.			
		Optima	Total	C.v.u	Costos
Galletas	18.200	33%	6.006	1,33	8015,59
Humitas	36.400	33%	12.012	1,10	13191,05
Empanadas	45.500	33%	15.015	0,99	14790,36
Total		0,99	33.033		35997,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Analisis

En el calculo de costos proyectados se tomara en cuenta materia prima, mano de obra directa, y costos indirectos de fabricacion de los productos a presentarse en el mercado, esto permitira determinar el costo de venta por paquete de cada producto, el precio de costo estara determinado con el porcentaje de la inflacion con una proyeccion de cinco años.

5.02.01.Costo Directo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Son los costos directos que intervienen directamente en la producción de un bien, los cuales deben estar calculados de manera coherente para un correcto manejo de material y para toma de decisiones.

Según Loaiza, (2012), determino que:

Es todo aquel costo que se puede asociar directamente a la producción de un solo producto, y que por lo tanto solo debe figurar en la contabilidad de costos de ese producto.(pág.3).

5.02.02 Costos indirectos

Son aquellos que participan de manera indirecta en el producto final pero que ha su vez son necesarios tomarlos en cuenta dentro del estudio económico.

Según Boulanger & Gutiérrez , (2007) indicaron que: “Los costos indirectos no pueden identificarse específicamente y exclusivamente con un objeto de costo dado de una manera económicamente factibles”.(pág.213).

Tabla 56

Costos directos e indirectos producción de galletas

Producto:	Galletas		Tiempo:	60 minutos		1:00				
Cantidad:	140									
Presentación:	12									
Materia prima directa				Mano de obra directa			Costos indirectos de fabricación			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	Total	Actividad	Costo Unit.	Total	Detalle	Cantidad	Costo Unit.	Total
Masa de chocho	5 Lbs	1,000	5	Operario 1	3,03	3,03	Empaque	140	0,03	4,2
Mantequilla	600 gr	0,001	0,8							
Huevos	250 gr	0,006	1,56							
Sal	10 gr	0,003	0,03							
Azucar morena	650 gr	0,000	0,15							
Harina de trigo	454 gr	0,001	0,6							
Polvo de hornear	20 gr	0,010	0,2							
Total			8,34	TOTAL	3,03	3,03			0,03	4,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

El cuadro de costos directos e indirectos detallados, nos permitirá conocer lo necesario para la elaboración de las galletas, tanto en materia prima y mano de obra directa, como costos directos y detalles de presentación como costos indirectos se pretenderá producir por lotes de 140 unidades con un tiempo estimado de sesenta minutos por lote.

Tabla 57

Resumen de costos de galletas

Resumen MPD	8,34
MOD	3,03
CIF	4,20
CP	15,57
CANTIDAD	140,00
CP Unitario	0,11
Presentacion	12,00
Costo Presen	1,33
M.U: 50%	0,67
PVP	2,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

El cuadro resumen del cálculo de costos directos e indirectos, permitirán conocer el costo de producción por lote y por unidad determinando el costo de presentación por paquete de 12 unidades, adicional el margen de utilidad del 50%, que permite conocer el precio de venta al público que será de 2.00 un valor competitivo entre las entidades dedicadas a la elaboración de galletas en la ciudad de Quito.

Tabla 58

Costos directos e indirectos producción de empanadas humitas

Producto:	Humitas	Tiempo:	60 minutos	1:00
Cantidad:	140			
Presentación:	4			

Detalle	Materia prima directa			Mano de obra directa			Costos indirectos de fabricación			
	Cantidad	Costo Unit.	Total	Actividad	Costo Unit.	Total	Detalle	Cantidad	Costo Unit.	Total
Masa de chocho	9 Lbs	1,000	9	Operario 2	4,55	4,55	Hojas	140	0,03	4,2
Mantequilla	908 gr	0,001	0,8				Bandejas	140	0,07	9,8
Huevos	600 gr	0,003	1,56				Plástico	1	4,5	4,5
sal	40 gr	0,001	0,03							
Queso	2 Unid	2,000	4							
										0
Total			15,39	Total	4,55	4,55			4,60	18,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Los costos directos e indirectos detallados, nos permitirá la elaboración de las humitas, tanto en materia prima y mano de obra directa, como costos directos y detalles de presentación como costos indirectos, se pretenderá producir por lotes de 140 unidades con un tiempo estimado de sesenta minutos por lote y una presentación de 4 unidades por paquete.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Tabla 59

Resumen de costos de humitas

RESUMEN:	MPD	15,39
	MOD	4,55
	CIF	18,50
	CP	38,44
	CANTIDAD	140,00
	CP Unitario	0,27
	Presentacion	4,00
	Costo Presentacion	1,10
M.U:	60%	0,66
PVP		1,76

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

El cuadro resumen del cálculo de costos directos e indirectos, permitirán conocer el costo de producción por lote y por unidad determinando el costo de presentación por paquete de 4 unidades, adicional el margen de utilidad del 60%, que permite conocer el precio de venta al público que será de 1.76 un valor competitivo entre la competencia dedicadas a la elaboración de este producto.

Tabla 60

Costos directos e indirectos producción de empanadas

Producto:	Empanada	Tiempo:	60 minutos	1:00
Cantidad:	140			
Presentación:	4			

Materia prima directa				Mano de obra directa			Costos indirectos de fabricación			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	Total	Actividad	Costo Unit.	Total	Detalle	Cantidad	Costo Unit.	Total
Masa de chocho	7 Lbs	1,000	7	Operario 3	3,64	3,64	Bandeja	140	0,07	9,8
Mantequilla	600 gr	0,001	0,8				Plastico	1	5,5	5,5
Huevos	600 gr	0,003	1,56							
sal	40 gr	0,001	0,03							
Queso	2 Unid	2,000	4							
Levadura	40 gr	0,040	1,6							
Harina de trigo	454 gr	0,002	0,9							
Azucar	100 gr	0,00	0,15							
Total	Total		16,04	Total	3,64	3,64			5,57	15,3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

El cuadro de costos directos e indirectos detallados, nos permitirá conocer lo necesario para la elaboración de las empanadas tanto en materia prima y mano de obra directa, como costos directos y detalles de presentación como costos indirectos se pretenderá producir por lotes de 140 unidades con un tiempo estimado de sesenta minutos por lote y una presentación de 4 unidades.

Tabla 61

Resumen de costos de empanadas

RESUMEN: MPD	16,04
MOD	3,64
CIF	14,80
CP	34,48
CANTIDAD	140,00
CP Unitario	0,25
Presentacion	4,00
Costo Presentacion	0,99
M.U:	60% 0,59
PVP	1,58

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

El cuadro resumen del cálculo de costos directos e indirectos, permitirán conocer el costo de producción por lote y por unidad determinando el costo de presentación por paquete de 4 unidades, adicional el margen de utilidad del 60%, que permite conocer el precio de venta al público que será de 1.58 un valor competitivo entre la competencia dedicadas a la elaboración de este producto.

Tabla 62

Costo de producción por lote

Costo de producción por lote				
Producto	MPD	MOD	CIF	Total
Galletas	8,34	3,03	4,20	15,57
Humitas	15,39	4,55	18,50	38,44
Empanadas	16,04	3,64	14,80	34,48
Total	39,77	11,21	37,50	88,48

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se observa el valor por los costos directos e indirectos por lote tanto en materia prima, mano de obra directa y los costos indirectos para la presentación final de los productos.

Tabla 63

Cuadro Resumen de Ingresos y Costos

Cuadro Resumen de Ingresos y Costos					
Producto	Producción Anual	Ingresos	Costos	%	
Galletas	18.200,00	12.023,39	8.015,59	67%	
Humitas	36.400,00	21.105,68	13.191,05	63%	
Empanadas	45.500,00	23.664,58	14.790,36	63%	
Total		56.793,64	35.997,00	63%	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Análisis

La proyección de los ingresos y costos anuales permitiera conocer la capacidad de pago de costos directos e indirectos dentro de la producción como la cancelación de gastos administrativos que tenga el proyecto para realizar su actividad.

5.02.03. Gastos administrativos

Son los gastos administrativos que se generan de la parte administrativa de la empresa.

Según Zapata & Zapata, (2009) determinaron que:

Son los gastos que sirven para cubrir servicios utilizados por la empresa en todos sus departamentos de apoyo, directivo y ejecutivo. (pág.67).

Tabla 64

Gastos administrativos

Descripción	Cantidad	Valor	Total	Total
		Unitario	Mensual	Anual
Sueldo Personal				
Administración		1.000,77	1.000,77	12.009,24
Administrador	1	512,43	512,43	6.149,20
Ventas	1	488,34	488,34	5.860,04
Suministros de Oficina	1	18,00	18,00	216,00

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Arriendos	1	170,00	170,00	2.040,00
Depreciación de Activos Fijos	4	109,08	109,08	1.309,00
Equipos de Oficina	1	0,30	0,30	3,60
Equipos de Computación	1	26,25	26,25	315,00
Equipo y maquinaria	1	76,08	76,08	912,90
Muebles y enseres	1	6,46	6,46	77,50
Agua Potable	1	10,00	10,00	120,00
Luz Eléctrica	1	15,00	15,00	180,00
Teléfono	1	10,00	10,00	120,00
Internet	1	22,50	22,50	270,00
Total			2.465,21	16.264,24

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

El valor de los gastos administrativos para iniciar la actividad del proyecto detallado en el cuadro permitira gestionar por parte de la administracion los recursos de manera eficaz y eficiente.

Tabla 65

Gastos sueldos administrativos

Gastos sueldos administrativos

Descripción	Cantid		Fondos				
	ad	Valor	Décimo	Decimo	de	Aporte al	Valor

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

	Unitario	Tercero	Cuarto	Reserva	IEES 12,15%	Total
Administrador						
a	1 400,00	33,33	30,50	-	48,60	512,43
Atención al						
Cliente	1 380,00	31,67	30,50	-	46,17	488,34
Total	2 780,00	65,00	61,00	-	94,77	1.000,77

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Tabla 66

Servicios Básicos

Servicios Básicos				
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	
Internet	1	22,50	22,50	
Luz	1	15,00	15,00	
Agua	1	10,00	10,00	
Teléfono	1	10,00	10,00	
Total			57,50	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Análisis

Servicios básicos indispensables para el funcionamiento del departamento de producción y administrativo con un valor mensual de \$ 57.50 dólares valor variables.

5.02.04. Costo de venta

Los costos de ventas tienen que ver con los gastos que se generan en la entrega del producto y publicidad para dar a conocer en el mercado la existencia del bien.

Según Baca Urbina, (2010) indico que:

La magnitud del costo de venta dependerá tanto del tamaño de la empresa, como del tipo de actividad que los promotores del proyecto quieran que desarrolle ese departamento. (pág.143).

Tabla 67

Gasto Venta

Descripción	Cantidad	Valor	Total	Total
		Unitario	Mensual	Anual
Letrero	1	50,00	50,00	50,00
Gigantgrafía de los productos	1	15,00	15,00	15,00
Tarjetería	300	0,03	9,00	108,00
Total		65,03	74,00	173,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Los gastos de venta anual de \$ 173 dolares asignados deberan ser utilizados de manera correcta y eficaz para dar a conocer el emprendimiento.

5.02.05. Costos financieros

Los costos financieros se relaciona con las deudad que debe pagar una entidad por prestamos a terceras personas realizados para el funcionamiento de la misma.

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos. (Baca Urbina, 2010, pág. 143).

Tabla 68

Costos Financieros

Detalle	Valor
Tipo de crédito	Microcrédito
Monto de financiamiento	4.332,46
Tasa de interés	25,16
Intereses primer año	430,57

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Los costos financieros valor que la empresa debe cubrir por el préstamo de 4332.46 a la cooperativa Andalucía a un plazo de 24 meses, el primer año se cancelará 430.57, interés accesible a cancelar.

5.02.06. Costos fijos y variable

5.02.06.01. Costos fijos

Son costos permanentes dentro de la entidad, los cuales ya tienen un monto establecido pese a posibles cambios dentro de la misma.

Según Horngren, Datar, & Foster, (2007) determinaron que:

Un costo fijo permanece sin cambios en total por un periodo dado, pese a grandes cambios en el nivel relacionado con la actividad o volumen totales. (pág.30).

5.02.06.02. Costos variables

Son costos variables aquellos que varían de acuerdo a la cantidad de producción que la entidad necesite producir y satisfacer la demanda.

Según Horngren, Datar, & Foster, (2007) menciono que:

Un costo variables cambia en total en proporción a los cambios en el nivel relacionado del volumen o actividad total. (pág.30).

5.03. Inversiones

Son las inversiones dinero que una persona pone a disposición para que los mismos generen ingresos recuperando en un determinado tiempo la inversión que realiza al principio.

Según Avilés Bravo & Miranda Jiménez, (2010) determino que:

Desembolso de dinero para adquirir bienes muebles o inmuebles , tangibles o intangibles, que produzcan ingresos o que presten servicios.

Tabla 69

Inversión Total

Capital Propio	70%	10.109,08
Capital Financiado	30%	4.332,46
Total	100%	14.441,54

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se determina que el total de inversión para el proyecto es de 14441.54 valor que se requiere para iniar las actividades, para lo cual es necesario el prestamo a terceros de un 30% de dinero para completar el capital que se necesita puesto que el 70% es copital propio.

5.03.01.Inversión fija

La inversión fija es la inversión que la empresa realiza para poder realizar su actividad.

Según Baca Urbina, (2010) indico que: “Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa” (pág.143).

Tabla 70

Inversión fija

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Inversión Fija

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	-9.129,00					4.564,50
Muebles y Enseres	-775,00					387,50
Equipos de Oficina	-36,00					18,00
Equipos de Computación	-945,00			-945,00		315,00
TOTAL	-10.885,00			-945,00		5.285,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Lo detallado en el cuadro de inversión fija permitirán realizar las actividades de funcionamiento de la entidad tanto en el área de producción como la administrativa con un valor de 10885.00.

5.03.01.01 Activos fijos

Los activos fijos son bienes que se pueden tocar los cuales son necesarios para realizar la actividad de la entidad.

Según Baca Urbina, (2010) determino que:

Se entiende por activo tangible o fijo, a los bienes propiedad de la empresa. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas. (pág.143).

Tabla 71

Equipo y Maquinaria

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Horno	2	3.400,00	6.800,00
Pistola para moldes	1	20,00	20,00
Cilindro de gas	2	57,00	114,00
Mezcladora	1	505,00	505,00
Bascula digital	2	70,00	140,00
Mesas de acero inoxidable	2	100,00	200,00
Molino industrial	1	350,00	350,00
Cocina industrial	1	200,00	200,00
Tamalera	2	50,00	100,00
Perchas de enfriamiento	2	85,00	170,00
Selladora de fundas	1	530,00	530,00
TOTAL		5.367,00	9.129,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Equipo y maquinaria necesaria para la producción de los productos con un valor de 9129,00 valor cotizado con proveedores locales.

Tabla 72

Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Telefonos de escritorio	2	15,00	30,00
Calculadoras	2	3,00	6,00
Total	4	18,00	36,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Equipos de oficina indispensables para gestionar las actividades de administración con un costo de 36 dolares valor accesible a de compra.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Tabla 73

Equipo de computación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora Hp	2	350,00	700,00
Impresora Epson multifunc	1	150,00	150,00
Impresora epson XL300	1	95,00	95,00
Total	4	595,00	945,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Tabla 74

Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	1	80,00	80,00
Mostrador	1	80,00	80,00
Archivador	1	145,00	145,00
Sillas	2	75,00	150,00
Juego de mesa con sillas	4	80	320
Total	9	460	775

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

5.03.01.02. Activos nominales

Son aquellos que no los podemos tocar mas bien presentan dentro de la empresa un derecho de propiedad necesarios para poner en marcha la misma.

Según Baca Urbina, (2010) determino que: “Se entiendo por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su fucionamiento, y

que incluyen: patentes de inversión, marcas, diseños comerciales entre otros”
(pág.143).

5.03.02 Capital de trabajo

El capital de trabajo podemos decir que es la capacidad con la que cuenta la empresa para seguir produciendo, pero en el proyecto se necesitara un capital de trabajo para poder iniciar las actividades.

Según Baca Urbina, (2010) menciono que:

Desde el punto de vista práctico, esta representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos. . (pág.145).

Tabla 75

Capital de Trabajo

Capital de Trabajo			
Descripción	1 Mes	2 Mes	TOTAL
Arriendo	170,00	170,00	340,00
Sueldos Personal	1.000,77	1.000,77	2.001,54
Servicios Básicos	57,50	57,50	115,00
Materia Prima Directa	800,00	800,00	1.600,00
Total			4.056,54

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Capital de 4.056,54 valor a invertir por dos meses para respaldar la primera producción, la cual debe ser recuperada al salir al mercado.

5.03.03 Fuentes de financiamiento y usos de fondos.

Se puede identificar el origen de los recursos que cubran el monto de capital asignado para realizar la actividad económica.

Según Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social , (2016) determino que: “Se trata de aclarar el origen, la cronología y las formas de participación previstas en el financiamiento total del proyecto” (pág 134).

5.03.04 Amortización de Financiamiento

Es una operación la cual permitiera la devolución de un préstamo en un periodo determinado a una tasa de interés pactada.

Según Wind, (2013) analizo que: “La amortización de financiamiento es el pago de una deuda y sus intereses en plazos graduales”. (pág.27).

Tabla 76

Tabla de amortización

Tabla de amortización

Inversión	100%	14.441,54
-----------	------	-----------

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Cap. Propio	70%	10.109,08	
Financiamiento	30%	4.332,46	
Plazo		24	Meses
Interés		25%	1,05%
Pagos		Mensual	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Tabla 77

Tabla de amortización

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Saldo	Interes	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
4.332,46	0,00	0,00	0,00	4.332,46
4.332,46	45,42	205,12	159,70	4.172,76
4.172,76	43,74	205,12	161,38	4.011,39
4.011,39	42,05	205,12	163,07	3.848,32
3.848,32	40,34	205,12	164,78	3.683,54
3.683,54	38,62	205,12	166,50	3.517,04
3.517,04	36,87	205,12	168,25	3.348,79
3.348,79	35,11	205,12	170,01	3.178,78
3.178,78	33,32	205,12	171,80	3.006,98
3.006,98	31,52	205,12	173,60	2.833,39
2.833,39	29,70	205,12	175,42	2.657,97
2.657,97	27,86	205,12	177,26	2.480,71
2.480,71	26,01	205,12	179,11	2.301,60
2.301,60	24,13	205,12	180,99	2.120,61
2.120,61	22,23	205,12	182,89	1.937,72
1.937,72	20,31	205,12	184,81	1.752,92
1.752,92	18,38	205,12	186,74	1.566,17
1.566,17	16,42	205,12	188,70	1.377,47
1.377,47	14,44	205,12	190,68	1.186,79
1.186,79	12,44	205,12	192,68	994,12
994,12	10,42	205,12	194,70	799,42
799,42	8,38	205,12	196,74	602,68
602,68	6,32	205,12	198,80	403,88
403,88	4,23	205,12	200,89	202,99
202,99	2,13	205,12	202,99	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Tabla de amortización de las cuotas a cancelar por el préstamo para completar la inversión el cual será cancelado en dos años con una tasa de interés del 25.16% permitido por la ley su valor.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

5.03.05. Depreciaciones

La depreciación es el desgaste de los bienes que posee la empresa en un periodo determinado.

Según Baca Urbina, (2010) indico que: “Se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos” (pág.144).

Tabla 78

Cuadro de depreciaciones

Cuadro de depreciaciones							
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	9.129,00	10,00	912,90	912,90	912,90	912,90	912,9
Muebles y Enseres	775,00	10,00	77,50	77,50	77,50	77,50	77,5
Equipos de Oficina	36,00	10,00	3,60	3,60	3,60	3,60	3,6
Equipos de Computación	945,00	3,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315
Total	10885		1309	1309	1309	1309	1309

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se muestra en la tabla los activos fijos que tendrá el proyecto y el cual será depreciado por su vida útil dentro del proyecto, con una proyección de cinco años.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

5.03.06. Estado de situación inicial

Documento financiero, que tiene un orden de las cuentas del activo, pasivo, y patrimonio, al finalizar o iniciar una actividad económica, el cual permite conocer la situación y capacidad monetaria de la entidad.

Según Sarmiento, (2006) determino que: "Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico" (pág.246).

Tabla 79

Estado de situación inicial

**Empresa Nutri Tarwi
Estado de situación inicial**

Activos		Pasivo	
Corrientes		Corrientes	
Efectivo	3.556,54	Creditos bancarios	4.332,46
No corrientes		No Corrientes	
Activos Fijos		Creditos Bancarios L/P	
Equipo y Maquinaria	9.129,00		-
Muebles y Enseres	775,00		
Equipos de Oficina	36,00	Total pasivos	4.332,46
Equipos de Computación	945,00		
Activos diferidos		Patrimonio	
Gastos constitucion	-	Capital	10.109,08
Total activos	14.441,54	Total pasivo + patrimonio	14.441,54
GERENTE GENERAL		CONTADOR	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

En cuadro anterior muestra la informacion financiera con la que contara el proyecto para comenzar sus actividades economicas.

5.03.07 Estado de resultados proyectado

Informe financiero que demuesra la utilidad o perdida de la entidad un periodo determinado despues de tomar en cuenta las ingresos menos los costos y gastos que se generan en la elaracion del bien de manera directa o indirecta.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Según Baca Urbina, (2010) indico que:

La finalidad del analisis del estado de resultados es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son , en forma general, el beneficio real de la operación de la planta y que se obtiene restando a los ingresos todos los costos en que incurre la planta y los impuestos que deba pagar. (pág.150).

Tabla 80

Estado de resultado proyectado

Empresa Nutri Tarwi					
Estado de resultado proyectado					
Tasa de Crecimiento:	0,0392				
Tasa de Inflación:	0,0142				
Descripción	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
VENTAS	56.793,64	59.019,95	61.333,53	63.737,81	66.236,33
(-) Costo de Produccion	35.997,00	37.408,08	38.874,48	40.398,36	41.981,97
(=) Utilidad Bruta en Ventas	20.796,64	21.611,87	22.459,05	23.339,45	24.254,36
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	16.264,24	16.495,19	16.729,42	16.966,98	17.207,91
Gastos de Ventas	173,00	175,46	177,95	180,47	183,04
Gastos Financieras	430,57	159,83	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	3.928,83	4.781,39	5.551,68	6.191,99	6.863,41
(+) 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.	3.928,83	4.781,39	5.551,68	6.191,99	6.863,41
(-) 15 % Participacion Laboral	589,32	717,21	832,75	928,80	1.029,51
(=) Utilidad Antes de I.R.	3.339,50	4.064,18	4.718,93	5.263,19	5.833,89
(-) Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	3.339,50	4.064,18	4.718,93	5.263,19	5.833,89
(+) Depreciaciones	1.309,00	1.309,00	1.309,00	1.309,00	1.309,00
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) EXCEDENTE OPERACIONA	4.648,50	5.373,18	6.027,93	6.572,19	7.142,89

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

El cuadro muestra el estado de pérdidas y ganancias proyectado para cinco años en el cual se detalla los ingresos, costos y gastos futuros por años además de determinar los beneficios que se obtendrán.

5.2.08 Flujo caja

Podemos determinar que es el ingreso y salida de dinero en la entidad en un periodo dado, el cual permite determinar si la empresa podrá cubrir sus gastos.

Según Moreno, (2010) indico que: “Es un informe financiero que presenta n detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero, que tiene la empresa en un periodo dado” (pág.1).

Tabla 81

Flujos netos de efectivo

Flujos netos de efectivo						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-14.441,54			-945,00		5.285,00
Excedente Operacional		4.648,50	5.373,18	6.027,93	6.572,19	7.142,89
Flujos de efectivo	-14.441,54	4.648,50	5.373,18	5.082,93	6.572,19	12.427,89

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Podemos observar los fondos de efectivo que se obtendra para cubrir el costo del proyecto de manera puntual y eficiente alcanzando objetivos de eficacia.

5.04 Evaluación económica

Según (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013) determina que:

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo anota sus limitaciones de aplicación y los compara con métodos contables de evaluación para mostrar la aplicación práctica de ambos. (pág.7)

5.04.01 Tasa de descuento

Es la tasa mínima esperada para la evaluación económica del proyecto con el fin de conocer el valor al que está expuesto la entidad.

Según Baca Urbina, (2010), determino que:

La TMAR es la tasa de crecimiento real de la empresa por arriba de la inflación. Esta tasa también es conocida como premio al riesgo, de forma que en su valor debe reflejar el riesgo que corre el inversionista de no obtener las ganancias pronosticadas y que eventualmente vaya a la bancarrota. (pág.168)

Tabla 82

Tasa de descuento

TMAR o Tasa de descuento	
Detalle	Porcentaje
(+) Tasa Activa	8,71%
Tasa Pasiva	5,75%
TMAR	14,81%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

El valor de la tasa de descuento es el resultado de la tasa activa vs. Tasa pasiva decretada por el BCE, en el 2016 que nos da un valor de 14.81 %, porcentaje que nos permitira realizar otros calculos.

5.04.02 Van

Es el cálculo de los flujos netos del futuro en el presente, para determinar si la empresa podrá cubrir todos sus egresos, un VAN positivo determina la aceptación del proyecto.

Según Baca Urbina, (2010), indico que: “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversion inicial” (pág.182)

Tabla 83

VAN

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

$$\text{VAN} = -14.441,54 + \frac{4.648,50}{1,11185786} + \frac{5.373,18}{1,23622790} + \frac{5.082,93}{1,37450971} + \frac{6.572,19}{1,52825943} + \frac{12.427,89}{1,69920726}$$

$$\text{VAN} = -14.441,54 + 4.180,84 + 4.346,43 + 3.697,99 + 4.300,44 + 7.313,94$$

$$\text{VAN} = -14.441,54 + 23.839,65$$

$$\text{VAN} = 9.398,11$$

$$\text{VAN} = 9.398,11$$

Fuente: Investigación propia

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Elaborado por: Yesenia Arévalo
Análisis

Resultado positivo mayor a uno que permite determinar la rentabilidad del proyecto trayendo valores futuros a actuales obteniendo un VAN de 9.398,11

5.04.03 TIR

Es una tasa de rendimiento que permite que la inversión sea igual a los flujos descontados, ya que de esta manera estará ganando lo mínimo.

Según Baca Urbina, (2010), determino que : “Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (pág. 184)

Tabla 84

Tasa interna de retorno

$$\text{TIR} = 30,85\%$$

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Permite determinar que el valor de 47% es bueno por lo tanto es aceptable el proyecto.

5.04.04 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

Es un indicador que permite a través de su procedimiento conocer el tiempo en el cual se va recuperar la inversión inicial.

Según Haime Levy, (2005), indico que:

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Es un método muy simple de aplicar, pues es una medida que relaciona los ingresos netos anuales de un proyecto con la inversión requerida por el mismo. El resultado es el tiempo que se tardará en recuperar la inversión en un proyecto, a pesos corrientes, no constantes. (pág. 255)

Tabla 85

Periodo de recuperación

Periodo de recuperación					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-14.441,54	-14.441,54	1,00	-14.441,54	-14.441,54
1	4.648,50	-9.793,04	0,90	4.180,84	-10.260,70
2	5.373,18	-4.419,86	0,81	4.346,43	-5.914,27
3	5.082,93	663,07	0,73	3.697,99	-2.216,27
4	6.572,19	7.235,27	0,65	4.300,44	2.084,17
5	12.427,89	19.663,16	0,59	7.313,94	9.398,11

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

El cálculo de la recuperación de la inversión en los años proyectados es factible puesto que en ese tiempo se recuperara la inversión.

Tabla 86

Periodo de recuperación a valores corriente

Periodo de recuperación a valores corriente

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	5.373,18	-4.419,86
1 mes	447,76	-3.972,09
2 mes	447,76	-3.524,33
3 mes	447,76	-3.076,56
4 mes	447,76	-2.628,80
5 mes	447,76	-2.181,03
6 mes	447,76	-1.733,27
7 mes	447,76	-1.285,50
8 mes	447,76	-837,74
9 mes	447,76	-389,97
10 mes	447,76	57,79
11 mes	447,76	505,56
12 mes	447,76	953,32
Periodo de recuperación:	2 AÑO Y 10 MESES	PRVC

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Tabla 87

Periodo de recuperación a valores actualizados

Periodo de recuperación a valores actualizados

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 3	3.697,99	-2.216,27
1 mes	308,17	-1.908,10
2 mes	308,17	-1.599,94
3 mes	308,17	-1.291,77
4 mes	308,17	-983,61
5 mes	308,17	-675,44
6 mes	308,17	-367,27
7 mes	308,17	-59,11
8 mes	308,17	249,06
9 mes	308,17	557,23
10 mes	308,17	865,39
11 mes	308,17	1.173,56
12 mes	308,17	1.481,72
Periodo de recuperación:	3 AÑOS Y 8 MESES	PRVA

Fuente: Investigación propia

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Elaborado por: Yesenia Arévalo

5.04.05 RBC (Relación costo beneficio)

Es un indicador que permitirá conocer cuánto de rentabilidad va obtener la entidad por cada dólar que invierta.

Según Escobar, (2003), indico que: “Es la relación entre la inversión y el retorno económico. Este indicador expresa cuantas unidades monetarias se reciben por cada unidad monetaria invertida”. (pág. 9)

5.04.06 Punto de equilibrio

Permite determinar el valor de ventas y costo que debe tener el proyecto para no perder ni ganar unidades monetarias.

Según Escobar, (2003) determino que: “Se define como la cantidad de ingreso o de producto- volumen-que permite igualar los costos totales de producción con las ventas generadas por el proyecto” (pág. 9)

Tabla 88

Gastos

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	16.264,24
Gastos de Ventas	173,00
Gastos Financieros	430,57
Total gastos fijos	16.867,81

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Valores de gastos fijos a cancelar consecutivamente que permitirá determinar el valor de gastos anuales de 16.867,81

Tabla 89

Margen de Contribución

Producto	Precio	C.v.u	MC	% Mercado	MC Promedio
Galletas	2,00	0,67	1,33	33%	0,44
Humitas	1,76	0,66	1,10	33%	0,36
Empanada	1,58	0,59	0,99	33%	0,33
					1,13

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

$$PE = \frac{CF}{p - C_{vu}}$$

$$PE = \frac{CF}{MC}$$

$$\frac{16.867,81}{1,13} = 14.955,44 \text{ Unidades}$$

Figura 45

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Análisis

La determinación de las unidades a producir para saber cuándo se debe producir para que no exista pérdida es de 14.955,44.

Tabla 90

Costo

Producto	Cantidad	% Mercado	Producción	Costo	Costo
Galletas	14955,44	0,33	4.935,30	0,67	3.293,32
Humitas	14955,44	0,33	4.935,30	0,66	3.251,83
Empanada	14955,44	0,33	4.935,30	0,59	2.916,87
					9.462,02

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

El valor de los costos anuales son menores que los ingresos, esto determina que el número de unidades son las correctas para no tener pérdida ni ganancia.

Tabla 91

Ingresos

Producto	Cantidad	% Mercado	Producción	PVP	PE Ingreso
Galletas	14955,44	0,33	4.935,30	2,00	9.879,95
Humitas	14955,44	0,33	4.935,30	1,76	8.671,56
Empanada	14955,44	0,33	4.935,30	1,58	7.778,33
					26.329,84

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

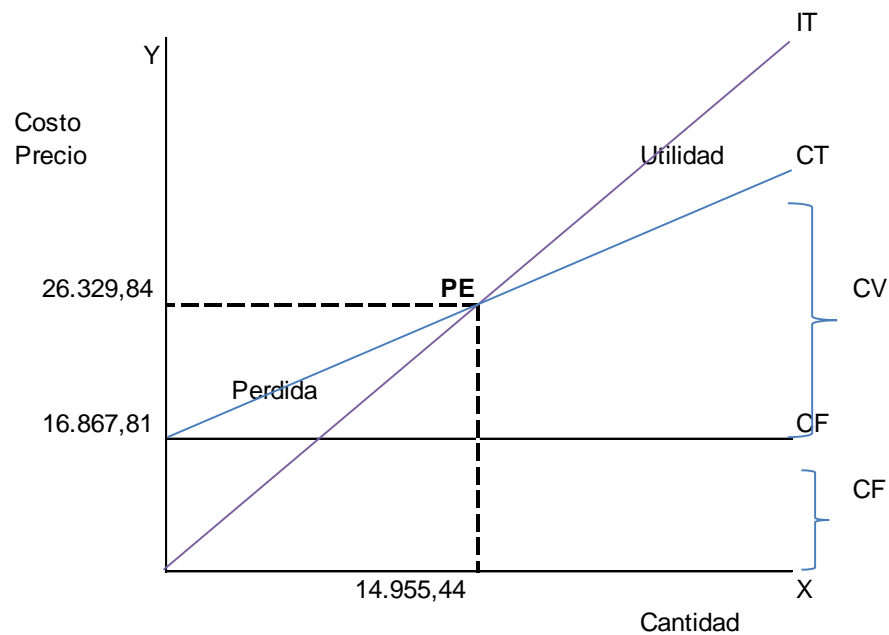


Figura 46

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Se observa en el Figura los costos fijos y los ingresos los cuales permiten conocer al proyecto el valor mínimo que debe producir para no perder y así proyectarse a cumplir metas más positivas.

5.04.07 Análisis de índices financieros

5.04.07.01. ROA (Rentabilidad sobre Activo)

Indicador que permite conocer la eficiencia y eficacia con la que los encargados están manejando los activos de la empresa y si están generando ingresos para la entidad.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Según Mendoza Guerra, (2011), indico que: “La rentabilidad sobre activos es una medida de desempeño gerencial; en efecto, al gerente de la empresa se le entrega unos activos en administración para que los haga rendir”. (pág. 98)

Tabla 92

Rentabilidad sobre activo

Rentabilidad sobre activo			
R.O.A =		$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$	
R.O.A =		$\frac{3.339,50}{14.441,54}$	
R.O.A =	0,23	ó	23,12%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

El rendimiento que tiene el proyecto sobre los activos es del 55% lo que significa que el activo genera rentabilidad demostrando eficiencia en el uso de los activos.

5.04.07.02 ROE (Rentabilidad sobre Patrimonio)

Indicador financiero que permite conocer si el dinero invertido en el proyecto está generando ingresos.

Según Mendoza Guerra, (2011), determino que: “La rentabilidad sobre patrimonio mide el desempeño de la empresa desde el punto de vista de los dueños, quienes se interesan por ver cuánto genera el capital que han invertido en la firma”. (pág. 98).

Tabla 93

Rentabilidad sobre patrimonio

Rentabilidad sobre patrimonio			
R.O.E =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$		
R.O.E =	$\frac{3.339,50}{10.109,08}$		
R.O.E =	0,33	ó	33,03%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

Mediante el análisis del indicador financiero el capital crecereaen un 33.03% lo que significa que que tendra la capacidad de generar rentabilidad sobre los recursos propios que tendra el proyecto.

5.04.07.03 ROI (Rentabilidad sobre Inversión)

Indicador financiero que permitirá conocer el buen uso de los materiales asignados los cuales deben generar ingresos a la entidad.

Según Castaño , (2003), inidico que: “La rentabilidad sobre la inversión interpreta la eficiencia en el uso de los recursos de la empresa y corresponde al cociente entre la utilidad y la inversión atada a la empresa”. (pág. 93).

Tabla 94

Rentabilidad sobre inversión

Rentabilidad sobre inversión	
R.O.I =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$

$$\text{R.O.I} = \frac{3.339,50}{14.441,54}$$

$$\text{R.O.I} = 0,23 \quad \text{ó} \quad 23,12\%$$

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Yesenia Arévalo

Análisis

La rentabilidad sobre la inversión es del 23.12%, lo que determina que el proyecto está siendo eficiente al utilizar la inversión para generar utilidad.

CAPITULO VI

6. Análisis de impactos

6.01 Impacto ambiental

La microempresa **NUTRI TARWI**, tendrá un impacto ambiental bajo para la sociedad, ya que no posee maquinaria industrializada que pueda provocar ruidos por la elaboración del producto más bien el enfoque es la producción semi industrial.

Además la producción no necesitara de químicos para la elaboración del producto que puedan ser perjudiciales para la salud de la población y a su vez no emanaran gases tóxicos que ponga en peligro a los empleados ni a la comunidad que se encuentre cerca de la planta.

Los desechos o residuos que se obtenga del chocho ayudaran como abono para la cultivación de la misma con la finalidad de conseguir ingresos adicionales por la venta de estos residuos.

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

6.02 Impacto económico

El presente proyecto tendrá un impacto económico favorable para la población ya que se encuentra enfocado en fomentar la agricultura por parte de los campesinos quienes serán los proveedores de la materia prima es por esta razón que la microempresa se encontrara localizada más cerca de ellos.

Además el proyecto dará plazas de trabajo a los campesinos para que obtengan un ingreso y ayudar a mejorar su economía esto a su vez hará que se encuentren comprometidos con la microempresa.

Con respecto a la comercialización se realizara en la ciudad de Quito donde es una ciudad muy comercial, lo que será favorable para introducir el producto, utilizando como estrategia los puntos de venta más concurridos por la sociedad.

Tomando en cuenta que el actual proyecto buscara la manera de aportar al crecimiento económico del país.

6.03 Impacto productivo

Los procesos que se llevara a cabo para la fabricación del producto será: la adquisición y selección de la materia prima, lavado del chocho, esterilización, etiquetado y empaçado con la finalidad de optimizar costos y tiempo.

En la selección de la materia prima en este caso el chocho, no contaminar el medio ambiente si nomas serán residuos orgánicos que otorgaran ingresos para el proyecto, con lo elaboración de otros productos.

Con respecto al lavado del chocho los restantes del agua serán depositados por el alcantarillado ya que no posee químicos que puedan dañar al agua de los ríos, se realizara el mismo proceso con el agua restante de la esterilización.

Por otra parte con los sobrantes ya sea de papel y plástico serán entregados a entidades recicladoras con el fin de que puedan ser reutilizados de otra manera.

6.04 Impacto social

El actual proyecto tiene como fin dar plazas de trabajo además de fomentar la agricultura con la finalidad de cuidar el medio ambiente sin la utilización de maquinaria industrializada y ni el uso de químicos para la producción que pueden ser perjudiciales para la población.

Nutri Tarwi, estará a la van guardia de las políticas económicas, las nuevas tecnologías con la finalidad de realizar estrategias para poseer estabilidad y sostenibilidad en el mercado frente a la competencia.

Uno de los impactos positivos es que el proyecto como es un emprendimiento ayudara para que la sociedad pueda y se atreva a emprender un negocio el cual servirá de guía con la finalidad de buscar otras alternativas de ingresos.

CAPITULO VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

En el presente proyecto se determinó la factibilidad para la producción y comercialización de los productos, siendo ese el objetivo principal, sustentándose de los diferentes estudios tanto económico, técnico y financiero.

Se toma en cuenta la influencia que tiene el impacto ambiental sobre el proyecto que es de minimizar la contaminación es por esta causa que no se necesitara maquinaria industrializada y fomentara el reciclaje por medio de la donación de papel y plástico de las etiquetas y selladoras.

El estudio de mercado se determinó el análisis entre la demanda y oferta dando como resultado la demanda insatisfecha o potencial del proyecto, seguido de la aceptación de los productos en un 96.26% y por ende la viabilidad del mismo el cual demostró la falta de competencia.

El estudio técnico estableció la capacidad y localización óptima de la planta fijando la mano de obra necesaria, además contando con la maquinaria y equipo adecuado para cubrir una parte de la demanda insatisfecha, así como los procesos adecuados para la elaboración del producto.

El estudio financiero reflejó que es rentable la ejecución del proyecto dado que los ingresos son mayores que los costos, el VAN dio positivo con, 9398.11 con una TIR de 30.85% que es mayor al TMAR de 14.81% lo que representa la rentabilidad del proyecto, el cual se determinó que la inversión se cubrirá en un periodo de tres años.

7.02 Recomendaciones

Para la constitución e implementación de la microempresa productora y comercializadora de productos de masa de chocho, se deberá cumplir con las normativas dispuestas por la ley que regula a las Pymes.

Como una oportunidad la falta de competencia sería fundamental potencializar la publicidad del producto, con la finalidad de cubrir las necesidades del consumidor sus gustos y preferencias para un futuro mejorar los procesos productivos.

Estar al día con la tecnología que es una ventaja competitiva frente a la competencia además que ayudara que se minimice costos y tiempos porque será más automatizados.

Fomentar el apoyo por parte de entidades financieras a los emprendedores quienes poseen ideas que ayudaran al desarrollo económico, laboral y social.

Bibliografía

- Bachenheimer, H. (01 de 10 de 2010). *Definición de Terminos*. Obtenido de http://drupal.puj.edu.co/files/OI118_Herman_0.pdf
- Agencia Nacional de Regulacion y Control y Vigilancia Sanitaria. (15 de 06 de 2016). *Agencia Nacional de Regulacion y Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Alianza para el Emprendimiento e Innovación. (2014). *AEI*. Recuperado el 07 de 12 de 2016, de <http://aei.ec/emprendedor-2/somos/>
- Alternativos. cl. (17 de 06 de 2012). *El chocho: alimento ecuatoriano rico en preteinas superior a la quinua*. Obtenido de <http://www.alternativos.cl/2012/06/17/el-chocho-alimento-ecuatoriano-rico-en-proteinas-superior-a-la-quinua/>
- Aula Facil S.L. (2016). *Aula Facil*. Obtenido de <http://www.aulafacil.com/cursos/l19859/empresa/emprender/planes-de-negocio/los-competidores>
- Avilés Bravo, F., & Miranda Jiménez, J. (11 de 04 de 2010). *Definición de Inversión*. Obtenido de <http://tesisugto.blogspot.com/2010/01/1.html>
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Mexico D.F: Mc Graw-Hill.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Banco Central del Ecuador. (31 de 05 de 2016). *Estadísticas Económicas*. Recuperado el 11 de 07 de 2016, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-economicas>
- Banco Galicia. (03 de 04 de 2013). *Buenos Negocios*. Obtenido de <http://www.buenosnegocios.com/notas/324-las-4-p-del-marketing>
- Best Business Service. (2001). *Curso de planificación estratégica*. Obtenido de <http://www.todoempresa.com/Cursos/Planificacion%20Estrategica%20demo/Factores%20politicos.htm>
- Boulanger, F., & Gutiérrez, C. (2007). *Costos Industriales*. Costa Rica : Tecnológica de Costa Rica .
- Cáceres, I. (30 de 03 de 2011). *Gestión Administrativa*. Obtenido de <http://gestion-admtiva.blogspot.com/2011/03/la-planeacion-estrategica.html>
- Castaño, D. (2003). *Administración Financiera*. Manizales: Universidad Nacional de Colombia.
- Comercio y Aduanas. (2015). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/120-que-es-importar>
- Crece Negocios. (21 de 06 de 2014). *Crece Negocios*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>
- Ecuador en cifras. (15 de 07 de 2016). *INEC publica cifras del mercado laboral de junio 2016*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-publica-cifras-del-mercado-laboral-de-junio-2016/>

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

- El Comercio. (22 de 11 de 2014). *Científicos revelan propiedades medicas del chocho y del mortiño*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/cientificos-revelan-propiedades-medicas-chocho.html>
- Emprendedores. (21 de 03 de 2012). *Emprendedores*. Obtenido de <http://www.emprendedores.es/gestion/como-hacer-un-dafo/como-hacer-un-dafo2>
- Escobar, H. (2003). *Análisis de Costo para Hortalizas Ecológicas*. Bogotá, Colombia: Fundación Universidad de Bogotá.
- Fosado Juaréz, I. (15 de 06 de 2011). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/57881136/CONCEPTO-DE-PROVEEDOR>
- Fundación Televisa. (2015). *Fundación Televisa*. Obtenido de <https://www.fundaciontelevisa.org/valores/que-son-los-valores>
- García Córdoba, F. (2004). *El Cuestionario*. México D.F: Limusa.
- Gudiño, J. (2009). *Glosario Contable y Financiero*. Bogotá: Clásico Digital.
- Guzmán Maldonado, L. (01 de 01 de 2014). *Mano de Obra*. Obtenido de <file:///C:/Users/Cecilia%20Pc/Downloads/MANO%20DE%20OBRA%202014.pdf>
- Haime Levy, L. (2005). *Planeación Financiera en la Empresa Moderna*. México: ISEF.
- Heinemann, K. (2003). *Introducción a la Metodología de la Investigación Empírica*. España: Paidotribo.
- Hernández Rivera, A. (24 de 01 de 2012). *Macro y micro localización*. Obtenido de <http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html>
- Hernández, A. J. (17 de 10 de 2005). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/cuentas-contables-clasificacion-concepto-y-descripcion/>
- Hernández, P. (18 de 11 de 2008). *Los Factores Legales*. Obtenido de <http://factoreslegales.blogspot.com/>
- Horngren, C., Datar, S., & Foster, G. (2007). *Contabilidad de Costos un Enfoque Gerencial*. México: Pearson Educación.
- Icart Isern, T., Fuentelsaz Gallego, C., & Pulpón Segura, A. (2006). *Elaboración y Presentación de un Proyecto de Investigación y una Tesina*. España: Graficas Rey S.L.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (04 de 03 de 2013). *Pro Ecuador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2016). *Guía para la Presentación de Proyectos*. México: Siglo Veintiuno. Recuperado el 02 de 11 de 2016, de <https://books.google.com/books?id=344NPac94TsC&printsec=frontcover&dq=segun+ILPES+QUE+ES+UN+ESTUDIO+FINANCIERO&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjUklrexYvQAhUHMSYKHUQvBUAQ6AEIJDAA#v=onepage&q=segun%20ILPES%20QUE%20ES%20UN%20ESTUDIO%20FINANCIERO&f=false>
- Loaiza, J. (25 de 06 de 2012). *SlideShare*. Recuperado el 03 de 11 de 2016, de <http://es.slideshare.net/lori6802/costos-directos-indirectos>
- Manene, L. M. (28 de 07 de 2011). *Los Diagramas de Flujo*. Obtenido de <https://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/07/28/los-diagramas-de-flujo-su-definicion-objetivo-ventajas-elaboracion-fases-reglas-y-ejemplos-de-aplicaciones/>

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

- Mankiw, G. (2009). *Principios de Economía*. Madrid: Paraninfo.
- Martán, M. (01 de 06 de 2011). *Factores economicos de la empresa*. Obtenido de <http://www.gestion.org/economia-empresa/3359/factores-economicos-en-la-empresa/>
- Mendoza Guerra, J. (2011). *Decisiones Estratégicas Macroadministración*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano. (05 de 05 de 2016). *Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano*. Obtenido de <http://www.conocimiento.gob.ec/el-chocho-es-una-alternativa-para-una-mejor-alimentacion-de-los-ecuatorianos/>
- Moreno, M. (07 de 07 de 2010). *El blog Salmón*. Obtenido de <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2016). Conozca sobre la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE). *Noticias Quito*.
- Navarrete, L., Mogollon, A., Samamed, J., Delgado, E., & Vargas, I. (2005). *Introduccion a las Tecnicas Cualitativas de Investigacion aplicadas en salud*. España: Universitat Autonoma de Barcelona.
- Nunes, P. (31 de 12 de 2015). *Gestión Comercial*. Obtenido de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestion-comercial/>
- Organización Internacional del Trabajo. (2013). Resolución sobre estadísticas del trabajo, la ocupación y la subutilización de la. *Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo, 19na*. Ginebra.
- Peréz Díaz, J. (15 de 06 de 2010). *Apuntes de Demografía*. Obtenido de <https://apuntesdedemografia.com/curso-de-demografia/que-es-poblacion-en-demografia/>
- Pérez, R. (2012). *Mano De Obra Contabilidad De Costos*. Caracas.
- Pérez, R., Saura, L., & Casals, M. (2009). *Gestion de Empresas de Comunicacion*. Sevilla: Comunicacion Social.
- Pixel Creativo. (04 de 10 de 2011). *Pixel Creativo*. Obtenido de <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>
- Portugal Flores, M. (04 de 2007). *PromoNegocios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>
- Prospectiva y Previsión. (05 de 07 de 2014). *Los principios y valores en una organización*. Obtenido de <https://prosprev.com/2014/07/05/los-principios-y-valores-en-una-organizacion/>
- Revista El Agro. (2012). El cultivo del chocho y el clima del Ecuador. *Revista El Agro*.
- Sapag Chain, N. (2007). *Proyectos de Inversion Formulación y Evaluación*. Mexico, Mexico: Pearson Educacion de Mexico.
- Sarmiento, R. (2006). *Contabilidad General*. Quito: Voluntad.
- Semplades. (06 de 24 de 2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

- Servicio de Rentas Internas. (2016). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- Sulser Valdéz, R., & Pedroza Escandón, J. (2004). *Exportaciones Efectivas* (Vol. 2da). Mexico: ISEF.
- Superintendencia de Bancos. (2009). *Superintendencia de Bancos*. Recuperado el 11 de 07 de 2016, de http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2
- Talaya, E., Miranda, J., Gonzáles, J., Pascual, C., Lara, E., & Vasquez, M. (2008). *Principios de Marketing*. España: ESIC.
- Thompson, I. (05 de 2006). *Promonegocios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Thompson, I. (06 de 2009). *Promonegocios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Tipan, C. (08 de 01 de 2016). *La Oferta*. Obtenido de https://prezi.com/g_gf0l426ywu/la-oferta/
- Torres Correa, C. (05 de 12 de 2012). *Gestión operativa de las organizaciones*. Obtenido de <http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>
- Vásquez Rojas, C. (23 de 10 de 2012). *Estructura organizacional, tipos de organizacion y organigramas*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>
- Velez, D. (06 de 09 de 2012). *Planificar, organizar, dirigir y controlar*. Obtenido de <http://bienadministrar.blogspot.com/2012/09/esta-definicion-se-subdivide-en-cinco.html>
- Vértice S.L. (2008). *Análisis de Mercados*. España: Vértice.
- Wind, D. (2013). *El diccionario completo de terminos Hipotecarios y Financiamiento con explicacion simple*. United States: Atlantic Publishing Group.
- Zapata Sanchez, P., & Zapata Sanchez, M. (2009). *Introducción a la Contabilidad y Documentos Mercantiles*. Quito, Pichincha, Ecuador: Maya. Recuperado el 03 de 11 de 2016

IMPULSAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ALIMENTARIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MASA DE CHOCHO, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.