



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

TEMA

APORTAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAKE-POPS
A BASE DE QUÍNOA Y NUEZ UBICADA EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO SECTOR DE LA LOMA GRANDE
PARROQUIA CENTRO HISTORICO AÑO 2017.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en

Administración Bancaria y Financiera

AUTOR: ADRIANA ELIZABETH MOPOSITA ROJANO

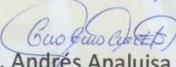
TUTOR: ING. ANDRÉS ANALUISA

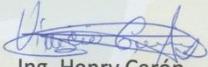
QUITO, OCTUBRE 2017

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **MOPOSITA ROJANO ADRIANA ELIZABETH** de la carrera de Administración Bancaria y Financieras cuyo tema de investigación fue: **APORTAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAKE-POPS A BASE DE QUÍNOA Y NUEZ UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SECTOR LA LOMA GRANDE PARROQUIA CENTRO HISTÓRICO AÑO 2017**. Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.


Ing. Andrés Analuisa
Tutor del Proyecto


Ing. Henry Cerón
Lector del Proyecto


Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación


Ing. Fernando Buitrón
Director de Escuela

Matriz:
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

Campus 1:
Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

Campus 2:
Bracamoros N15-163 y
Yacuambi (esq.)
Telf.: 2262041

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

Campus 4:
Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros

DECLARATORIA

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



Adriana Elizabeth Moposita Rojano

CC 171856692-8

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Adriana Elizabeth Moposita Rojano** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No **171856692-8** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: "En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado: " **Elaboración y comercialización de cake-pops a base de quínoa y nuez**" con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE Adriana Elizabeth Moposita Rojano

CEDULA CC 171856692-8

Quito, 22 de Septiembre del 2017

APORTAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAKE-POPS A BASE DE QUÍNOA Y NUEZ UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SECTOR DEL LA LOMA GRANDE PARROQUIA CENTRO HISTORICO AÑO 2017.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios porque me brindo muchas bendiciones durante el transcurso de mi vida estudiantil. A mi familia por su apoyo incondicional porque fueron quienes estuvieron ahí en todo momento para mí.

Agradezco a mi querido Instituto porque me abrieron las puertas para que yo pudiera culminar una etapa más en mi vida profesional a mis licenciados porque sin ellos no hubiera obtenido los conocimientos necesarios, a mi tutor de tesis el Ing. Andrés Analuisa porque me brindó sus conocimientos con mucha paciencia y siempre dispuesto a ayudar para cualquier inquietud.

DEDICATORIA

Mi tesis es dedicada especialmente a mi madre porque estuvo conmigo en buenos y malos momentos ya que ella día a día me enseñó que sin esfuerzo no conseguiría nada gracias por ser mi ejemplo, mi motor para que yo nunca me rindiera a pesar de todos los obstáculos que se me atravesasen en la vida, a mi familia a mi padre porque fueron quienes siempre me apoyaron para cumplir mis metas

A mi hijo porque él fue uno más de los motivos para que yo saliera adelante y a mi marido porque él ha estado en buenos y malos momentos apoyándome para que no me rindiera y pueda culminar mis estudios.

A Dios porque ha estado conmigo día a día brindándome ánimos, fuerzas, paciencia y perseverancia para salir adelante y nunca rendirme.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO	I
ACTA DECLARATORIA DE AUTORIA	II
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	III
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA	V
RESUMEN EJECUTIVO	XV
ABSTRAC	XVI
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1 Justificación	1
1.2 Antecedentes	2
CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL	4
2.1 AMBIENTE EXTERNO	4
2.1.1 Factor Económico	4
2.1.1.01 Inflación	4
2.1.1.03 Producto Interno Bruto PIB	6
2.1.1.04 Pib Sectorial	7
2.1.1.05 Riesgo País	8
2.1.1.06 Tasa de Interés	9
2.1.1.07 Tasa de Interés Activa	9
2.1.1.08 Tasa de Interés Pasiva	10
2.1.2 Factor Social	11
2.1.3 Factor Legal	14
2.1.3.01 Registro Único de Contribuyente	15

2.1.3.02 Patente Municipal	15
2.1.3.03 Cuerpo de Bomberos.....	15
2.1.3.04 Certificado de Salud.....	16
2.1.3.05 Habilitación de Establecimientos Nuevos.....	16
2.1.4 Factor Tecnológico	16
2.2 ENTORNO LOCAL	17
2.2.1 Clientes	17
2.2.2. Proveedores.....	18
2.2.3 Competidores	18
2.3 ANÁLISIS INTERNO.....	19
2.3.1 Propuesta Estratégica	19
2.3.1.1 Misión	19
2.3.1.2 Visión.....	19
2.3.1.3 Objetivos	20
2.3.1.3.1 Objetivo General	20
2.3.1.3.2 Objetivos Especifico	20
2.3.1.4. Principios y Valores	20
2.3.2 Gestión Administrativa	21
2.3.3 Gestión Operativa	22
2.3.4 Gestión Comercial	23
2.3.4.01 Marketing mix.....	24
2.3.4.02 Producto	24
2.3.4.03 Descripción del Producto	24
2.3.4.04 Slogan	24
2.3.4.05. Logotipo.....	25
2.3.4.06 Precio	25
2.3.4.07 Plaza.....	26

2.3.5 Canales de distribución	26
2.3.5.01 Promoción	26
2.3.5.02 Estrategias de Comercialización	27
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO	28
3.1 ANALISIS DEL CONSUMIDOR	28
3.1.1 Determinación de la población y muestra	28
3.1.2 Técnicas de obtención de información	29
3.1.3 Análisis de la información	30
3.1.3.01 Resultados de la encuesta	31
3.2 DEMANDA	39
3.2.1 Demanda Histórica	39
3.2.2 Demanda Actual	39
3.2.3 Demanda Proyectada	41
3.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS	41
3.4 OFERTA	42
3.4.1 Oferta Histórica	42
3.4.2 Oferta Actual	42
3.4.3 Oferta Proyectada	43
3.5 BALANCE OFERTA-DEMANDA	43
3.5.1 Balance Actual	43
3.5.2 Balance proyectado	44
CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO	45
4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	45
4.1.1 Capacidad Instalada	45
4.1.2 Capacidad Utilizada	45
4.2 LOCALIZACIÓN	46
4.2.1 Macro Localización	46

4.2.2 Localización Óptima	47
4.2.3 Micro Localización	48
4.3 INGENIERÍA PRODUCTO	48
4.3.1 Bienes y Servicios	48
4.3.1.1 Producto	48
4.3.1.2 Descripción del Producto	49
4.3.2 Distribución de la Planta	49
4.3.2.1 Área Administrativa	49
4.3.2.2 Área de Recepción de Materia Prima	49
4.3.2.3 Área de Producción	49
4.3.2.3.1 Área de Atención al Cliente	50
4.3.2.3.2 Área de Ventas	50
4.3.2.3.3 Plano de Negocios	50
4.3.3 Proceso Productivo	52
4.3.3.1 Diagrama de Flujo.....	53
4.3.4 Maquinaria Y Equipo.....	54
CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO.....	55
5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....	55
5.1.2 Ingresos No Operacionales	55
5.2 COSTOS	55
5.2.1 Costos Directos	55
5.2.2 Costos Indirectos.....	56
5.1.2.1 Calculo Ingresos Operacionales.....	58
5.2.3 Gastos Administrativos.....	59
5.2.4 Gastos De Ventas.....	61
5.2.5 Costos Financieros	62
5.3 INVERSIONES	63

5.3.1 Inversión Fija	63
5.3.1.1 Activos Fijos	63
5.3.1.2 Activos Nominales	64
5.3.2 Capital de Trabajo	64
5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos	64
5.3.4 Amortización de Financiamiento	65
5.3.5 Depreciaciones	67
5.3.6 Estado de Situación Inicial	68
5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)	68
5.3.8 Flujo de Caja	69
5.4 EVALUACIÓN	70
5.4.1 Tasa de descuento	70
5.4.2 Van	71
5.4.4 TIR	72
5.4.5 PRI	73
5.4.6 Relación Costo Beneficio (RBC)	74
5.4.7 Punto de Equilibrio	76
CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE IMPACTOS	82
6.1. Impacto Ambiental	82
6.2. Impacto Económico	82
6.3. Impacto Productivo	83
6.4. Impacto Social	83
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
7.1 Conclusiones	84
7.2 Recomendaciones	85
ANEXOS	86
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación	4
Tabla 2 Inflación por Ciudades	5
Tabla 3 Pib en Millones	6
Tabla 4 Pib Sectorial	7
Tabla 5 Riesgo País.....	8
Tabla 6 Tasa de Interés Activa.....	10
Tabla 7 Tasa de Interés Pasiva	11
Tabla 8 Desempleo	12
Tabla 9 Subempleo	13
Tabla 10 Pea.....	14
Tabla 11 Clientes	17
Tabla 12 Clientes Potenciales	17
Tabla 13 Proveedores.....	18
Tabla 14 Competidores	19
Tabla 15 Perfil puesto a cargo	21
Tabla 16 Perfil puesto a cargo	22
Tabla 17 Perfil puesto a cargo	23
Tabla 18 Plaza.....	26
Tabla 19 Población	28
Tabla 20 Género.....	31
Tabla 21 Edad	31
Tabla 22 Pregunta 1	32
Tabla 23 Pregunta 2	33
Tabla 24 Pregunta 3	34
Tabla 25 Pregunta 4	34
Tabla 26 Pregunta 5	35
Tabla 27 Pregunta 6	36
Tabla 28 Pregunta 7	37
Tabla 29 Pregunta 8	38

Tabla 30 Datos para calcular la demanda	40
Tabla 31 Población de aceptación del proyecto.....	40
Tabla 32 Población frecuencia de compra	40
Tabla 33 Calculo demanda actual	40
Tabla 34 Demanda Proyectada	41
Tabla 35 Oferta Actual.....	43
Tabla 36 Oferta Proyectada.....	43
Tabla 37 Balance Actual.....	44
Tabla 38 Balance Proyectado.....	44
Tabla 39 Capacidad Instalada	45
Tabla 40 Capacidad Utilizada	46
Tabla 41 Localización Optima	47
Tabla 42 Distribución de planta	50
Tabla 43 Simbología	52
Tabla 44 Maquinaria y Equipo.....	54
Tabla 45 Materia prima directa.....	56
Tabla 46 Costo unitario mano de obra directa	57
Tabla 47 Costos indirectos	57
Tabla 48 Costo unitario de producción	58
Tabla 49 Costo unitario de producción	58
Tabla 50 Proyección de las ventas por cada año.....	58
Tabla 51 Proyección del costo por producir por cada año	59
Tabla 52 Gasto Sueldo Gerente	59
Tabla 53 Gasto sueldo contador.....	59
Tabla 54 Gasto Arriendo.....	60
Tabla 55 Gasto suministros de oficina.....	60
Tabla 56 Gasto servicios básicos	60
Tabla 57 Proyección gastos administrativos	60
Tabla 58 Gasto personal de ventas.....	61
Tabla 59 Gasto publicidad	61
Tabla 60 Proyección gasto de ventas	62
Tabla 61 Comparativa de intereses	62
Tabla 62 Activos fijos.....	63
Tabla 63 Activos Nominales.....	64

Tabla 64 Capital de trabajo	64
Tabla 65 Inversiones	65
Tabla 66 Condiciones de préstamo	65
Tabla 67 Amortización	65
Tabla 68 Depreciación de activos	67
Tabla 69 Estado de situación inicial	68
Tabla 70 Estado de resultados proyectado	69
Tabla 71 Flujo de caja	70
Tabla 72 TMAR	71
Tabla 73 Valor Actual Neto	71
Tabla 74 cálculo de la tir	72
Tabla 75 Periodo de la recuperación de la inversión	73
Tabla 76 PRI inversionista	74
Tabla 77 Calculo RBC proyectado	75
Tabla 78 RBC del proyecto	75
Tabla 79 RBC inversionista	75
Tabla 80 RBC del inversionista	76
Tabla 81 Datos del punto de equilibrio	76
Tabla 82 Calculo del punto de equilibrio	76
Tabla 83 Punto equilibrio	77
Tabla 84 Razón de endeudamiento	78
Tabla 85 Relación Patrimonio Activo	78
Tabla 86 Margen Operativo	79
Tabla 87 Margen Neto	79
Tabla 88 Roe	80
Tabla 89 Roa	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Inflación.....	5
Figura 2 Inflación por ciudades	6
Figura 3 Pib en millones	7
Figura 4 Pib Sectorial.....	8
Figura 5 Riesgo País	9
Figura 6 Desempleo	12
Figura 7 Subempleo	13
Figura 8 PEA.....	14
Figura 9 Organigrama Administrativo	21
Figura 10 Organigrama Área Operativa.....	22
Figura 11 Organigrama Gestión Comercial	23
Figura 12 Slogan.....	24
Figura 13 Logotipo	25
Figura 14 Género	31
Figura 15 Edad.....	32
Figura 16 Pregunta N° 1	32
Figura 17 Pregunta N° 2	33
Figura 18 Pregunta N° 3	34
Figura 19 Pregunta N° 4	35
Figura 20 Pregunta N° 5	36
Figura 21 Pregunta N° 6	37
Figura 22 Pregunta N° 7	37
Figura 23 Pregunta N° 8	38
Figura 24 Macro localización	46
Figura 25 Micro localización	48
Figura 26 Plano.....	51
Figura 27 Flujograma.....	53
Figura 28 Punto de equilibrio.....	77

RESUMEN EJECUTIVO

CHIKY CAKE es una microempresa que tiene el objetivo de elaborar y comercializar cake pops a base de quínoa y nuez. Su ubicación será en el sector de la Loma Grande.

La investigación que se realizó recopiló información necesaria para ver la factibilidad del proyecto. Por medio de un estudio de mercado, se aplicó la técnica de la encuesta la cual permitió medir el nivel de aceptación del producto y precio.

El estudio de mercado se realizó mediante la oferta y la demanda obteniendo un análisis para la aplicación del proyecto.

El estudio técnico contiene la localización y micro localización del proyecto, la ingeniería del proyecto, la infraestructura y las funciones que se realizarán en cada área establecida.

En el estudio financiero es donde se puede definir la rentabilidad y la viabilidad de la microempresa a través de indicadores financieros.

Se realizó la evaluación de los posibles impactos que se genera en el producto al momento de implementar la microempresa.

ABSTRAC

Chiky Cake This is a microenterprise, its objective is to prepare and commercialization cake pops, us principal ingredients are quinoa y nut. His ubication are in the sector from Loma Grande. The investigation the research that was carried out showed most valios information for feasibility of this Project For a market investigation the technique was applique is the inquest, this technique allowed to size the aceptation and Price for this product. The study of market was made through the offer and demand was getting a analysis for the application of this project. The technical study incorporates the localization and micro localization from this product, Also it's infrastructures and the functions for determined area. The financial study is when it can define the rentability and its viability of micro Enterprise through financial indicators was realice the evaluation of possibilities impacts generated on the product in the momento to implemet the microenterpri

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

El proyecto de aportar al sector alimenticio mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de cake-pops a base de quínoa y nuez determina ser un emprendimiento enfocado como un modelo de negocio eficiente, rentable e innovador que consiga la satisfacción del mercado potencial y la sostenibilidad del mismo en el tiempo.

En la actualidad, la poca oferta de alimentos saludables, el desarrollo de enfermedades relacionadas al consumo de productos con varios colorante y azúcar, los malos hábitos de alimentación y la necesidad de satisfacer a los consumidores que buscan adquirir un dulce de excelente calidad, a precios accesibles y adicionalmente que sea un producto natural, son factores que relacionados unos con otros han generado que las personas consuman colorantes utilizados en los caramelos y los helados los que pueden provocar cáncer y esterilidad masculina, especialmente si su consumo es en alta dosis, las malas prácticas a la hora de comer no solo provocan problemas a la salud , sino que afectan en la juventud del cuerpo humano y el conformismo de las personas al consumir cualquier producto que este en el mercado sin tomar en cuenta su preparación. Dado esto, el desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de cake-pops a base de quínoa y nuez ya que se pretende crear un

dulce que es bajo en calorías y que todo tipo de cliente podrá consumirlo, mejorar los hábitos de alimentación y así dar a conocer al consumidor los beneficios que la quínoa y la nuez presentan.

El dulce que se ofrecerá al mercado será de gran beneficio para la salud, tendrá costos muy accesibles, por ello es necesario adoptar nuevos métodos y medidas para la atracción de los clientes.

El proyecto está enfocado en generar fuentes de empleo y el crecimiento socio económico del país enfocado en el plan nacional del buen vivir 2013-2017 ya que orienta la conformación de nuevos sectores de la producción con alta productividad competitiva.

1.2 Antecedentes

El cake pop lo inventó un capitán de barco llamado Hanson Gregory en el año 1847. Nacido en Maine, su madre Elizabeth siempre le preparaba unos (tartas aceitosas) para sus viajes. En uno de sus viajes tenía que desocupar sus manos para llevar el timón y se le ocurrió clavar un palito y así se formó el cake pop. (Zambrano, 2012)

Los CAKE POPS son una especie de mini tarta, es una tarta con forma de piruleta. Surgió para aprovechar los restos de recortes de tarta que se mezclaban con frosting o chocolate formando pequeñas esferas o cubos, o cualquier forma que se quiera, antes de darle una capa de cobertura y de decorarla y pincharle con un pequeño palo de piruleta La “inventora” de estos hoy imprescindibles postres es Bakerella, la reina de los cake pops, tuvieron un pico de popularidad entre

2009 y 2011 con el lanzamiento de su libro “Cake Pop” de Bakerella, que apareció en la lista de bestsellers del New York Times. (Sanchez, 2015)

Las bolas de pastel se hicieron tan popular que los panaderos empezaron a hacer ellos desde el principio, sin tener que esperar el momento adecuado para reactivar la torta de cumpleaños de la semana pasada. Esto llevó luego a la carrera del genio que hizo bolas de la torta en la torta hace estallar que sabemos y el amor: por qué no poner una pelota de pastel en un palo Cake pops han venido apareciendo en todo, desde tiendas en línea como Amazon, a panaderías, cafeterías y cocinas domésticas. Y, en gran parte gracias a la generosa creatividad de la reina estallido de la torta a sí misma, Bakerella, que realmente poner la atención en el potencial artístico de los estallidos de la torta, se han convertido en la actual salida al postre, si así lo desea para un tratamiento por la tarde, para la fiesta de cumpleaños de su hijo, para su próximo evento corporativo, o incluso para su boda. (Ramos, 2011).

CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1 AMBIENTE EXTERNO

“Aquellos elementos ajenos a la organización que influyen de manera directa o indirecta el cumplimiento de objetivos, siendo este concepto, la base de la presente investigación.” (Barrios, 2011)

2.1.1 Factor Económico

“Los cambios económicos pueden generar oportunidades o amenazas para los administradores; cuando la economía pasa por un buen momento, las empresas aprovechan la creciente demanda de productos o servicios para disponer de recursos que les permitan crecer o expandirse”. (Barrios, 2011)

2.1.1.01 Inflación

“La inflación se produce cuando la cantidad de dinero aumenta más rápidamente que la de los bienes y servicios; cuanto mayor es el incremento de la cantidad de dinero por unidad de producción, la tasa de inflación es más alta”. (Dominguez, 2004)

Tabla 1
Inflación

Periodo	Porcentaje
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%
abr-17	1,09%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Adriana Moposita

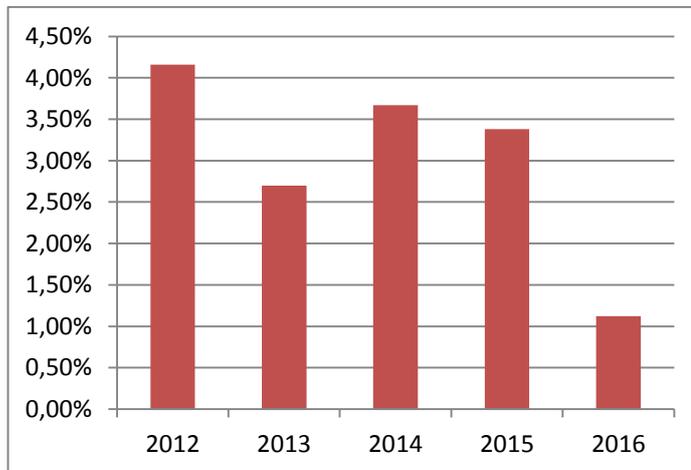


Figura 1 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

Con la información anterior se puede evidenciar que el promedio de los últimos 5 años ha sido de 3.01% siendo en el año 2012 la más alta con un 4,16% y en el 2016 la más baja con un 1,12%. Se puede establecer entonces que el proyecto se desarrollará en un país con inflación controlada.

2.1.1.02 Inflación por Ciudades

Tabla 2

Inflación por Ciudades

Año	Guayaquil	Quito	Cuenca	Ambato	Manta	Esmeraldas	Machala	Loja
2012	3,92%	4,24%	3,93%	5,10%	5,71%	4,24%	3,85%	2,29%
2013	2,94%	2,99%	3,46%	1,98%	2,24%	1,14%	3,74%	3,25%
2014	3,40%	3,89%	3,57%	4,57%	2,83%	3,97%	3,74%	3,30%
2015	3,30%	3,20%	4,29%	3,62%	3,02%	3,91%	3,48%	3,58%
2016	1,12%	1,07%	1,06%	1,12%	0,96%	2,49%	2,41%	0,06%
abr-17	1,76%	0,50%	1,38%	1,30%	1,07%	0,88%	0,79%	0,23%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

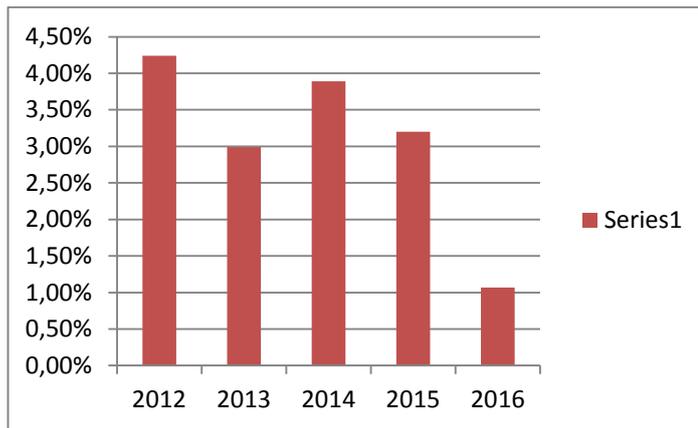


Figura 2 Inflación por ciudades

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

La inflación de la ciudad de Quito ha variado desde el año 2012 al 2016 presentando en el año 2012 una inflación acumulada anual del 4.24% y en el año 2016 un inflación del 1.07%. En los últimos 5 años la inflación en la ciudad capital ha sido del 3.08% como media.

2.1.1.03 Producto Interno Bruto PIB

“Es la suma de todos los bienes y servicios finales que produce un país o una economía, tanto si han sido elaborados por empresas nacionales o extranjeras dentro del territorio nacional, que se registran en un periodo determinado”. (Miner, 2012)

Tabla 3
Pib en Millones

Periodos	Pib	Variación
2012	64106	4,88%
2013	67293	4,97%
2014	70243	4,38%
2015	70354	0,16%
2016	69321	-1,47%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

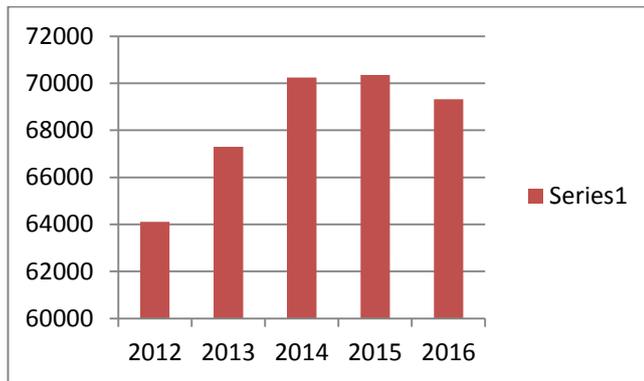


Figura 3 Pib en millones

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

2.1.1.04 Pib Sectorial

El PIB Sectorial es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo en términos globales y por ramas de actividad se deriva de la construcción de la Matriz Insumo Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales. (Banco Central del Ecuador, 2017)

Tabla 4
Pib Sectorial

PIB Sectorial	Crecimiento (2016-2017)
Construcción	0,82
Otros servicios	0,42
Comercio	0,38
Manufactura	0,3
Agricultura	0,26
Transporte	0,12
Electricidad y agua	0,09
Pesca	0,04
Refinación de petróleo	0,03

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

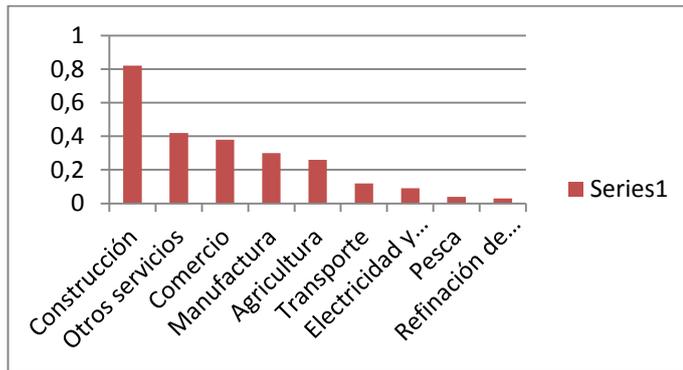


Figura 4 Pib Sectorial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

La tasa de crecimiento del PIB sectorial a la que pertenece la empresa es la manufactura ya que se transforma la materia prima en productos terminados para el consumo del ser humano.

2.1.1.05 Riesgo País

“El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras”. (Córdoba, 2001)

Tabla 5
Riesgo País

Mes	Puntos
Junio	913
Julio	877
Agosto	863
Septiembre	845
Octubre	743
Noviembre	736
Diciembre	647
Enero	590
Febrero	572
Marzo	666
Abril	667
25-may	658

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

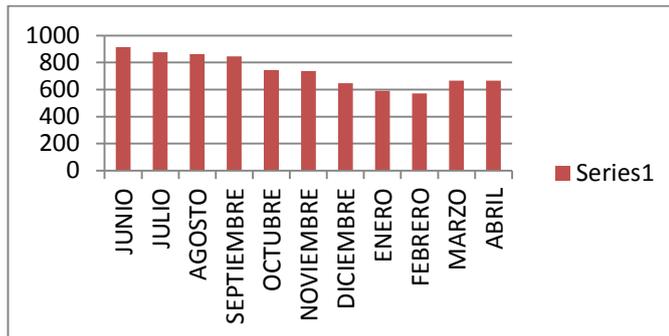


Figura 5 Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

En los últimos años la Tasa del Riesgo País ha tenido un incremento positivo ya que desde el mes de marzo no ha variado mucho el puntaje, además el Riesgo País es uno de los indicadores que permite a los inversores conocer si es aplicable o rentable una inversión alta dentro del país.

2.1.1.06 Tasa de Interés

“La tasa de interés es el porcentaje que se aplica a una cantidad monetaria que denominamos capital, y que equivale al monto que debe cobrarse o pagarse por prestar o pedir prestado dinero”. (Ortíz, 2001)

2.1.1.07 Tasa de Interés Activa

Todo activo representa un bien, tangible o intangible, que se utiliza para obtener algún tipo de beneficio. Por lo que, cada vez que una institución financiera emite una deuda a alguien entonces recibe el beneficio de la tasa de interés que tiene que pagar dicha persona o empresa durante el período del préstamo. (Ortíz, 2014)

Tabla 6
Tasa de Interés Activa

Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial Para el Segmento	% Anual	Tasa Activa Efectiva Máxima Para el Segmento	% Anual
Productivo corporativo	7,78	Productivo Corporativo	9,33
Productivo empresarial	9,78	Productivo Empresarial	10,21
Productivo PYMES	11,53	Productivo PYMES	11,83
Comercial Ordinario	8,08	Comercial Ordinario	11,83
Comercial Prioritario Corporativo	7,72	Comercial Prioritario Corporativo	9,33
Comercial Prioritario Empresarial	9,62	Comercial Prioritario Empresarial	10,21
Comercial Prioritario PYMES	10,61	Comercial Prioritario PYMES	11,83
Consumo Ordinario	16,82	Consumo Ordinario	17,3
Consumo Prioritario	16,63	Consumo Prioritario	17,3
Educativo	9,5	Educativo	9,5
Inmobiliario	10,55	Inmobiliario	11,33
Vivienda de Interés Público	4,98	Vivienda de Interés Público	4,99
Microcrédito Minorista	28,04	Microcrédito Minorista	30,5
Microcrédito de Acumulación Simple	25,07	Microcrédito de Acumulación Simple	27,5
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21,6	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25,5
Inversión Pública	8,37	Inversión Pública	9,33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

Dadas las características del proyecto se debe analizar la tasa que pertenece al segmento Productivo Pymes misma que se ubica en el 11,83%. Si la tasa activa baja es positivo para la empresa porque reduce el costo del dinero y mejora el acceso al préstamo y si presenta un incremento es negativo dado que aumenta el costo del dinero y limita el acceso al préstamo.

2.1.1.08 Tasa de Interés Pasiva

“La tasa de interés pasiva, desde el punto de vista de una institución financiera, representa los compromisos de inversión que asume por parte de sus clientes”. (Ortíz, 2014).

Tabla 7
Tasa de Interés Pasiva

Tasas de Interés Pasivas Efectivas Promedio por Instrumento			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a Plazo	4,8	Depósitos de Ahorro	1,16
Monetarios	0,59	Depósitos de Tarjeta Habientes	1,21
Operaciones de Reporto	0,1		
Tasas de Interés Pasivas Efectivas Referenciales por Plazo			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3,41	Plazo 121-180	4,84
Plazo 61-90	3,89	Plazo 181-360	5,48
Plazo 91-120	4,84	Plazo 361 y más	7,12

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

La tasa que se debe tomar para el análisis es aquella que pertenece al plazo de 361 la misma que es del 7,12%. Si la tasa de interés pasiva incrementa genera un efecto positivo porque mejora las condiciones y ganancias del interés y si decrece es negativo porque reduce las ganancias del interés.

2.1.2 Factor Social

Es el más importante ya que influye en todos los aspectos tanto económicos como políticos porque comprende a toda la sociedad tanto en su forma de organizarse como equipo dentro de la empresa y en el mercado, es decir como relacionarse con los clientes. Para obtener un beneficio económico en la administración de una empresa. (Méndez, 2010)

El factor social es muy importante en la empresa ya que se debe conocer todo aquello que afecte de manera directa ya sea en la creación de productos o servicios.

Los indicadores a analizar son:

2.1.2.01 Tasa de Desempleo

La tasa de desempleo mide la proporción de personas que buscan trabajo sin encontrarlo con respecto al total de personas que forman la fuerza laboral. Por lo tanto, la tasa de desempleo puede definirse como la razón entre el número de personas desempleadas y la fuerza laboral. (Castillo, 2002)

Tabla 8
Desempleo

Año	Desempleo	Porcentaje
2012	276.174	4,12%
2013	288.745	4,15%
2014	273.414	3,80%
2015	357.892	4,77%
2016	410.441	5,21%
Abril/2017	355.414	4,40%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

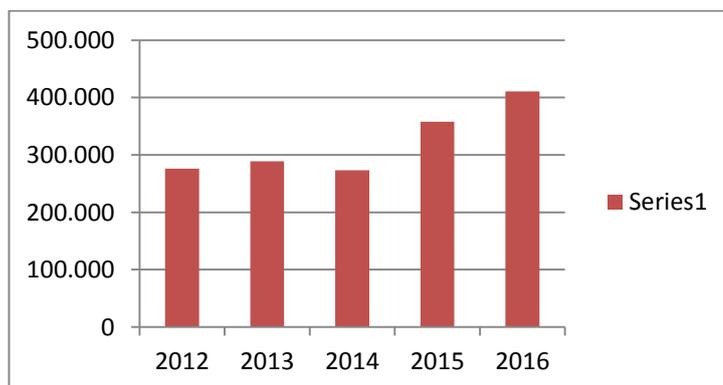


Figura 6 Desempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

Con los datos anteriores se puede analizar que el desempleo en el año 2016 ha tenido un incremento de 410.441 puntos y en el año 2014 una baja con 273.414 puntos. Se puede establecer entonces que mientras exista el desempleo la empresa podrá contratar un personal que esté dispuesto a ganar un sueldo básico y con ello la empresa genera más fuentes de trabajo a un sueldo bajo.

2.1.2.02 Tasa de Subempleo

“El subempleo es aquella situación en la cual un trabajador es empleado en un puesto inferior al que estaría capacitado en ocupar”. (Ucha, 2014)

Tabla 9
Subempleo

Año	Subempleo	Porcentaje
2012	603.890	9,01%
2013	809.269	11,64%
2014	925.774	12,87%
2015	1.050.646	14,01%
2016	1.564.825	19,87%
Abril/2017	1.726.030	21,35%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

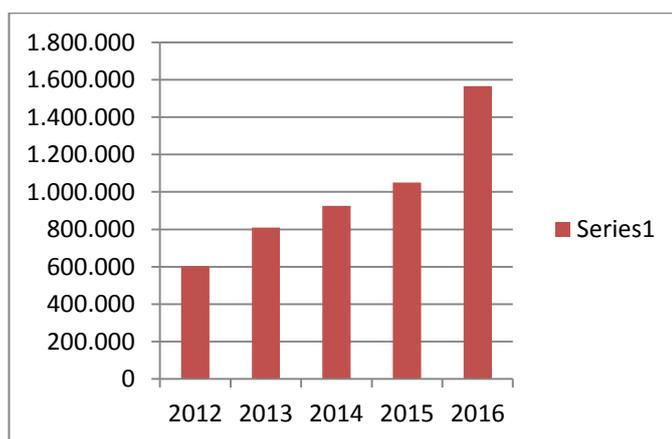


Figura 7 Subempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

El subempleo en el año 2016 ha tenido un incremento de 1564.825 puntos lo que indica que en el país existen personas que trabajan por medio tiempo ya que en las empresas les conviene pagar solo por horas.

2.1.2.03 Población Económicamente Activa

“Es el conjunto de personas que, en una sociedad determinada, ejercen habitualmente una actividad económica o están en aptitud de trabajar aunque se

encuentren momentáneamente sin ocupación por causas ajenas a su voluntad”.

(Borja, 2012)

Tabla 10
Población Económicamente Activa

Periodo	PEA
2012	6.701.014
2013	6.952.986
2014	7.194.521
2015	7.498.528
2016	7.874.021
Marzo/2017	8.084.382

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

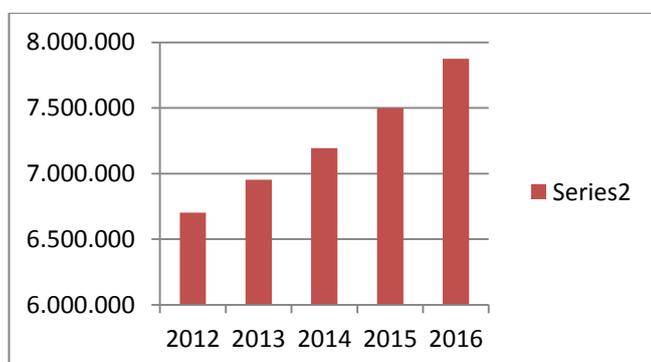


Figura 8 Población Económicamente Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Adriana Moposita

La población económicamente activa en el año 2016 ha tenido un incremento de 7.874.021 lo que indica que siempre va a ir aumentando ya que todos los días los jóvenes cumplen sus 18 años y ya se incorporan al mercado de trabajo.

2.1.3 Factor Legal

“Se refiere a las normas legales (Leyes, Decretos, Ordenanzas, resoluciones) que estén en vigencia, o que estén en curso en el Congreso, Asambleas, Municipios, gobierno central o local y las Instituciones descentralizadas o Departamentos administrativos”. (Botero, 2010)

El factor legal es importante porque de este se rigen diferentes entes de control y demás permisos que se debe obtener para la apertura de un negocio dentro del Ecuador.

El presente proyecto dado sus características se considera adecuado constituirlo como persona natural con contabilidad. En este sentido, es necesario cumplir con los siguientes permisos.

2.1.3.01 Registro Único de Contribuyente

Cédula original del solicitante.

Papeleta de votación original del solicitante.

Contrato de arrendamiento (de ser el caso).

Registro del contrato de arriendo ante el inquilinato.

Formato de registro emitido por el SRI.

Al momento de aperturar el RUC se establece la razón social y el nombre comercial.

Estos son:

Razón social: Adriana Elizabeth Moposita Rojano

Nombre Comercial: Chiky Cake

2.1.3.02 Patente Municipal

Formulario de inscripción

Copia de cédula y papeleta de votación

Copia del RUC

Dirección de correo electrónico

2.1.3.03 Cuerpo de Bomberos

Informe del inspector

Copia de cédula del propietario

Copia de la patente municipal

Copia del RUC

Copia contrato de arriendo

2.1.3.04 Certificado de Salud

Cédula y papeleta de votación

2.1.3.05 Habilitación de Establecimientos Nuevos

Solicitud para Permiso de Funcionamiento

Planilla de Inspección

Certificado de Capacitación en manipulación de Alimentos

Copia del RUC

Copia del certificado de salud

Copia de cédula y papeleta de votación

2.1.4 Factor Tecnológico

La aparición de innovaciones técnicas en el mercado, tanto de producto como de procesos, van a permitir a las compañías ser más o menos eficientes, de modo que los factores tecnológicos de una empresa se convierten en un gran diferenciador corporativo a la hora de enfrentarse a la competencia. (Vargas, 2015)

El presente proyecto no necesita tecnología de punta, sin embargo, si requiere de cierta maquinaria y equipo mismo que se encuentran disponibles en el país lo cual es positivo ya que se reducirán gastos y se dinamizará la economía.

2.2 ENTORNO LOCAL

2.2.1 Clientes

Cliente lleva aparejados el acto de pagar y la capacidad de elección. Un cliente es alguien que elige y compra algo. Por el contrario, el usuario es quien recibe el beneficio pretendido del producto, sea o no el comprador del mismo. (Varo, 1994)

Tabla 11
Clientes

Variable	Respuesta
Genero	Masculino/Femenino
Edad	10 a 45
Niveles de Ingreso	Bajo/Medio/Alto
Ubicación	San Blas
Frecuencia de Consumo	Siempre/ Casi Siempre /Nunca
Nivel de Educación	Secundaria/Bachillerato/Superior
Calidad	Buena/ Mala

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Los clientes potenciales del presente proyecto se estiman de la siguiente manera:

Tabla 12
Clientes Potenciales

Cliente	Dirección	Teléfono	Contacto
Panadería Angelita	Manuel j calle n1-43	2588589	Sr. Andrea Cajas
Panadería la Unión	Fernández Madrid n1-50	3172698	Sr. Juan Peralta
Panadería el Girasol	Rocafuerte n1-55	2630694	Sr. Sofía Casa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

El cliente es el eje principal de la microempresa por ello es muy importante satisfacer sus necesidades

2.2.2. Proveedores

“Un proveedor es una entidad física o virtual que tiene el fin de ofrecer un servicio a otra u otras entidades”. (Bembibre, 2009)

Tabla 13
Proveedores

Proveedor	Insumos	Dirección	Teléfono	Contacto
Servidisfraz	Chocolate			
	Colorante			
	Grajeas			
	Nuez	Av. 10 de agosto N1-43	2589589	Ing. Andrea Zambrano
	Palos de chupete			
	Fundas			
	Pirutin			
Flexiplast	Cinta			
	Quinoa en grano			
	Harina de quinoa	Av. 10 de agosto OE11	3172368	Eco. Mariana Taípe
	Huevos			
	Azúcar			

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Es beneficioso para la empresa contar con varios proveedores ya que se podrá elegir una materia prima de excelente calidad

2.2.3 Competidores

“La competencia de una empresa corresponde a aquellos negocios que se enfocan a un público objetivo igual que el nuestro o que ofrecen productos o servicios que se encuentran en nuestra línea de mercado”. (Lema, 2013).

Se realizó un análisis en los alrededores de la posible ubicación del presente proyecto y se evidencio que no existen competidores directos. Sin embargo, al ser un producto con potencial se pueden estimar que en el mediano plazo aparezcan los siguientes competidores.

Tabla 14
Competidores

Competencia
Cake pops-venta
Xocolatl
Choco freak
Chocatto
Sana Tentación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

2.3 ANÁLISIS INTERNO

2.3.1 Propuesta Estratégica

Planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación. (Lozano, 2002)

La gestión estratégica es importante ya que es una herramienta que ayuda a las organizaciones a enfrentar problemas que se presenten en un futuro.

2.3.1.1 Misión

Proporcionar a nuestros clientes un producto de excelencia dando a conocer el dulce llamado “cake pops” por su sabor, presentación, innovación y calidad. Además de brindar el mejor servicio y atención.

2.3.1.2 Visión

Ser para el año 2022 líderes en el mercado de la fabricación de cake pops a través de la elaboración y comercialización del producto, generando fidelidad en nuestros clientes.

2.3.1.3 Objetivos

2.3.1.3.1 Objetivo General

Generar rentabilidad a la empresa ofreciendo un producto de excelente calidad y a precios accesibles.

2.3.1.3.2 Objetivos Especifico

- Apreciar los productos naturales de nuestro país.
- Mediante un estudio determinar la oferta y la demanda del proyecto.
- Concientizar a los consumidores la importancia de consumir productos naturales.
- Mediante un estudio financiero determinar la viabilidad que tendrá el proyecto.

2.3.1.4. Principios y Valores

La empresa se basará en los siguientes principios y valores:

2.3.1.4.1 Principios

- Eficacia
- Eficiencia
- Responsabilidad
- Transparencia
- Participacion

2.3.1.4.2 Valores

- Puntualidad
- Honestidad

2.3.2 Gestión Administrativa

La gestión administrativa es la forma en que se utilizan los recursos escasos para conseguir los objetivos deseados. Se realiza a través de cuatro funciones específicas: planeación, organización, dirección y control. En los casos donde se presentan situaciones algo más complejas para las que se necesitara la acumulación de los recursos materiales en una empresa, la gestión administrativa ocupa un lugar importantísimo para el cumplimiento de los objetivos. (Torres, 2017)

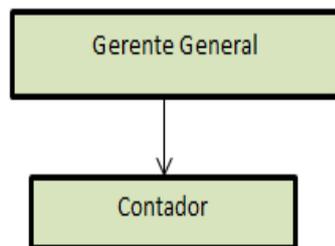


Figura 9 Organigrama Administrativo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 15

Perfil puesto a cargo

Cargo	Gerente
Requisitos	Graduado en Tecnólogo en Administración de empresas.
	Elaborar planes estratégicos.
Funciones	Controlar el cumplimiento de las tareas de organización y trabajo cotidiano.
	Coordinar y evaluar el desempeño, tomando decisiones oportunas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 16
Perfil puesto a cargo

Cargo	Contador
Requisitos	Graduado en Contador Publico Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas
Funciones	Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales Llevar libros contables

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

2.3.3 Gestión Operativa

“Es un proceso por el cual se orienta, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido”, (Torres, 2012)

La gestión operativa es muy importante ya que ahí se emplea esfuerzos para poder cumplir un objetivo dentro de la organización.

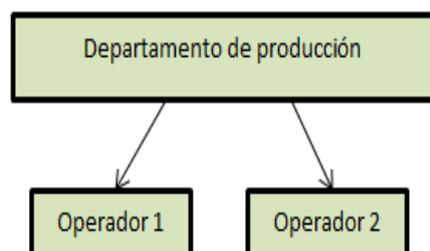


Figura 10 Organigrama Área Operativa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 17
Perfil puesto a cargo

Cargo	Operario
Requisitos	<p>Título Bachiller</p> <p>Utilizar correctamente los equipos y maquinaria asignados para cada operario</p> <p>Cumplir con las normas de seguridad personal e higiene en cada fase del proceso de producción</p>
Funciones	<p>Desarrollar las tareas asignadas en el tiempo que se determine para evitar costos innecesarios y tiempos muertos</p> <p>Comunicar los inconvenientes que se presenten en el proceso de producción</p>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

2.3.4 Gestión Comercial

“La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento del mercado”. (Borja, 2001)

La gestión comercial es la que se encarga de conocer si el producto es del gusto del cliente y el incremento en el mercado.

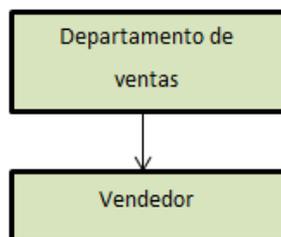


Figura 11 Organigrama Gestión Comercial

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

2.3.4.01 Marketing mix

2.3.4.02 Producto

“Un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor”. (Pérez, 2009)

La microempresa será reconocida por la calidad del producto que estará acorde a las preferencias y gustos de los clientes brindando un cake pop con el diseño que el cliente solicite.

2.3.4.03 Descripción del Producto

La microempresa Chiky Cake se caracterizará por entregar un producto de excelente calidad que sea acorde a los requerimientos del cliente como modelos, sabores y colores ya que se usaran ingredientes como la quínoa y la nuez que son cereales que contienen menor cantidad de hidratos al adquirir el producto se aportará a la matriz productiva ya que se consumirá un producto que será realizado en el Ecuador.

2.3.4.04 Slogan

ELEGANTE POR FUERA NUTRITIVO POR DENTRO

Figura 12 Slogan

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

2.3.4.05. Logotipo



Figura 13 Logotipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

2.3.4.06 Precio

“El precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o un servicio”. (Sulser, 2004)

Existen dos metodologías de fijación de precios una que se llama:

Precio sobra: representa el costo de oportunidad para producir un bien o servicio sin tener un precio de mercado.

Costeo más margen de utilidad: Se calcula el costo más un margen de utilidad.

Luego de analizar las dos metodologías se estableció la opción 2 ya que para poder calcular el precio se toma en cuenta los tres factores que son materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

2.3.4.07 Plaza

La microempresa se ubicará en el sector del Centro Histórico, ya que cuenta con aspectos positivos, los cuáles son la cercanía de los colegios, escuelas y la gran cantidad de turistas que transitan a diario por el centro histórico debido a que el lugar se encuentra rodeado de varios lugares turísticos, lo cual ayudará a que el local sea muy visitado.

Tabla 18
Plaza

Descripción	Información
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Centro Histórico

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

2.3.5 Canales de distribución

“Los Canales de distribución están definidos por las diferentes fases o etapas por las que un producto pasa, de modo que su propiedad va pasando de manos: desde el fabricante al consumidor o usuario final”. (Sánchez, 2016)

La empresa no contará con canal directo de distribución ya que nuestro producto se le entregará de forma directa al consumidor sin necesidad de intermediarios.

2.3.5.01 Promoción

La promoción de un producto consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto o servicios, así como persuadir, motivar o inducir al público a decidirse por su adquisición o uso. (Pérez, 2012)

2.3.5.02 Estrategias de Comercialización

- Redes sociales

Se utilizará la red social facebook mediante publicidad pagada ya que esta red tiene enlace directo con otras redes de alto impacto como instagram y youtube.

- Volantes

Se imprimirán volantes llamativos en los que se den descripciones del producto al igual que imágenes que llamen la atención.

- Tarjetas de presentación

Se les dará a las personas que la soliciten para algún evento especial.

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.1 ANALISIS DEL CONSUMIDOR

“El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo”. (Espinoza, 2010)

3.1.1 Determinación de la población y muestra.

3.1.1.1 Población

“Grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política, y a la acción”. (Pérez, 2008)

Tabla 19
Población

Variable	N° Habitantes
País Ecuador	16776977
Región Sierra	7504942
Provincia Pichincha	3059971
Ciudad Quito	2,644,145
Sector Centro Histórico	46,264
Población Segmentada	30,395

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

3.1.1.2 Muestra

“El término muestra, también es ampliamente utilizado, ya que de ese modo se designa al subconjunto de casos o individuos de una población estadística”. (Ucha, 2009)

Para calcular la muestra se realiza la siguiente formula:

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

Datos:

N= POBLACIÓN	30395
P= % ATRIBUTO DESEADO	50%
Q= % SIN ATRIBUTO DESEADO	50%
E= ERROR DE ESTIMACION ACEPTADO	5%
NC=NIVEL DE CONFIANZA	95%
Z= VALOR Z SEGÚN TABLA	1.96

Aplicación:
$$\frac{(1,96)^2 * 30395 * 0.50 * 0.50}{(0,05)^2 * (30395 - 1) + (1,96^2 * 0.50 * 0.50)}$$

$$\frac{3.84 * 7598.75}{0.0025 * (30394) + 3.8416 * 0.50 * 0.50}$$

$$\frac{29179.20}{76.95}$$

380

Luego de plantear la formula se realizó el cálculo de la muestra, dando un resultado de 380 lo que indica que se deberá realizar la encuesta a esa cantidad personas en el sector del centro histórico.

3.1.2 Técnicas de obtención de información

Existen varias maneras para la recolección de información las cuales son:

3.1.2.01 Información a través de Entrevista

“Es un término que está vinculado al verbo entrevistar (la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas y con un fin determinado)”. (Pérez, 2008)

3.1.2.02 Información a través de Encuesta

Conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones corrientes. (Ucha, 2008)

3.1.2.03 Información a través de Focous Group

“Es un tipo de técnica de estudio empleada en las ciencias sociales y en trabajos comerciales que permite conocer y estudiar las opiniones y actitudes de un público determinado”. (Ucha, 2011)

Para el presente proyecto se utilizara el método de la encuesta ya que con este sistema se puede obtener datos reales para poder determinar de mejor manera la oferta y la demanda que puede tener la elaboración del cake pops a base de quínoa y nuez.

El modelo de encuesta se presenta en el Anexo 1.

3.1.3 Análisis de la información

“Decodificación de datos contenidos en un documento, es ejecutado por un especialista en relación con las operaciones del procesamiento de la información para facilitar la recuperación y acceso a la misma” (Días, 2011).

Después de haber encuestado a las personas se obtuvo los siguientes datos, los cuales se tabularon y graficaron, para una mejor visualización con su respectivo análisis.

3.1.3.01 Resultados de la encuesta

Tabla 20
Género

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	116	30,53
Femenino	264	69,47
Total	380	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

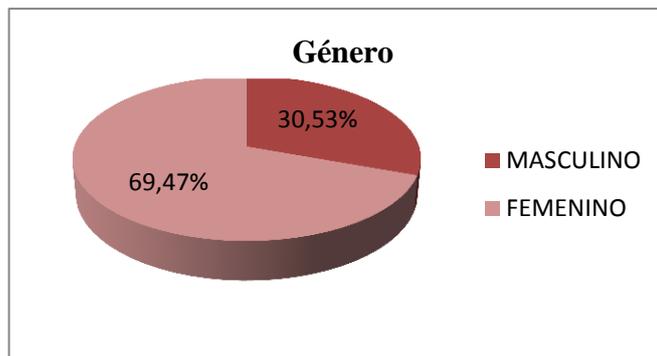


Figura 14 Género

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede observar que el 69,47% de la población encuestada fueron mujeres, dejando en un 30,53% a hombres; ya que las mujeres se encuentran más accesibles para realizar este tipo de encuestas.

Tabla 21
Edad

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
18-28	171	45
29-39	133	35
40 o Mas	76	20
Total	380	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

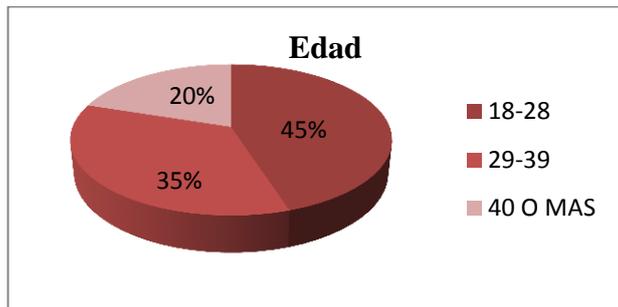


Figura 15 Edad

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

De los datos recopilados de la encuesta se pudo determinar, que el 45% de personas entre los 18 y 28 años de edad, un 35% de personas entre 29 y 39 años, y en un 20% de personas entre 40 o más años de edad; lo cual indica que nuestros consumidores serán personas jóvenes.

1.- ¿Consume usted pastelitos?

Tabla 22

Pregunta 1

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	215	56,58
No	165	43,42
Total	380	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

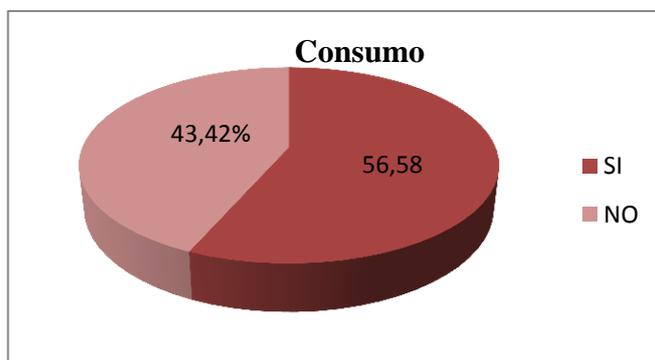


Figura 16 Pregunta N° 1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

De acuerdo al gráfico detallado a continuación, se puede observar que el 56.58% de la población si consume pastelitos, lo cual es positivo para la microempresa ya que el producto si es acogedor en el mercado.

2.- ¿Con qué frecuencia consume usted pastelitos?

Tabla 23
Pregunta 2

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Diario	42	11,05
Semanal	174	45,79
Quincenal	34	8,95
Mensual	50	13,16
Total	300	
N/A	80	21,05
Consolidado	380	100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

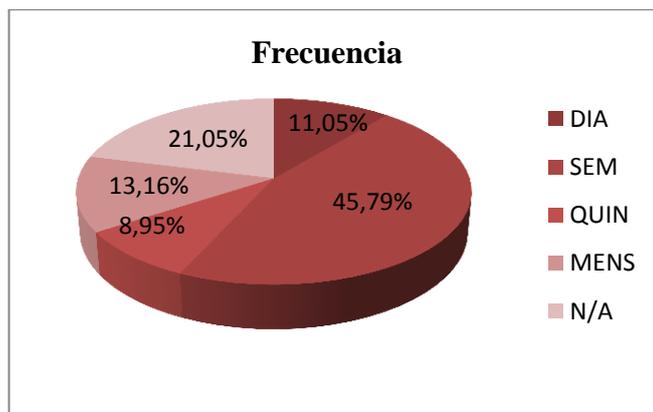


Figura 17 Pregunta N° 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Como lo muestra el gráfico el 45,79% de la población consume pastelitos semanalmente, lo que deja al 13,16% en consumo mensual, el 11,05% diario y el 8,95% quincenal; lo que indica que la población en su mayoría, consume semanalmente.

3.-¿Está usted satisfecho con el pastelito que consume actualmente?

Tabla 24
Pregunta N 3

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	143	37,63
No	157	41,32
Total	300	
N/A	80	21,05
Consolidado	380	100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

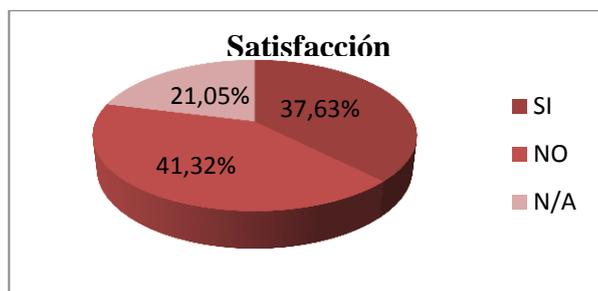


Figura 18 Pregunta N° 3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Con respecto a la pregunta, se determinó que el 37.63% de las personas están satisfechos con los productos que consumen y el 41,32% no están satisfechos con el producto lo que es un ventaja para la empresa ya que el producto que se va a elaborar puede ser del agrado del paladar de los clientes.

4.- ¿Cuánto gasta en promedio en el consumo de pastelito?

Tabla 25
Pregunta 4

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
0.50 A 1.00	70	18,42
1.00 A 1,50	189	49,74
1.50 A 2.00	34	8,95
Más de 2.00	7	1,84
Total	300	
N/A	80	21,05
Consolidado	380	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

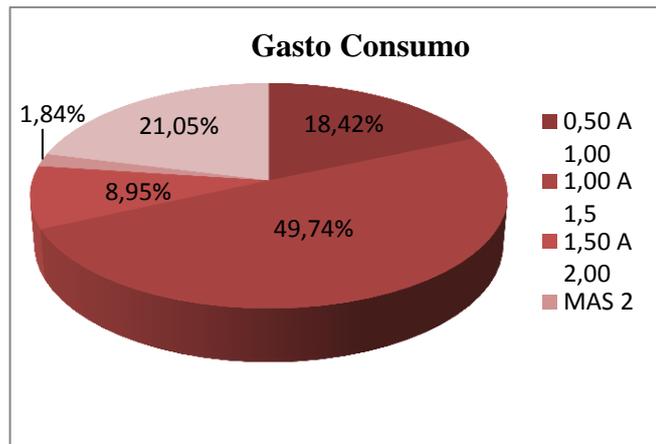


Figura 19 Pregunta N° 4

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Con un total de 49.74% de la población se determinó que el gasto promedio al cual accede para adquirir un pastelito es de \$1.00 a \$1.50, dejando como segunda opción con el 18.42% el valor de \$0.50 a \$1.00; reflejando que la gran cantidad de personas adquieren un pastelito a un precio accesible.

5.- ¿Le gustaría a usted consumir un pastelitos en forma de chupete llamado cake?

Tabla 26
Pregunta 5

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	342	90
No	38	10
Total	380	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

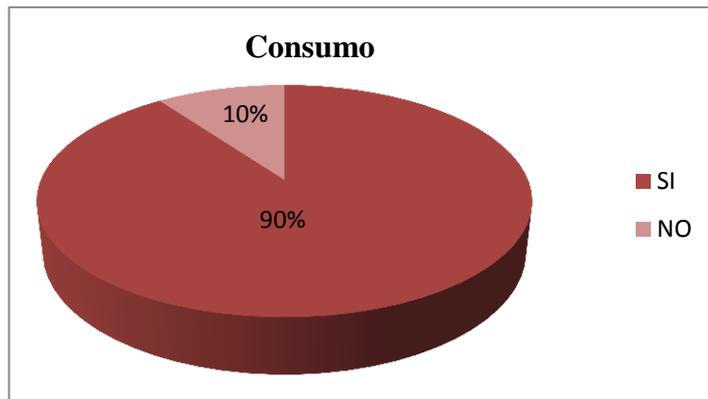


Figura 20 Pregunta N° 5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Como se puede observar en el gráfico anterior el 90% de los encuestados muestran la aceptación de la implementación de una microempresa dedicada a la fabricación de cake pop. Sin embargo cabe mencionar que un 10% de la población no está de acuerdo con la idea.

6.- ¿Que factor/aspecto le impulsa a realizar la compra de pastelito?

Tabla 27

Pregunta 6

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Precio	27	7,11
Cali	85	22,37
Empaquetad	53	13,95
Sabor	114	30,00
Cantidad	63	16,58
Total	342	
N/A	38	10,00
Consolidado	380	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

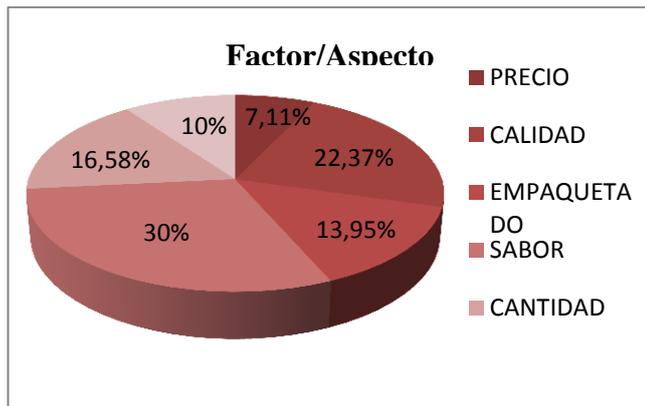


Figura 21 Pregunta N° 6

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

El 30% de los encuestados determinaron que para comprar un pastelito se basan en el sabor del producto, el 22,37%, en la calidad, el 16,58% en la cantidad, el 13,95 en el empaque y el 7,11% en el precio del producto.

7.- ¿Dónde le gustaría ver la publicidad del pastelito?

Tabla 28

Pregunta 7

Indicadores	Porcentaje	Frecuencia
Redes Sociales	177	46,58
Volantes	165	43,42
Total	342	
N/A	38	10
Consolidado	380	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

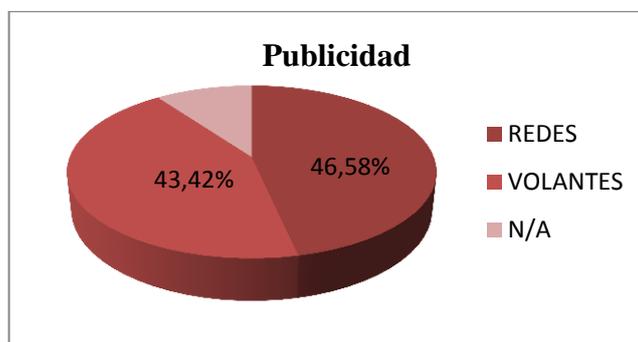


Figura 22 Pregunta N° 7

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Según el gráfico detallado, al disponer de una gama infinita de tecnología, el 46,58% de las personas han optado que les gustaría realizar su pedido por medio de redes sociales y el 43.42% mediante volantes.

8.- Dónde le gustaría adquirir el pastelito?

Tabla 29
Pregunta 8

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Tienda	87	22,89
Islas	27	7,11
Supermercado	54	14,21
Panadería	174	45,79
Total	342	
N/A	38	10
Consolidado	380	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

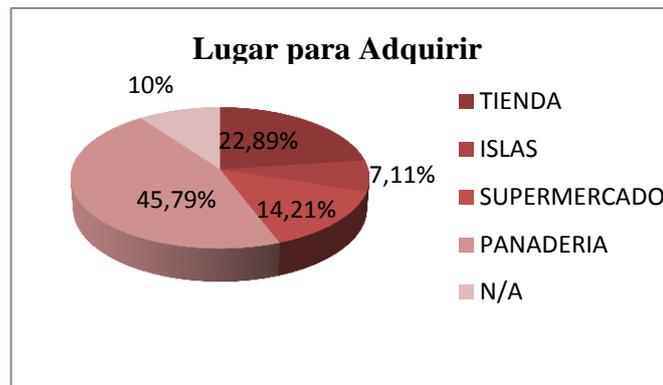


Figura 23 Pregunta N° 8

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Se puede observar que el 45,79% de la población adquirirían los pastelitos en panaderías dejando al 22,89% en tiendas, el 14,21% en supermercados y el 7,11% el consumo en islas.

3.2 DEMANDA

“Cuando se habla de demanda, se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico”. (Arango, 2015)

3.2.1 Demanda Histórica

“La determinación del comportamiento histórico de la demanda, permite identificar la evolución del mercado objetivo en los últimos años e identificar los factores y variables, que han tenido directa incidencia en los resultados encontrados”. (Vizúete, 2013)

Se puede determinar que para el presente proyecto no existe demanda histórica del producto, por lo que se utilizarán los datos de la encuesta para calcular la demanda actual y la demanda futura.

3.2.2 Demanda Actual

Analizar la situación actual de la demanda contribuye a dar mayor sustentación y solidez a los pronósticos que se van a realizar posteriormente, determinando el volumen de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir, es decir verificar si se justifica o no la instalación de una nueva unidad productiva o la ampliación de la capacidad instalada, para el producto proyectado. (Amarocho, 2010)

Tabla 30
Datos para calcular la demanda

Variable	Datos
Población	30395
Tamaño de la muestra	380
Porcentaje de mayor aceptación	90%
Porcentaje de mayor frecuencia	58%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 31
Población de aceptación del proyecto

Variable	Datos
Población Total	30395
Muestra según formula apropiada	380
Porcentaje de aceptación del producto	90%
Aceptación del proyecto	27356

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 32
Población frecuencia de compra

Variable	Datos
Aceptación del proyecto	27356
Porcentaje de mayor frecuencia	58%
Tiempo de frecuencia	52
Frecuencia de compra	825042

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 33
Calculo demanda actual

Variable	Datos
Frecuencia de compra	825042
Gasto promedio	1,25
Demanda actual en \$	10313302,35

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Se puede determinar que por medio del crecimiento poblacional se puede desarrollar una proyección de 5 años la cual permite encontrar la cantidad de potenciales compradores para el producto que se está ofertando.

3.2.3 Demanda Proyectada

Es un elemento importante debido a que se constituye en el factor crítico que permite determinar la viabilidad y el tamaño del proyecto. La demanda proyectada se refiere fundamentalmente al comportamiento que esta variable puede tener en el tiempo, suponiendo que los factores que condicionaron el consumo histórico del bien actuaran de igual manera en el futuro. (Hernandez, 2009)

Para el cálculo de la demanda proyectada se tomará en cuenta la tasa de crecimiento poblacional.

Tabla 34
Demanda Proyectada

Año	Demanda Actual	Tasa de Crecimiento	Demanda Proyectada
0	825042	1,0183	840163
1	840163	1,0183	855562
2	855562	1,0183	871242
3	871242	1,0183	887211
4	887211	1,0183	903471
5	903471	1,0183	920030

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Se puede establecer que en el rango de 5 años que se ha realizado la respectiva proyección se ha determinado que hubo un incremento en los últimos 5 años.

3.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS

“Son productos que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos productos son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad”. (Santillán, 2008)

Se ha determinado que si existen productos sustitutos los cuales son:

- Pon cakes
- Tigreton
- Bony
- Pastelitos

3.4 OFERTA

“Cuando se habla de oferta se hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones”.

(Arango, 2015)

3.4.1 Oferta Histórica

“Determinar los recursos físicos y humanos disponibles en cada establecimiento o unidad productiva”. (Flores, 2013)

Se puede determinar que para el presente proyecto no existe oferta histórica del producto ya que es un producto innovador que se ofertará en el mercado.

3.4.2 Oferta Actual

“Determinar el uso actual de la capacidad instalada de producción o de servicios de la competencia”. (Flores, 2013)

Para determinar la oferta se toma en cuenta la demanda actual como el porcentaje de competencia que se tenga según las encuestas realizadas.

Tabla 35
Oferta Actual

Variable	Datos
Demanda Actual	825041,88
Porcentaje de Aceptación Competencia	0,48
Oferta Actual	393270

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

3.4.3 Oferta Proyectada

La oferta está determinada considerando la pregunta de la encuesta en la que se evalúa el grado de aceptación de la competencia, la cual permitirá determinar la oferta para los siguientes cinco años.

Tabla 36
Oferta Proyectada

Año	Demanda Actual	Aceptación	Oferta Proyectada
1	840163	0,48	400478
2	855562	0,48	407818
3	871242	0,48	415292
4	887211	0,48	422904
5	903471	0,48	430655

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

3.5 BALANCE OFERTA-DEMANDA

3.5.1 Balance Actual

La demanda insatisfecha es aquella demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la Oferta. (Vasquez, 2007)

Tabla 37
Balance Actual

Demanda actual	Oferta actual	Demanda Insatisfecha Actual
825042	393270	431772

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

3.5.2 Balance proyectado

Para obtener el cálculo de la demanda insatisfecha proyectada, restamos la demanda proyectada menos la oferta proyectada.

Tabla 38
Balance Proyectado

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
1	840163	400478	439685
2	855562	407818	447744
3	871242	415292	455950
4	887211	422904	464307
5	903471	430655	472817

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.1.1 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia. (Nunez, 2015)

Tabla 39
Capacidad Instalada

Capacidad Instalada	Total
Producción Diaria a toda Capacidad	313
Producción Semanal a toda Capacidad	1565
Producción Mensual a toda Capacidad	6261
Producción Anual a toda Capacidad	75130

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

4.1.2 Capacidad Utilizada

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (Rojas, 2007)

Tabla 40
Capacidad Utilizada

Capacidad Utilizada	Total
Producción Diaria a toda Capacidad	219
Producción Semanal a toda Capacidad	1096
Producción Mensual a toda Capacidad	4383
Producción Anual a toda Capacidad	52591

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

4.2 LOCALIZACIÓN

4.2.1 Macro Localización

Macro localización, 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. (Hernandez, 2012)

La microempresa estará ubicada en la parroquia del centro histórico barrio la loma grande, tomando en cuenta la cercanía del cliente, proveedores y el crecimiento del sector comercial.

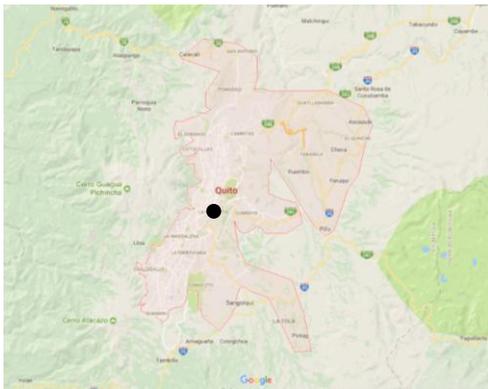


Figura 24 Macro localización

Fuente: Google

Elaborado por: Adriana Moposita

4.2.2 Localización Óptima

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo.” (Baca, 2010, pág. 86)

Para el presente proyecto se ha determinado 3 ubicaciones entre ellas encontramos las siguientes alternativas las cuales son:

- Alternativa 1. Vicente Rocafuerte y García Moreno
- Alternativa 2. Manuel J calle y Rocafuerte
- Alternativa 3. Maldonado y Juan Peralta

Tabla 41
Localización Optima

Factores	Peso	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3
Costo	10%	4	2	5
Accesibilidad	10%	2	5	3
Visibilidad	40%	2	5	4
Seguridad	20%	3	5	5
Cercanías	10%	2	5	3
Garantías	10%	1	5	4
Total	100%	2,3	4,7	4,1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Mediante la ponderación se evaluó las tres alternativas en las cuales establecimos varios factores peso beneficiaran a la microempresa luego de haber analizado se tomó en cuenta a la alternativa 2 ya que en ella se encuentran más ventajas para establecer el lugar de la microempresa .

4.2.3 Micro Localización

“Micro localización, elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio”. (Hernandez, 2012)

La microempresa Chiky Cake estará ubicada en el sector de la loma grande; entre las calles MANUEL J CALLE Y ROCAFUERTE cerca del colegio Fernández Madrid. Se ha escogido este sitio ya que es un lugar comercial y muy visitado por turistas.



Figura 25 Micro localización

Fuente: Google

Elaborado por: Adriana Moposita

4.3 INGENIERÍA PRODUCTO

4.3.1 Bienes y Servicios

4.3.1.1 Producto

“Un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor”. (Pérez, 2009)

La microempresa será reconocida por la calidad del producto que estará acorde a las preferencias y gustos de los clientes brindando un cake poop con el diseño que el cliente solicite.

4.3.1.2 Descripción del Producto

La microempresa Chiky Cake se caracterizará por entregar un producto de excelente calidad que sea acorde a los requerimientos del cliente como modelos, sabores y colores ya que se usaran ingredientes como la quínoa y la nuez que son cereales que contienen menor cantidad de hidratos al adquirir el producto se aportará a la matriz productiva ya que se consumirá un producto que será realizado en el Ecuador.

4.3.2 Distribución de Planta

La distribución de la planta se realizara de acuerdo a su infraestructura en el cual permitirá ubicar cada área en un lugar específico.

Descripción de las instalaciones del proyecto.

4.3.2.1 Área administrativa

Condiciones

Área de 5x4.5 m² con instalaciones eléctricas adecuadas, útiles y equipos de oficina.

4.3.2.2 Área de Recepción de Materia Prima

Condiciones

Área de 5 x 3.5 m², cuenta con instalaciones eléctricas en buen estado, se encuentra establecida en una temperatura adecuada.

4.3.2.3 Área de producción

Condiciones

Área de 9 x 6 m² con instalaciones eléctricas adecuadas y suficiente materia prima para la producción.

4.3.2.3.1 Área de Atención al Cliente

Condiciones

Área de 8x4 m², con instalaciones eléctricas en excelentes condiciones.

4.3.2.3.2 Área de ventas

Condiciones

Área de 5x4 m² con suficiente ventilación, instalaciones eléctricas en correcto estado y acceso a internet.

Tabla 42
Distribución de planta

Áreas	Medidas	Totales
Área de administración	5m x 4,5m	22,50m
Área de recepción de materia prima	5m x 3,5m	17,50m
Área de producción	9m x 6m	54m
Área de atención al cliente	8m x 4m	32m
Área de caja	5m x 4m	20m
Baños	6m x 4,5m	12m
Total		173m

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

4.3.2.3.3 Plano del Negocio

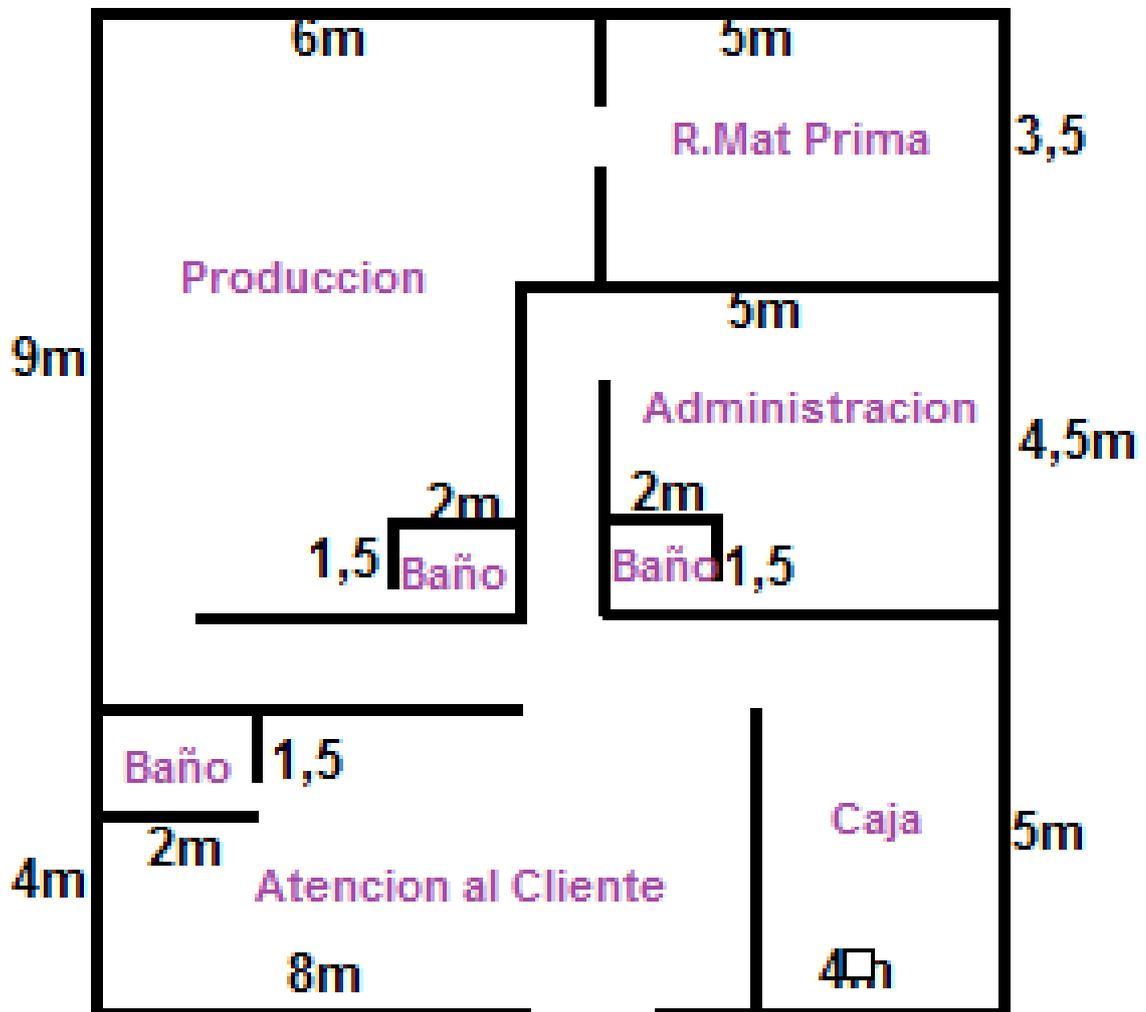


Figura 26 Plano

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Mediante un plano se puede determinar que se ha obtenido una correcta organización para la distribución de la planta por distintos beneficios tanto higiénicos como productivos.

4.3.3 Proceso Productivo

Tabla 43
Simbología

SIMBOLOGIA ANSI	REPRESENTA
	Inicio o término.- Indica el principio o el fin del flujo. Puede ser acción o lugar; además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad.- Describen las funciones que desempeñan las personas involucradas en los procesos.
	Documento.- Representa cualquier documento que entre, se utilice, se genere o salga del proceso.
	Decisión o alternativa.- Indica un punto dentro del flujo donde se debe tomar una decisión
	Archivo.- Indica que se guarde un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página.- Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continua el diagrama de flujo.
	Conector.- Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte del mismo, en la misma hoja.
	Demora.- Indica retraso en el desarrollo del proceso, método o procedimiento.
	Transporte.- Indica el movimiento de personas material o equipo.
	Inspección y medición.- Representa el hecho de verificar la naturaleza, calidad y cantidad de los insumos y productos.

Fuente: American National Standards Institute

Elaborado por: Adriana Moposita

4.3.3.1 Diagrama de Flujo

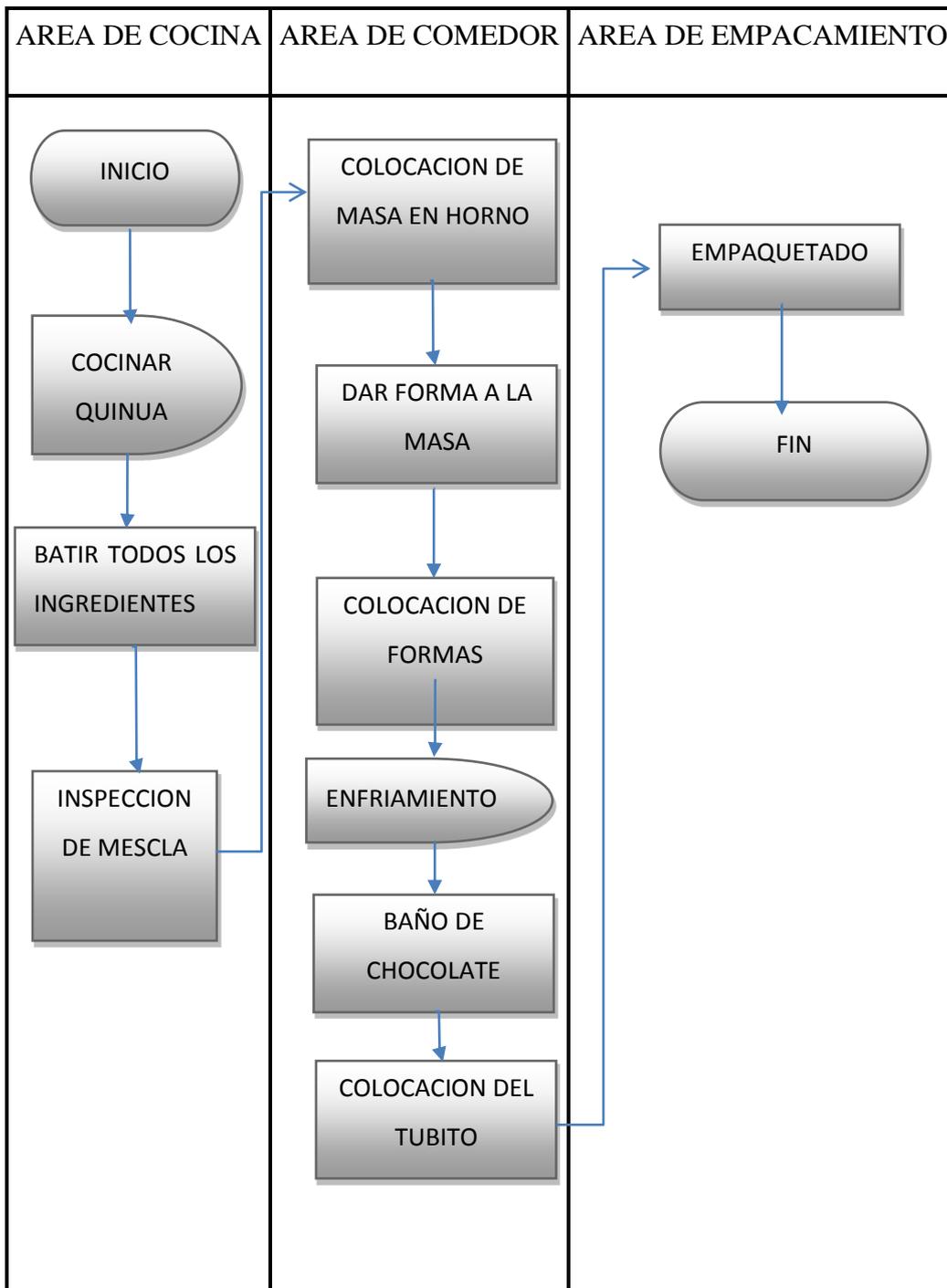


Figura 27 Flujograma

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

4.3.4 Maquinaria Y Equipo

Para el correcto funcionamiento del negocio se requiere de la siguiente maquinaria y equipo

Tabla 44
Maquinaria y Equipo

Ítem	Maquinaria/Equipo	Cantidad
Cocina	Maquinaria	1
Enfriador	Maquinaria	1
Batidora	Maquinaria	1
Olla	Equipo	5
Espátula	Equipo	4
Molde	Equipo	4
Tazón	Equipo	3
Bandeja	Equipo	3
Escritorio	Equipo	2
Sillas	Equipo	4
Sillas de espera	Equipo	2
Archivadores	Equipo	2
Teléfono	Equipo	1
Impresora	Equipo	1
Computadora	Equipo	2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

5.1.1 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales se relacionan con el objetivo con el cual se creó la microempresa, para generar ingresos a través de la elaboración del cake pop a base de quínoa y nuez.

Para determinar los ingresos operacionales se toma en cuenta tres aspectos que son: Materia prima directa, Mano de obra directa y Costos indirectos de fabricación.

5.1.2 Ingresos No Operacionales

“Comprende los ingresos provenientes de transacciones diferentes a los del objeto social o giro normal de los negocios del ente económico e incluye entre otros, a este tipo de ingresos se le denomina ingresos no operacionales”. (Centeno, 2013).

5.2 COSTOS

“Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente o en el futuro o en forma virtual”. (Baca, 2010, pág. 139)

5.2.1 Costos Directos

Pueden ser definidos como una segregación de los costos de producción entre aquellos que son fijos y aquellos que varían en relación directa con el volumen de producción, es decir que solo los costos variables son los que deben formar parte del costo. (Gonzales, 2002).

5.2.2 Costos Indirectos

“Son aquellos costos que afectan el proceso productivo en general de uno o más productos, por lo que no se puede asignar directamente a un solo producto sin usar algún criterio de asignación”. (Loaiza, 2012)

5.1.1.1 Materia prima directa (MPD)

Son todos aquellos recursos naturales que el hombre utiliza en la elaboración de productos. Dichos elementos que los seres humanos extraen de la naturaleza son transformados en diversos bienes, y el modo en que lo hacen es bajo algún proceso industrial. (Moreno, 2015)

Tabla 45
Materia prima directa

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO
Quínoa	Libras	0,05
Harina De Quínoa	Libras	0,07
Azúcar	Libras	0,02
Huevos	Unidades	0,005
Aceite	Unidades	0,07
Canela	Gramos	0,008
Levadura	Gramos	0,07
Nuez	Libras	0,2
Chocolate	Libras	0,11
Grajeas	Libras	0,06
Colorante	Unidades	0,04
Fondant	Kilos	0,15
Palos De Chupete	Gramos	0,03
Fundas		0,02
Cinta	Metros	0,008
Total materia prima		0,9

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

La materia prima son todos los componentes que se necesitan para la elaboración de un producto.

5.1.1.2 Mano de Obra Directa (MOD)

“Se conoce como mano de obra al esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien”. (Merino, 2015)

Tabla 46

Costo unitario mano de obra directa

Concepto	Valores
MOD Anual	12611,27
Cantidad Producida	52591
MOD Unitaria	0,24

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

La mano de obra directa es de vital importancia para el progreso de la microempresa ya sea para brindar un producto o un servicio.

5.1.1.3 Costos indirectos de fabricación (CIF)

“Denominados también gastos generales de fábrica o gastos de fabricación, son aquellos costos que intervienen dentro del proceso de transformar la materia prima en un producto final y son distintos al material directo y mano de obra directa”.

(Wyngaard, 12)

Tabla 47

Costos indirectos

Detalle	Costo Unitario
Etiqueta	0,26
Luz	0,01
Agua	0,01
Gas	0,003
CIF Total	0,27

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 48
Costo unitario de producción

Costo	Producto
Materia Prima	0,9
Mano de Obra	0,24
CIF	0,27
Total	1,41

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Los costos indirectos de fabricación es todo aquello que no interviene directamente para la fabricación del producto.

5.1.2.1 Calculo Ingresos Operacionales

“Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa.” (Mora, 2013)

Una vez determinado los tres principales costos, se realiza el respectivo cálculo de los ingresos operacionales tomando en consideración una utilidad del 29%.

Tabla 49
Costo unitario de producción

Ítem	Costo Unitario	Variable
Precio	1,99	100%
Costo	1,41	71%
Utilidad Bruta	0,58	29%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Se procede a realizar la proyección de ventas anuales que es de 5 años, tomando en consideración el promedio de la tasa de inflación que es de 3.01%.

Tabla 50
Proyección de las ventas por cada año

Ítem	2018	2019	2020	2021	2022
Precios	1,99	2,05	2,11	2,17	2,24
Cantidades	52591	53555	54536	55536	56554
Ventas	104635,46	109760,59	115136,56	120776	126691,62

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 51
Proyección del costo por producir por cada año

Ítem	2018	2019	2020	2021	2022
Costo	1,41	1,46	1,5	1,54	1,59
Cantidades	52591	53555	54536	55536	56554
Costo de producción	74291,18	77930,02	81746,96	85750,96	89951,05

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

5.2.3 Gastos Administrativos

“Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas”. (Montenegro, 2001).

Tabla 52
Gasto Sueldo Gerente

Año	Sueldo mes	Sueldo anual	13 RO	14 TO	Fondos reserva	Vacaciones	IESS	Total	Empleado Adm	Total sueldo
2018	650	7800	650	398,13	0	325	869,7	10042,83	1	10042,83
2019	670	8034,78	669,57	414,5	669,3	334,78	895,88	11018,81	1	11018,81
2020	690	8276,63	689,72	430,88	689,44	344,86	922,84	11354,37	1	11354,37
2021	710	8525,75	710,48	447,25	710,2	355,24	950,62	11699,54	1	11699,54
2022	732	8782,38	731,86	463,62	731,57	365,93	979,24	12054,6	1	12054,6

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 53
Gasto sueldo contador

Periodo	Sueldo Mes	Sueldo Anual
2018	200	2400
2019	200	2400
2020	200	2400
2021	200	2400
2022	200	2400

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 54
Gasto Arriendo

Periodo	Arriendo Mes	Sueldo Anual
2018	200	2400
2019	200	2400
2020	230	2760
2021	260	3120
2022	290	3480

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 55
Gasto suministros de oficina

Periodo	Suministro Mes	Suministros Anual
2018	25	300
2019	26	309,03
2020	27	318,33
2021	27	327,91
2022	28	337,78

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 56
Gasto servicios básicos

Periodo	Servicios Básicos Mes	Servicios Básicos Anual
2018	43	516
2019	43	516
2020	43	516
2021	43	516
2022	43	516

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 57
Proyección gastos administrativos

Periodo	Gastos Administrativo
2018	15659
2019	16644
2020	17349
2021	18063
2022	18788

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Los gastos administrativos constan de pago a trabajadores, arriendo de local, suministros de oficina y pago de servicios básicos generando en el año 2018 un valor de \$15689 anual.

5.2.4 Gastos De Ventas

“Los Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender”. (Nunes, 2016)

Los gastos de venta incurren en la comercialización de bienes y servicios, es decir de la forma que se va hacer conocer el producto

Tabla 58
Gasto personal de ventas

Periodo	Sueldo mes	Sueldo Anual	13 RO	14 TO	Fondo reserva	Vacaciones	IESS	Total	Emple. Comer	Total Sueldo
2018	398	4777,6	398,13	398,13	0	199,07	532,7	6305,64	1	6305,64
2019	415	4974,06	414,5	414,5	414,34	207,25	554,61	6979,27	1	6979,27
2020	431	5170,51	430,88	430,88	430,7	215,44	576,51	7254,92	1	7254,92
2021	447	5366,97	447,25	447,25	447,07	223,62	598,42	7530,58	1	7530,58
2022	464	5563,43	463,62	463,62	463,43	231,81	620,32	7806,23	1	7806,23

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 59
Gasto publicidad

Periodo	Publicidad Anual
2018	520
2019	390
2020	390
2021	390
2022	390

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 60
Proyección gasto de ventas

Periodo	Total Gasto Venta
2018	6826
2019	7369
2020	7645
2021	7921
2022	8196

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Los gastos de venta se calcularon mediante el sueldo y la publicidad que se va a realizar dando un total de \$ 6826 en el año 2018.

5.2.5 Costos Financieros

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

Tabla 61
Comparativa de intereses

Institución	Tasa
Banco Pichincha	28%
Cooperativa Andalucía	21%
Banco Guayaquil	25%
Cooperativa 24 De Mayo	24%
Banco Pacifico	28%
Banco Bolivariano	26%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Como se puede observar los intereses que se va a pagar el año 2018 son de \$763

5.2.6 Costos fijos y variables

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

COSTO VARIABLE: Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación. (Solano, 2013)

5.3 INVERSIONES

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

5.3.1 Inversión Fija

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

5.3.1.1 Activos Fijos

“Bienes que la empresa utiliza de una manera continua durante el curso normal de sus operaciones y que representarán al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido”. (Ucha, 2009)

Tabla 62
Activos fijos

Ítem	Valor
Maquinarias	4260
Equipos Oficina	2750
Equipos Computo	2600
Total Activo Fijos	9610

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

El total de activos fijos que posee la microempresa es de 9610.

5.3.1.2 Activos Nominales

Tabla 63

Activos Nominales

Activo	Valor
Gasto Constitución	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

La amortización se la realiza para los cinco años que se estableció en el proyecto.

5.3.2 Capital de Trabajo

Tabla 64

Capital de trabajo

Ítem	Variable
Costo de Producción	74291,18
Gasto Administrativo	15658,83
Gasto de Ventas	6825,64
Capital de Trabajo	96775,65
Días del Año	360
Capital Trabajo Diario	268,82
Días de Desfase	30
Capital de Trabajo Real	8064,64

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Para calcular el capital de trabajo se toma en cuenta los costos de producción, los gastos, capital, días del año, capital de trabajo diario y días de desfase dado a esto nos dio un capital de trabajo real de 8064.64.

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

En general es el detalle de la inversión de activos fijos, diferidos y capital de trabajo del proyecto donde se determina si es capital propio o por ende se busca una fuente de financiamiento.

Tabla 65
Inversiones

Fuentes	Aporte	Participación
Recursos propios	13774,64	77%
Deuda	4000	23%
Total	17774,64	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

5.3.4 Amortización de Financiamiento

“Es el reintegro de un capital propio o ajeno, habitualmente distribuyendo pagos en el tiempo. Suele ser el producto de una prestación única, que genera una contraprestación múltiple con vencimiento posterior.” (Hernandez, 2011)

Para el presente proyecto se realizará la tabla de amortización del método alemán con una tasa del 21% a un periodo de 5 años. A la vez se calculará el método francés el mismo que se podrá verificar en el anexo 2.

Tabla 66
Condiciones de préstamo

Ítem	Variable
Tiempo	60
Tasa	21%
Capital	4000

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 67
Amortización

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Devolución Capital	Saldo Final
0	0	0	0	0	4000,00
1	4000,00	70,00	136,67	66,67	3933,33
2	3933,33	68,83	135,50	66,67	3866,66
3	3866,66	67,67	134,33	66,67	3800,00
4	3800,00	66,50	133,17	66,67	3733,33
5	3733,33	65,33	132,00	66,67	3666,66
6	3666,66	64,17	130,83	66,67	3600,00

7	3600,00	63,00	129,67	66,67	3533,33
8	3533,33	61,83	128,50	66,67	3466,66
9	3466,66	60,67	127,33	66,67	3400,00
10	3400,00	59,50	126,17	66,67	3333,33
11	3333,33	58,33	125,00	66,67	3266,66
12	3266,66	57,17	123,83	66,67	3200,00
13	3200,00	56,00	122,67	66,67	3133,33
14	3133,33	54,83	121,50	66,67	3066,66
15	3066,66	53,67	120,33	66,67	3000,00
16	3000,00	52,50	119,17	66,67	2933,33
17	2933,33	51,33	118,00	66,67	2866,66
18	2866,66	50,17	116,83	66,67	2800,00
19	2800,00	49,00	115,67	66,67	2733,33
20	2733,33	47,83	114,50	66,67	2666,66
21	2666,66	46,67	113,33	66,67	2600,00
22	2600,00	45,50	112,17	66,67	2533,33
23	2533,33	44,33	111,00	66,67	2466,67
24	2466,67	43,17	109,83	66,67	2400,00
25	2400,00	42,00	108,67	66,67	2333,33
26	2333,33	40,83	107,50	66,67	2266,67
27	2266,67	39,67	106,33	66,67	2200,00
28	2200,00	38,50	105,17	66,67	2133,33
29	2133,33	37,33	104,00	66,67	2066,67
30	2066,67	36,17	102,83	66,67	2000,00
31	2000,00	35,00	101,67	66,67	1933,33
32	1933,33	33,83	100,50	66,67	1866,67
33	1866,67	32,67	99,33	66,67	1800,00
34	1800,00	31,50	98,17	66,67	1733,33
35	1733,33	30,33	97,00	66,67	1666,67
36	1666,67	29,17	95,83	66,67	1600,00
37	1600,00	28,00	94,67	66,67	1533,33
38	1533,33	26,83	93,50	66,67	1466,67
39	1466,67	25,67	92,33	66,67	1400,00
40	1400,00	24,50	91,17	66,67	1333,33
41	1333,33	23,33	90,00	66,67	1266,67
42	1266,67	22,17	88,83	66,67	1200,00
43	1200,00	21,00	87,67	66,67	1133,33
44	1133,33	19,83	86,50	66,67	1066,67
45	1066,67	18,67	85,33	66,67	1000,00
46	1000,00	17,50	84,17	66,67	933,33

APORTAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAKE-POPS A BASE DE QUÍNOA Y NUEZ UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SECTOR DEL LA LOMA GRANDE PARROQUIA CENTRO HISTORICO AÑO 2017.

47	933,33	16,33	83,00	66,67	866,67
48	866,67	15,17	81,83	66,67	800,00
49	800,00	14,00	80,67	66,67	733,33
50	733,33	12,83	79,50	66,67	666,67
51	666,67	11,67	78,33	66,67	600,00
52	600,00	10,50	77,17	66,67	533,33
53	533,33	9,33	76,00	66,67	466,67
54	466,67	8,17	74,83	66,67	400,00
55	400,00	7,00	73,67	66,67	333,33
56	333,33	5,83	72,50	66,67	266,67
57	266,67	4,67	71,33	66,67	200,00
58	200,00	3,50	70,17	66,67	133,33
59	133,33	2,33	69,00	66,67	66,67
60	66,67	1,17	67,83	66,67	0,00
TOTAL		2135		4000	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

El financiamiento que se realizará será por la cantidad de \$4000 con una tasa de interés del 21% y la forma de pago será mensualmente durante 5 años.

5.3.5 Depreciaciones

“La depreciación es una disminución del valor o del precio de algo. Esta caída puede detectarse a partir de la comparación con el valor o el precio previo, o en relación a otras cosas de su misma clase”. (Pérez, 2012)

Tabla 68
Depreciación de activos

Activos	Vida Útil	Costo Total	2018	2019	2020	2021	2022	Valor Libros	Valor Rescate
Maquinarias	10	4260	426	426	426	426	426	2130	
Equipo oficina	10	2750	275	275	275	275	275	1375	
Equipos computo	3	2600	866,67	866,67	866,67	0	0	0	
TOTAL		9610	1567,7	1567,67	1567,67	701	701	3505	5000
Valor Rescate después de impuesto				4775,75					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

5.3.6 Estado de Situación Inicial

“El estado de situación inicial, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado”.

(Flores, 2013)

Tabla 69
Estado de situación inicial

Empresa "Chiky Cake"			
Estado de Situación Inicial			
Al 31 de Diciembre del 2017			
Activos		Pasivo	
Activos corrientes		Pasivos corrientes	
Caja bancos	8064,64	Cuentas por pagar	0,00
Cuentas por cobrar	0,00	Documentos por pagar	0,00
Inventarios	0,00	Total pasivo corriente	0,00
Total activo corriente	8064,64	Pasivo largo plazo	
Activo no corriente		Préstamo l/p	4000,00
Terreno	0,00	Total pasivo largo plazo	4000,00
Construcción	0,00	Total pasivo	4000,00
Vehículo	0,00		
Maquinaria	4260,00	Capital contable	
Equipo de oficina	2750,00	Capital	13774,64
Eq. de computación	2600,00	Total patrimonio	13774,64
Total activo fijo	9610,00		
Otros activos			
Gastos de constitución	100,00		
Total de otros activos	100,00		
Total activo	17774,64	Total pasivo + total patrimonio	17774,64

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Luego de haber calculado el estado de situación inicial se determinó que el valor real que posee la empresa es de \$17774.64.

5.3.7 Estado de Resultados Projectado (a cinco años)

Es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y

como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio. (Cástro, 2015)

Tabla 70
Estado de resultados proyectado

Empresa "Chiky Cake"					
Estado de Resultados Proyectado					
Al 31 de Diciembre del 2017					
Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	104635,46	109760,59	115136,56	120776,00	126691,62
Costo de producción	74291,18	77930,02	81746,96	85750,96	89951,05
Utilidad Bruta	30344,28	31830,57	33389,6	35025,04	36740,57
Gasto administrativo	15658,83	16643,84	17348,7	18063,45	18788,39
Gasto ventas	6825,64	7369,27	7644,92	7920,58	8196,23
Depreciación	1567,67	1567,67	1567,67	701,00	701,00
Amortización	20	20,00	20	20,00	20,00
Utilidad Operativa	6272,15	6229,80	6808,31	8320,01	9034,95
Gasto interés	763	595,00	427	259,00	91,00
Utilidad antes impuesto	5509,15	5634,80	6381,32	8061,01	8943,95
Impuesto	826,37	845,22	957,2	1209,15	1341,59
Utilidad Neta	4682,78	4789,58	5424,12	6851,86	7602,36

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Luego de haber calculado el estado de resultados nos dimos cuenta que existe un incremento en los cinco años lo que indica que es favorable para la empresa.

5.3.8 Flujo de Caja

El flujo de caja es un estado financiero básico que presenta, de una forma dinámica, el movimiento de entrada y salidas de efectivo de una empresa, en un periodo determinado de tiempo y la situación de efectivo al final del mismo período. (López, 2012)

Tabla 71
Flujo de caja

Empresa "Chiky Cake"						
Flujo de Caja Proyectado						
Al 31 de Diciembre del 2017						
Descripción	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Utilidad operativa	0	6272,15	6229,8	6808,31	8320,01	9034,95
Depreciaciones	0	1567,67	1567,67	1567,67	701	701
Amortizaciones	0	20	20	20	20	20
Impuestos	0	826,37	845,22	957,2	1209,15	1341,59
Feo	0	7033,44	6972,25	7438,78	7831,86	8414,36
Inversión activos fijos	-9610	0	0	0	0	0
Recuperación activos fijos	0	0	0	0	0	4775,75
Total gastos de capital	-9610	0	0	0	0	4775,75
Capital de trabajo	-8064,64	0	0	0	0	0
Recuperación de capital de trabajo	0	0	0	0	0	8064,64
Total capital de trabajo	-8064,64	0	0	0	0	8064,64
Flujo de caja del proyecto	-17774,64	7033,44	6972,25	7438,78	7831,86	21254,75
Préstamo	4000	0	0	0	0	0
Gasto interés	0	763	595	427	259	91
Devolución de capital	0	800	800	800	800	800
Flujo de caja del inversionista	-13774,64	5470,44	5577,25	6211,78	6772,86	20363,75

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

En el ámbito financiero realizar el flujo de caja es muy importante ya que permite planificar, organizar y controlar la liquidez de la empresa en un tiempo determinado.

5.4 EVALUACIÓN

5.4.1 Tasa de descuento

“La tasa de descuento se utiliza para “descontar” el dinero futuro. Es muy utilizado a la hora de evaluar proyectos de inversión. Nos indica cuánto vale ahora el dinero de una fecha futura”. (Vazquez, 2008)

Tabla 72

TMAR

	Calculo de la TMAR	%
+	Inflación	3,01%
+	Tasa de Riesgo País	6,48%
+	Riesgo	4%
=	total	13.49%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

La tasa de descuento se realiza mediante la suma de la inflación de 3.01%, la tasa de riesgo país de 6.48% y el riesgo de 4% dando una tasa de descuento de 13.49% a esto se le conoce como T-MAR.

5.4.2 Van

El VAN o Valor Actual Neto, se conoce a esta herramienta financiera como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa (Urbáno, 2017)

FORMULA

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

Tabla 73

Valor Actual Neto

	Flujo De Caja Proyectado	Flujo De Caja Inversionista
TMAR	13,49%	13,49%
Inversión	-17774,64	-13774,64
Flujos	\$ 7.033,44	\$ 5.470,44
	\$ 6.972,25	\$ 5.577,25
	\$ 7.438,78	\$ 6.211,78
	\$ 7.831,86	\$ 6.772,86
	\$ 21.254,75	\$ 20.363,75
VAN	\$ 14.935,31	\$ 14.524,01

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Después de realizar el cálculo de valor actual neto del flujo de caja proyectado se determina que el proyecto será viable, puesto que en el flujo de caja proyectado se obtiene un valor positivo mayor que cero, e igual a \$ 14935.31 y del inversionista un valor de \$14524.01

5.4.4 TIR

“Es la tasa de interés que iguala en el tiempo los ingresos y egresos de un flujo de caja; es decir, la TIR es el tipo de interés que anula el van de una inversión (VAN=0)”. (Vargas, 2015)

Formula

$$TIR = k_1 + (k_2 - k_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

Tabla 74
Cálculo de la tir

	Flujo de caja proyectado	Flujo de caja inversionista
Inversión	-17774,64	-13774,64
	\$ 7.033,44	\$ 5.470,44
	\$ 6.972,25	\$ 5.577,25
Flujos de caja	\$ 7.438,78	\$ 6.211,78
	\$ 7.831,86	\$ 6.772,86
	\$ 21.254,75	\$ 20.363,75
TIR	38,60%	42,74%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

El porcentaje de la TIR del flujo de caja proyectado es del 38.60% y del inversionista el 42.74% superior que la TMAR que es de 13.49% lo que indica que el proyecto es rentable.

5.4.5 PRI

Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. (Vaquiro, 2013)

Tabla 75
Periodo de la recuperación de la inversión

Periodo	Flujo de Efectivo	Flujo Actualizado	Flujo Acumulado
0	-17774,64	-17774,64	-17774,64
1	\$ 7.033,44	\$ 6.197,41	\$ 6.197,41
2	\$ 6.972,25	\$ 5.413,25	\$ 11.610,66
3	\$ 7.438,78	\$ 5.088,96	
4	\$ 7.831,86	\$ 4.721	
5	\$ 21.254,75	\$ 11.289,33	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Formula

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

$$PRI = 2 + \frac{(17774.64 - 11610.66)}{5088.96}$$

$$PRI = 3.21 \text{ unidades}$$

PRI = 3 Años

PRI = 2 Mes

PRI = 16 Días

El cálculo del Periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 3 años, 2 meses y 16 días es decir que el proyecto es rentable ya que se puede observar un margen de rentabilidad en los siguientes 3 años.

Tabla 76
PRI inversionista

Periodo	Flujo de Efectivo	Flujo Actualizado	Flujo Acumulado
0	-13774.64	-13774.64	-13774.64
1	\$ 5470.44	\$ 4820.20	\$ 4820.20
2	\$ 5577.25	\$ 4330.17	\$ 9150.37
3	\$ 6211.78	\$ 4249.55	
4	\$ 6772.86	\$ 4082.65	
5	\$ 20363.75	\$ 10816.08	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Formula

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

$$PRI = 2 + \frac{(13774.64 - 9150.37)}{4249.55}$$

$$PRI = 3.08 \text{ unidades}$$

PRI = 3 Años

PRI = 29 Días

El cálculo del Periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 3 años, y 29 días es decir que el proyecto es rentable ya que se puede observar un margen de rentabilidad en los siguientes 3 años.

5.4.6 Relación Costo Beneficio (RBC)

“La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto”. (Váquiro, 2010)

Tabla 77
Calculo RBC proyectado

Periodo	Flujo de Efectivo	Flujo Actualizado
0	-17774,64	-17774,64
1	\$ 7.033,44	\$ 6.197,41
2	\$ 6.972,25	\$ 5.413,25
3	\$ 7.438,78	\$ 5.088,96
4	\$ 7.831,86	\$ 4.721
5	\$ 21.254,75	\$ 11.289,33

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 78
RBC del proyecto

Ítem	Variable
Suma flujos descontados VAN	32709,95
Inversión inicial	17774,64
Relación costo beneficio	1,84

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adriana Moposita

Se ha determinado que por cada dólar invertido se ganara \$0.84 lo cual es un buen indicador de la rentabilidad del proyecto ya que la ganancia no es tan baja a la inversión.

Tabla 79
RBC inversionista

Periodo	Flujo de Efectivo	Flujo Actualizado
0	-13774.64	-13774.64
1	\$ 5470.44	\$ 4820.20
2	\$ 5577.25	\$ 4330.17
3	\$ 6211.78	\$ 4249.55
4	\$ 6772.86	\$ 4082.65
5	\$ 20363.75	\$ 10816.08

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 80
RBC del inversionista

ITEM	Variable
Suma flujos descontados VAN	28298.65
Inversión inicial	13774.64
Relación costo beneficio	2.05

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Se ha determinado que por cada dólar invertido se ganara \$1.05 lo cual es un buen indicador de la rentabilidad del proyecto ya que la ganancia no es tan baja a la inversión.

5.4.7 Punto de Equilibrio

“Nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”. (Baca, 2010, pág. 148)

Tabla 81
Datos del punto de equilibrio

Ítem	2018
Costos Fijos	24072,14
Costos Variable Unitario	1,41
Precio Unitario	1,99

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Tabla 82
Calculo del punto de equilibrio

Descripción	Variable
Punto Equilibrio unidades	41720
Punto Equilibrio dólares	83007,36

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

5.4.7.1 Punto de equilibrio en unidades

Formula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$PE = \frac{24072,14}{1,99 - 1,41}$$

$$PE = 41720 \text{ unidades}$$

Tabla 83
Punto equilibrio

P V Unitario	Cantida d	Ingresos Totales	Costos Fijos	C V Unitario	Costó V Total	Costo Total	Utilidad/Perdida
1,99	0	0	24072,14	1,41	0	24072,14	-24072,14
1,99	18370	36549,49	24072,14	1,41	25950,14	50022,28	-13472,78
1,99	25000	49740,20	24072,14	1,41	35315,54	59387,67	-9647,48
1,99	41720	83007,36	24072,14	1,41	58935,23	83007,36	0,00
1,99	73481	146197,97	24072,14	1,41	103800,56	127872,70	18325,28
1,99	91851	182747,47	24072,14	1,41	129750,70	153822,84	28924,63
1,99	110221	219296,96	24072,14	1,41	155700,84	179772,98	39523,98

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

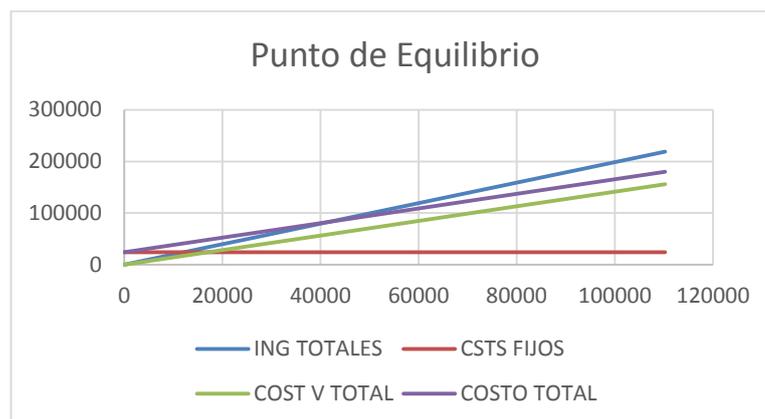


Figura 28 Punto de equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Luego de realizar el cálculo del punto de equilibrio, se determina que la microempresa debe producir una cantidad de 41720 cake pops, para no existan pérdidas sino ganancias.

5.5 Análisis de Índices Financieros

“Existen técnicas que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y que no se relacionan en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa”. (Baca, 2010, pág. 189)

5.5.1 Razón de endeudamiento

Tabla 84

Razón de endeudamiento

Razón de Endeudamiento=	PASIVO
	ACTIVO
Razón de Endeudamiento=	4000.00
	17774.64
Razón de Endeudamiento=	22%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Del 100% de los activos de la empresa, son pasivos el 22% ya que pertenece a la deuda o recursos de préstamo.

5.5.2 Relación Patrimonio Activo

Tabla 85

Relación Patrimonio Activo

Relación patrimonio activo	PATRIMONIO
	ACTIVO
Relación patrimonio activo	13774.64
	17774.64
Relación patrimonio activo	78%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Del 100% de los activos de la empresa, el 78% es por recursos propios.

5.5.3 Margen Operativo

Mide la rentabilidad de una microempresa dividiendo utilidad operativa y las ventas.

Tabla 86

Margen Operativo

Margen operativo=	UTILIDAD OPERATIVA
	VENTAS
Margen operativo=	6272.15
	104635.46
Margen operativo=	0.0599

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Por cada dólar que vende la empresa se generan 0.6 ctvs. de utilidad operativa para cubrir gastos financieros

5.5.4 Margen Neto

Mide los intereses producidos, generalmente siempre va a ser positivo, ya que genera ingresos para la empresa.

Tabla 87

Margen Neto

Margen neto=	UTILIDAD NETA
	VENTAS
Margen neto=	4682.78
	104635.46
Margen neto=	0.0447

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Por cada dólar que vende la empresa se generan 0.5 ctvs. de utilidad neta para entregar a los dueños de la empresa.

5.5.5 ROE

Retorno sobre el capital propio mide la rentabilidad financiera que se obtiene sobre el patrimonio de la empresa

Tabla 88
ROE

ROE=	UTILIDAD NETA
	CAPITAL CONTABLE
ROE=	4682.78
	18457.42
ROE=	25.37%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

Después de realizar el cálculo del ROE se llegó a la conclusión que el proyecto obtendrá el 25.37% mayor a la tasa pasiva lo que indica que el capital incrementará en los últimos cinco años.

5.5.6 ROA

Retorno sobre los activos mide el rendimiento que se obtendrá sobre la inversión

Tabla 89
Roa

ROA=	UTILIDAD NETA
	TOTAL ACTIVOS
ROA=	4682.78
	21657.41
ROA=	21.62%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Adriana Moposita

El rendimiento sobre los activos que la microempresa obtiene es de 21.62%, lo que indica que la microempresa genera un buen rendimiento sobre la inversión ya que obtiene un aumento de 22 ctvs. sobre inversiones.

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1. Impacto Ambiental

Las basuras generadas durante el proceso productivo de la empresa, podrían convertirse en un problema ambiental de no ser tratadas con el cuidado necesario, es decir; de no ser separadas y llevadas a los vertederos o a los centros de reciclaje respectivamente

La microempresa elabora cake pops a base quínoa y nuez brindando al cliente un producto natural, contribuye de forma directa al medio ambiente ya que el proceso de producción no contamina al planeta porque no se elabora el producto con ingredientes tóxicos.

Con ello la elaboración de cake pops a base de quínoa y nuez apoya al medio ambiente para que no exista contaminación en el planeta.

6.2. Impacto Económico

La empresa Chiky cake con la elaboración del presente proyecto del cake pop a base de quínoa y nuez, ubicada el en sector del centro histórico tiene un impacto positivo en lo económico ya que genera un aporte tanto para el inversionista como para los colaboradores de la microempresa aportando a la economía y bienestar del país.

6.3. Impacto Productivo

Es la actividad productiva que consiste en la manipulación y modificación intencionada de la naturaleza, para obtener de ella lo necesario para subsistir. Es una actividad constitutiva y específica de la condición humana.

La microempresa tiene un impacto productivo en la manufactura ya que para poder elaborar el producto se toma en cuenta a los proveedores del mismo país y es así como se trabaja los unos a los otros sin necesidad de exportar productos de otros países.

6.4. Impacto Social

El impacto social consiste en la identificación y evaluación de los beneficios que se esperan con la implementación del proyecto de cake pops a base de quinoa y nuez.

Chiky cake presenta un impacto social positivo ya que representa una oportunidad para la personas que habitan en el sector del centro histórico siendo contribuidora de fuentes de empleo que se asocia directamente al PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR en el cual propone el mejoramiento de la calidad de vida de la población, buscando satisfacer necesidades, garantizando derechos y promoviendo un ambiente sano y sustentable. Es importante que la población conozca productos que son elaborados en el país con ello se busca que las personas adquieran productos Ecuatorianos.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- El estudio de mercado se determinó varios factores para la realización del proyecto como la aceptación de los productos, precios, la ubicación de la microempresa, brindando resultados positivos donde se demuestra que el producto tendrá acogida en el mercado.
- Mediante la realización del estudio financiero se pudo determinar que el proyecto es viable ya que los resultados muestran un VAN de 14935.31 lo que indica que cumple con la ley de que si VAN es mayor a 0 el proyecto se acepta, la Tasa Interna de Retorno es de 38.60% mayor a la Tasa de Descuento que es de 13.49% y un Periodo de Recuperación de la Inversión que es de 3 años 2 meses y 16 días demostrando que en ese tiempo se podrá recuperar la inversión inicial.
- Con el presente proyecto se pretende motivar al consumidor a adquirir productos naturales elaborados por manos Ecuatorianas.

7.2 Recomendaciones

- Es importante que el presente proyecto sea implementado en el mercado ya que de acuerdo a los indicadores financieros, éste es viable y rentable para el objetivo.
- Se recomienda a la microempresa que esté pendiente del mercado, con la finalidad de estar al día con los cambios que realiza la competencia para poder crear más innovación al producto.
- Es necesario realizar cada año una auditoria, para verificar que hay un crecimiento y no hay pérdidas en la empresa.

ANEXOS

APORTAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAKE-POPS A BASE DE QUÍNOA Y NUEZ UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SECTOR DEL LA LOMA GRANDE PARROQUIA CENTRO HISTORICO AÑO 2017.

ANEXO 1: Encuesta

INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR CORDILLERA

ADMINISTRACION

La presente encuesta tiene fines académicos y su objetivo es analizar la factibilidad de implementar un micro empresa de cake pops en el sector de la loma grande.

Instrucciones: marque una sola respuesta

Género:	Masculino		Femenino
Edad:	18-28	29-39	40 o mas

1. CONSUME USTED PASTELITOS?
SI NO
2. CON QUE FRECUENCIA CONSUME USTED PASTELITOS?
DIARIA SEMANAL
QUINCENAL MENSUAL
3. ESTA USTED SATISFECHO CON EL PASTELITO QUE CONSUME ACTUALMENTE
SI NO
4. CUANTO GASTA EN PROMEDIO EN EL CONSUMO DE PASTELITO?
0,50 A 1,00
1,00 A 1,50
1,50 A 2,00
MÁS DE 2
5. LE GUSTARIA A USTED CONSUMIR UN PASTELITOS EN FORMA DE CHUPETE LLAMADO CAKE POPS?
SI NO
6. QUE FACTOR/ASPECTO LE IMPULSA A REALIZAR LA COMPRA DE PASTELITO?
PRECIO
SABOR
CALIDAD
CANTIDAD
EMPAQUES

-
7. DONDE LE GUSTARIA VER LA PUBLICIDAD DEL PASTELITO ?
REDES SOCIALES
VOLANTES
 8. DONDE LE GUSTARIA ADQUIRIR EL PASTELITO?
ISLA
TIENDAS
SUPERMERCADOS
PANADERIAS

¡Muchas gracias por su colaboración !

ANEXO 2: Tabla de amortización método francés

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Devolución Capital	Saldo Final
0	0	0	0	0	4000
1	4000	70	108,21	38,21	3961,78
2	3961,78	69,33	108,21	38,88	3922,9
3	3922,9	68,65	108,21	39,56	3883,34
4	3883,34	67,96	108,21	40,25	3843,08
5	3843,08	67,25	108,21	40,96	3802,12
6	3802,12	66,54	108,21	41,68	3760,45
7	3760,45	65,81	108,21	42,41	3718,04
8	3718,04	65,07	108,21	43,15	3674,9
9	3674,9	64,31	108,21	43,9	3630,99
10	3630,99	63,54	108,21	44,67	3586,32
11	3586,32	62,76	108,21	45,45	3540,87
12	3540,87	61,97	108,21	46,25	3494,62
13	3494,62	61,16	108,21	47,06	3447,56
14	3447,56	60,33	108,21	47,88	3399,68
15	3399,68	59,49	108,21	48,72	3350,96
16	3350,96	58,64	108,21	49,57	3301,39
17	3301,39	57,77	108,21	50,44	3250,95
18	3250,95	56,89	108,21	51,32	3199,63
19	3199,63	55,99	108,21	52,22	3147,41
20	3147,41	55,08	108,21	53,13	3094,28
21	3094,28	54,15	108,21	54,06	3040,21
22	3040,21	53,2	108,21	55,01	2985,2
23	2985,2	52,24	108,21	55,97	2929,23
24	2929,23	51,26	108,21	56,95	2872,28
25	2872,28	50,26	108,21	57,95	2814,33
26	2814,33	49,25	108,21	58,96	2755,37
27	2755,37	48,22	108,21	59,99	2695,38
28	2695,38	47,17	108,21	61,04	2634,33
29	2634,33	46,1	108,21	62,11	2572,22
30	2572,22	45,01	108,21	63,2	2509,02
31	2509,02	43,91	108,21	64,31	2444,71
32	2444,71	42,78	108,21	65,43	2379,28
33	2379,28	41,64	108,21	66,58	2312,71
34	2312,71	40,47	108,21	67,74	2244,97
35	2244,97	39,29	108,21	68,93	2176,04
36	2176,04	38,08	108,21	70,13	2105,91

37	2105,91	36,85	108,21	71,36	2034,55
38	2034,55	35,6	108,21	72,61	1961,94
39	1961,94	34,33	108,21	73,88	1888,06
40	1888,06	33,04	108,21	75,17	1812,89
41	1812,89	31,73	108,21	76,49	1736,4
42	1736,4	30,39	108,21	77,83	1658,57
43	1658,57	29,03	108,21	79,19	1579,38
44	1579,38	27,64	108,21	80,57	1498,81
45	1498,81	26,23	108,21	81,98	1416,82
46	1416,82	24,79	108,21	83,42	1333,41
47	1333,41	23,33	108,21	84,88	1248,53
48	1248,53	21,85	108,21	86,36	1162,16
49	1162,16	20,34	108,21	87,88	1074,29
50	1074,29	18,8	108,21	89,41	984,87
51	984,87	17,24	108,21	90,98	893,9
52	893,9	15,64	108,21	92,57	801,33
53	801,33	14,02	108,21	94,19	707,14
54	707,14	12,37	108,21	95,84	611,3
55	611,3	10,7	108,21	97,52	513,78
56	513,78	8,99	108,21	99,22	414,56
57	414,56	7,25	108,21	100,96	313,6
58	313,6	5,49	108,21	102,73	210,88
59	210,88	3,69	108,21	104,52	106,35
60	106,35	1,86	108,21	106,35	0
TOTAL		2492,8		4000	

APORTAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAKE-POPS A BASE DE QUÍNOA Y NUEZ UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SECTOR DEL LA LOMA GRANDE PARROQUIA CENTRO HISTORICO AÑO 2017.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Sin Autor. (2012). Recuperado el 2017 de mayo de 2017, de BLOGSPOT:
<http://marilucakes.blogspot.com/2012/09/quien-creo-el-cake-pop-muchos-me-han.html>
- Sin Autor.(2012). Recuperado el 2017 de mayo de 2017, de LUZANGELA:
<https://luzangela.es/2015/10/16/el-protagonista-de-la-mesa-cake-pop/>
- Sin Autor.(2012). Recuperado 29 de mayo de 2017, de CAKEGALLERY:
<http://www.cakepopgallery.com/cake-pop-info/history-of-cake-pops.html>
- Barrios. (2011). *Ambiente externo*, ese desconocido. Recuperado el 26 de mayo de 2017, de GESTIOPOLIS: <https://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>
- Barrios. (2011). *Factor económico*, ese desconocido. Recuperado el 26 de mayo de 2017, de GESTIOPOLIS: <https://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>
- Domínguez. (2004, pág.86).Reexpresión de estado financiero. México: Ediciones fiscales ISEF S.A
- Miner, F. (2012). *Producto interno bruto*, ese desconocido. Recuperado el 25 de mayo de 2017, de ECONOMÍA: <http://economiaparatodosyalgomas.blogspot.com/2012/09/producto-interno-bruto.html>
- Ecuador,B.C. (2017). *PIB sectorial*, ese desconocido. Recuperado el 25 de mayo de 2017, de BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: [http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/GLOSARIO%20DEL - %20SIGNIFICADO%20DE%20INDICADORES%20Y%20FUENTES%20_.pdf](http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/GLOSARIO%20DEL%20SIGNIFICADO%20DE%20INDICADORES%20Y%20FUENTES%20_.pdf)
- Córdoba. (2001). *Riesgo país*, ese desconocido. Recuperado el 26 de mayo de 2017, de ECONLINK: <https://www.econlink.com.ar/definicion/riesgopais.shtml>
- Ortiz, O. (2001, pág.312).El dinero la teoría la política y las instituciones. México: Facultad de economía.
- Ortiz. (2015). *Tasa de interés activa*, ese desconocido. Recuperado el 26 de mayo de 2017, de FINANZAS Y PROYECTOS:<http://finanzasyproyectos.net/tasa-de-interes-pasiva-y-activa/>
- Ortiz. (2014). *Tasa de interés pasiva*, ese desconocido. Recuperado el 26 de mayo de 2017, de FINANZAS Y PROYECTOS:<http://finanzasyproyectos.net/tasa-de-interes-pasiva-y-activa/>

- Méndez, A. (2010). *Factor social*, ese desconocido. Recuperado el 26 de mayo de 2017, de SLIDESHARE: <https://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>
- Castillo, M. (2012, pág.433). *Macroeconomía en la economía global*. Buenos aires: Pearson educación S.A
- Ucha, F. (2014). *Tasa de Subempleo*, ese desconocido. Recuperado el 26 de mayo de 2017, de DEFINICION: <https://www.definicionabc.com/economia/subempleo.php>
- Borja, R. (2012, pág.38). *Enciclopedia de la política*. México: Fondo de cultura económica
- Botero, M. (2010). *Factor Legal*, ese desconocido. Recuperado el 26 de mayo de 2017, de GERENCIE:<https://www.gerencie.com/el-analisis-del-contexto-politico-legal-economico-socio-demografico-y-tecnologico-pest-una-necesidad-para-asegurar-la-viabilidad-de-una-empresa.html>
- Sin Autor. (2012). *Factor tecnológico*, ese desconocido. Recuperado el 28 de mayo de 2017, de Escuela Europea Managemant:<http://www.escuelamanagement.eu/innovacion-estrategica/como-analizar-los-factores-tecnologicos-de-una-empresa>
- Varo, J. (1994, pág.473). *Gestión estratégica de la calidad*. España: Díaz de santos S.A
- Bembibre, V. (2009). *Proveedores*, ese desconocido. Recuperado el 28 de mayo de 2017, de DEFINICIONABC:<https://www.definicionabc.com/tecnologia/proveedor.php>
- Lema, S. (2013). *Competidores*, ese desconocido. Recuperado el 28 de mayo de 2017, de <https://www.gestion.org/social-media/1121/tipos-de-competidores/>
- Lozano, A. (2002). *Propuesta estratégica*, ese desconocido. Recuperado el 28 de mayo de 2017, de GESTIOPOLIS:<https://www.gestiopolis.com/la-planificacion-estrategica/>
- Torres. (2012). *Gestión administrativa*, ese desconocido. Recuperado el 28 de mayo de 2017, de GESTION:<https://www.gestionyadministracion.com/empresas/gestion-administrativa.html>
- Torres.(2002). *Gestión operativa*, ese desconocido. Recuperado el 28 de mayo de 2017, de BLOGSPOT:<http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>
- Borja. (2001). *Gestión comercial*, ese desconocido. Recuperado el 28 de mayo de 2017, de GESTIOPOLIS:<https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>

- Pérez. (2009). *Producto*, ese desconocido. Recuperado el 28 de mayo de 2017, de DEFINICION:
<http://definicion.de/producto/>
- Sulser, R. (2004, pág.190). Exportación efectiva. México: Grupoisef
- Sánchez, J. (2016). *Canales de distribución*, ese desconocido. Recuperado el 28 de mayo de 2017, de ECONOMIA:
<http://economipedia.com/definiciones/canales-de-distribucion.html>
- Sin Autor. (2012). *Promoción*, ese desconocido. Recuperado el 29 de mayo de 2017, de CRECENEGOCIOS:
<https://www.crecenegocios.com/la-promocion-del-producto/>
- Sin Autor. (2010). *Análisis del consumidor*, ese desconocido. Recuperado el 29 de mayo de 2017, de CRECENEGOCIOS:
<http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>
- Pérez. (2008). *Población*, ese desconocido. Recuperado el 10 de agosto de 2017, de DEFINICIÓN:
<http://definicion.de/poblacion/>
- Ucha, F. (2009). *Muestra*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de DEFINICIÓN ABC:
<https://www.definicionabc.com/general/muestra.php>
- Pérez. (2008). *Información a través de Entrevista*, ese desconocido. Recuperado el 7 de Julio de 2017, de DEFINICIÓN:
<http://definicion.de/entrevista/>
- Ucha, F. (2008). *Información a través de Encuesta*, ese desconocido. Recuperado el 10 de agosto de 2017, de DEFINICIONABC:
<https://www.definicionabc.com/comunicacion/encuesta.php>
- Ucha, F. (2009). *Información a través de Focous Group*, ese desconocido. Recuperado el 10 de agosto de 2017, de DEFINICIONABC:
<https://www.definicionabc.com/comunicacion/focus-group.php>
- Días, F. (2011). *Análisis de la información*, ese desconocido. Recuperado el 12 de agosto de 2017, de ECURED:
https://www.ecured.cu/An%C3%A1lisis_de_informaci%C3%B3n
- Arango, L. (2015). *Demanda*, ese desconocido. Recuperado el 10 de agosto de 2017, de BANCO DE LA REPUBLICA:
http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda
- Vizueté, L. (2013). *Demanda histórica*, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de SCRIBD:
<https://es.scribd.com/document/319733480/Unidad-II-Estudio-de-Mercado>

- Amoroch, C. (S/F). *Demanda Actual*, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017 de, EMPRENDIMIENTO:https://emprendimientoiii-financiera.wikispaces.com/file/view/Guia_de_fase_II.pdf
- Hernández. (S/F). *Demanda Proyectada*, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de DEINGENIERIA INDUSTRIAL:<https://todoingenieriaindustrial.files.wordpress.com/2012/10/2-3-anc3a1-lisis-de-la-demanda.pdf>
- Santillán, M. (2008). *Productos sustitutos*, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de BLOGSPOT: <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/>
- Arango, L. (2015). *Oferta*, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de BANCO DE LA REPUBLICA: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda
- Flores, (2013). *Oferta histórica*, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de SLIDESHARE:<https://es.slideshare.net/yaquiely/modulo-unam-hugo-flores>
- Flores, (2013). *Oferta actual*, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de SLIDESHARE:<https://es.slideshare.net/yaquiely/modulo-unam-hugo-flores>
- Vásquez, L. (S/F). *Balance actual*, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de SCRIBD:<https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>
- Núñez, P. (S/F). *Capacidad instalada*, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de KNOOW:<http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
- Rojas, F. (2007). *Capacidad utilizada*, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de MAILXMAIL: <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Hernández. (2012). *Macro localización*, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de BLOGSPOT: <http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html>
- Baca, G. (2010, pág.86). *Evaluación de proyectos*. México: Miembro de la cámara nacional de la industria editorial mexicana
- Hernández. (2012). *Micro localización*, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de BLOGSPOT:<http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html>

- Pérez, J. (2009). Producto, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de DEFINICIÓN:
<http://definicion.de/producto/>
- Centeno, W. (2017). Ingresos no operacionales, ese desconocido. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de CONTABILIZALO:<https://www.contabilizalo.com/27-como-contabilizar-un-ingreso-no-operacional-de-una-empresa>
- Baca, G. (2010, pág.139). Evaluación de proyectos. México: Miembro de la cámara nacional de la industria editorial mexicana
- Gonzales, M. (2002). *Costos directos*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de GESTIOPOLIS: <https://www.gestiopolis.com/costos-directos/>
- Loaiza, J. (2012). *Costos indirectos*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de SLIDESHARE: <https://es.slideshare.net/lori6802/costos-directos-indirectos>
- Montenegro, E. (2001). *Gastos administrativos*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de FUNDAPYMES:<http://www.fundapymes.com/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>
- Nunez, P. (2016). *Gasto de ventas*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de KNOOW:<http://knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/gastos-de-venta/>
- Baca, G. (2010, pág.143). Evaluación de proyectos. México: Miembro de la cámara nacional de la industria editorial mexicana
- Solano, C. (2013). *Costos fijos y variables*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de PREZI:<https://prezi.com/6rwa75hdla2m/analisis-de-recursos-financieros/>
- Baca, G. (2010, pág.143). Evaluación de proyectos. México: Miembro de la cámara nacional de la industria editorial mexicana
- Baca, G. (2010, pág.143). Evaluación de proyectos. México: Miembro de la cámara nacional de la industria editorial mexicana
- Ucha, F. (2009). *Activos fijos*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de DEFINICIONABC:<https://www.definicionabc.com/general/activos-fijos.php>
- Pérez. (2012). *Depreciaciones*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de DEFINICION: <http://definicion.de/depreciacion/>

- Flores. (2013). *Estado de situación inicial*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de PROCESOCONTABLE: http://procesocontablecnt.blogspot.com/2013/03/estado-de-situacion-inicial_14.html
- Castro, J. (2015). *Estado de resultados*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de CORPONET: <http://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>
- López, M. (2012). *Flujo de caja*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de SLIDESHAR: <https://es.slideshare.net/yeimithculman/flujo-de-caja-14352616>
- Vásquez, R. (S/F). *Tasa de descuento*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de ECONOMIPEDIA: <http://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>
- Urbano, S. (S/F). *Van*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de ECONOMIAFINANZAS: <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>
- Vargas. (2015). *Tir*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de PREZI: https://prezi.com/dltb5po1_btz/analisis-pri-van-tir/
- Vaquiroy, J. (2013). *Pri*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de MODULO 2: http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/AN/PI/AM/10/Periodo.pdf
- Vaquiroy, J. (2013). *Rcb*, ese desconocido. Recuperado el 2 de agosto de 2017, de WEBCACHE: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- Baca, G. (2010, pág.148). *Evaluación de proyectos*. México: Miembro de la cámara nacional de la industria editorial mexicana
- Baca, G. (2010, pág.189). *Evaluación de proyectos*. México: Miembro de la cámara nacional de la industria editorial mexicana

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: ADRIANA ELIZABETH MOPOSITA ROJANO.pdf (D30301134)
Submitted: 2017-08-31 06:07:00
Submitted By: adri_elizabet28@hotmail.com
Significance: 4 %

Sources included in the report:

TESIS COMPLETA.docx (D19521529)
urkund_suntaxi_diego_banca_2017.docx (D26710180)
Salinas_Mónica_banca y finanzas.docx (D15809034)
Tesis de malanga Vanesa Bustamante.docx (D23395993)
tesis mercedes llumiquinga. corregido.pdf (D23584741)
AREVALO YESENIA.docx (D23733913)
PROYECTO.docx (D15685436)
<https://www.gerencie.com/el-analisis-del-contexto-politico-legal-economico-socio-demografico-y-tecnologico-pest-una-necesidad-para-asegurar-la-viabilidad-de-una-empresa.html>

Instances where selected sources appear:

14