



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CRISTALES INMEDIATOS DE MIEL
DE JENGIBRE EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
AÑO 2018

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Sergio Alexander Tamayo Mena

Director: Ing. Socorro Jacqueline Torres Bueno

Quito, 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Quito, 18 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta) TAMAYO MENA SERGIO ALEXANDER de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO-EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CRISTALES INMEDIATOS DE MIEL DE JENGIBRE EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018 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. SOCORRO TORRES

Tutor del Proyecto

DRA. MARIA BRITO

Lector del proyecto



ING. ARMANDO ANALUISA

Revisor de Proyecto



DR. PATRICIO GUANOPATIN

Director de Escuela (E)



MSC. GEOVANNI URBINA

Coordinador Unidad de Titulación

CAMPUS 1 - 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 2 - LOGROÑO

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

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163
y Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

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

CAMPUS 5- YACUAMBÍ

Yacuambí
Oe2-36 y
Bracamoros.
Telf: 2249994

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.



Sergio Alexander Tamayo Mena
CC 172301348-6

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Sergio Alexander Tamayo Mena** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No172301348-6 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 **“Estudio de Factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cristales inmediatos de miel de jengibre”** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Sergio Alexander Tamayo Mena

CEDULA

CC 1723013486

Quito, a Junio del 2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por abrirme sus puertas para mi preparación profesional, por brindarme docentes que con el aporte de cada uno de ellos me ha servido para formarme como un ciudadano ejemplar a lo largo de este proceso.

Agradezco a Dios por darme la fuerza, la creatividad, la energía, la salud, la sabiduría y por poner en mi camino estos años a personas que han sumado siempre en mi vida y ha quitado a personas que han restado y han querido hacer de menos a mis méritos.

A mis padres por darme siempre su apoyo y comprensión que me han sabido guiar siempre por el camino de la superación y del éxito de igual manera a familia porque su amor, sacrificio y compañía hacen que cada día sea mejor que el otro.

A mi tutora Ing. Jacqueline Torres que desde un principio asumió mi tutoría con responsabilidad, dedicación y cuyas enseñanzas ayudaron a que la culminación de este proyecto sea posible aportando de manera excepcional con criterios y nuevos conocimientos.

Gracias.

DEDICATORIA

*Este proyecto de grado le dedico en primer lugar a Dios, quien ha sido el que me ha permitido llegar a esta etapa de mi vida y me ha concedido culminar con mi etapa profesional. Con todo el amor del mundo dedico este peldaño a mis padres, **Carlos Tamayo y Yolanda Mena** quienes son modelos de fortaleza, perseverancia, bondad, además de ser un ejemplo verdadero de que todo es posible pese a las dificultades que puede haber si existe voluntad de lograr metas.*

*A mi abuelita, **María Paredes** quien fue una segunda madre para mí y que desde el cielo sigue guiando mis pasos y ha estado a mi lado en los buenos y malos momentos dándome sus consejos, su apoyo incondicional.*

*A mis hermanos **Melanie** y **Carlos** quienes han estado siempre presentes en cada paso que doy, gracias por todo su cariño y amor.*

*A **Alisson** y **Zoe** importantes para mí que a pesar de las adversidades y del camino difícil que se ha presentado son parte de mi inspiración y de las ganas de luchar diariamente. Gracias por su apoyo y cariño incondicional.*

Concluyo agradeciéndoles a todos porque estoy seguro de que, sin ustedes nada de esto hubiese sido fácil y doy gracias a Dios nuevamente por ser parte de una gran familia llena de valores, principios y por jamás dudar de que puede avanzar y llegar muy lejos con todas sus enseñanzas.

Sergio Tamayo

Índice General

Carátula	
Acta de aprobación de tutor y lector en hoja membretada del ITSCO	
Declaratoria.....	i
Licencia de uso no comercial	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Índice General.....	v
Índice de Tablas	x
Índice de Figuras.....	xii
Índice de Anexos.....	xiv
Resumen Ejecutivo	xv
Abstract.....	xvi
CAPÍTULO I	17
1. Introducción	17
1.01 Justificación	19
1.02 Antecedentes	21
CAPÍTULO II.....	26
2. Análisis Situacional.....	26
2.01 Ambiente Externo	27
2.01.01 Factor Económico.....	27
2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)	27
2.01.01.01.01 Producto Interno Bruto Sectorial (PIB SECTORIAL).....	28
2.01.01.02 Inflación	30
2.01.01.03 Tasa de Interés.....	31
2.01.01.03.01 Tasa Activa.....	32
2.01.01.03.02 Tasa Pasiva.....	33
2.01.01.04 Balanza Comercial.....	34
2.01.01.05 Riesgo País	36
2.01.02 Factor Social.....	37
2.01.02.01 Población Económicamente Activa	37
2.01.02.02 Desempleo	38
2.01.02.03 Subempleo.....	39
2.01.03 Factor Legal	40
2.01.03.01 RUC	42

2.01.03.02 Permiso de los Bomberos	43
2.01.03.03 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	43
2.01.03.04 Permiso de Funcionamiento LUAE	44
2.01.03.05 Permiso de Marca	45
2.01.03.06 Permisos Ambientales	46
2.01.03.07 Buenas Prácticas de Manufactura	47
2.01.03.08 Seguridad Industrial	48
2.01.04 Factor Político	52
2.01.04.01 Ley Orgánica de Régimen Tributario	52
2.01.05 Factor Ambiental	54
2.01.06 Factor Tecnológico	55
2.02 Entorno Local	60
2.02.01 Clientes	60
2.02.02 Proveedores	61
2.02.03 Competidores	62
2.03 Análisis Factores Externos	63
2.04 Análisis Interno	65
2.04.01 Propuesta Estratégica	65
2.04.01.01 Misión	65
2.04.01.02 Visión	66
2.04.01.03 Objetivos	66
2.04.01.03.01 Objetivo General	67
2.04.01.03.02 Objetivos Específicos	67
2.04.01.04 Principios y Valores	68
2.04.01.04.01 Principios	68
2.04.01.04.02 Valores	69
2.04.02 Gestión Administrativa	71
2.04.02.01 Planificación	71
2.04.02.02 Organización	72
2.04.02.02.01 Organigrama Estructural	72
2.04.02.02.02 Manual de funciones	73
2.04.02.03 Dirección	77
2.04.02.04 Control	78
2.04.02.04.01 Indicadores de Gestión	78
2.04.03 Gestión Operativa	79

2.04.04 Gestión Comercial	83
2.04.04.01 Marketing Mix	84
2.04.04.01.01 Producto	85
2.04.04.01.02 Precio.....	85
2.04.04.01.03 Plaza	86
2.04.04.01.04 Promoción	86
2.04.04.02 Manual de Imagen Corporativa	86
CAPÍTULO III.....	97
3. Estudio de Mercado.....	97
3.01 Análisis del Consumidor	97
3.01.01 Determinación de la Población y Muestra	98
3.01.01.01 Población.....	98
3.01.01.01.01 Segmentación de Mercado.....	99
3.01.01.02 Muestra.....	100
3.01.01.02.01 Calculo de la muestra	100
3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información.....	101
3.01.02.01 Encuesta	101
3.01.03 Análisis de la información	104
3.02 Oferta	118
3.02.01 Oferta Histórica	118
3.02.02. Oferta Actual	119
3.02.03 Oferta Proyectada	119
3.03. Demanda	120
3.03.01 Demanda Histórica	120
3.03.02 Demanda Actual	121
3.03.03 Demanda Proyectada	122
3.04 Productos Sustitutos	122
3.05 Balance Oferta- Demanda.....	123
3.05.01 Balance Actual	123
3.05.02 Balance Proyectado	123
CAPÍTULO IV	124
4. Estudio Técnico.....	124
4.01 Tamaño del Proyecto.....	125
4.01.01 Capacidad Instalada.....	125
4.01.02 Capacidad Óptima	127
4.02 Localización	128

4.02.01 Macro localización	128
4.02.02 Micro localización.....	129
4.02.03 Localización Óptima.....	130
4.03 Ingeniería del Proyecto	131
4.03.01 Definición del Bien y Servicio	132
4.03.01.01 Bienes de Consumo	132
4.03.01.02 Servicio	132
4.03.02 Distribución de la Planta	133
4.03.02.01 Código de Cercanía	133
4.03.02.02 Razones de Cercanía	133
4.03.02.03 Matriz Triangular S.L.P.....	134
4.03.02.04 Plano de la Planta	135
4.03.03 Proceso Productivo.....	135
4.03.03.01 Diagrama de Flujo Funcional	136
4.03.03 Maquinaria	139
4.03.04 Equipos	139
CAPÍTULO V.....	141
5. Estudio Financiero	141
5.1 Ingresos.....	141
5.01.01 Ingresos Operacionales	142
5.01.02 Ingresos No Operacionales.....	142
5.02 Costos	142
5.02.01 Costo Directo	143
5.02.01.01 Materia Prima.....	143
5.02.01.02 Mano de Obra Directa	143
5.02.02 Costos Indirectos	144
5.02.03 Gastos.....	145
5.02.04 Gastos Administrativos	145
5.02.05 Gasto de Ventas	146
5.02.06 Gastos Financieros.....	147
5.02.07 Costos Fijos y costos variables.....	148
5.03 Inversiones	148
5.03.01 Inversión Fija	149
5.03.02 Activos Fijos.....	149
5.03.03 Activos Nominales (Diferidos).....	150
5.03.04 Capital de Trabajo	150

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	151
5.03.06 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización).....	152
5.02.07 Depreciaciones (Tabla de depreciación).....	154
5.05.08 Estado de Situación Inicial	154
5.03.09 Estado de Resultados Projectado (a 5 años).....	156
5.03.10 Flujo de Caja	157
5.04 Evaluación Financiera	157
5.04.01 Tasa de Descuento.....	158
5.04.02 Valor Actual Neto (Van)	158
5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno).....	159
5.04.04 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	160
5.04.05 RCB (Relación Costo Beneficio).....	162
5.04.06 Punto de Equilibrio.....	162
5.04.07 Análisis de Índices Financieros	164
5.04.07.01 ROA	164
5.04.07.02 ROE.....	165
5.04.07.03 ROI.....	166
5.04.07.04 Índice de liquidez	166
5.04.07.05 Índice de Endeudamiento	167
Capítulo VI	168
6. Análisis de impactos	168
6.01 Impacto Ambiental	168
6.02 Impacto Económico.....	169
6.03 Impacto Productivo.....	169
6.04 Impacto Social.....	170
Capítulo VII	171
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	171
7.01 Conclusiones	171
7.02 Recomendaciones.....	172
Anexos	174
Orden de Empastado	
Informe Urkund.....	184
Bibliografía	185

Índice de Tablas

Tabla 1 PIB Sectorial Manufacturero.....	29
Tabla 2 Inflación.....	30
Tabla 3 Tasa Activa.....	32
Tabla 4 Tasa Pasiva.....	33
Tabla 5 Balanza Comercial.....	35
Tabla 6 Riesgo País.....	36
Tabla 7 Población Económicamente Activa.....	38
Tabla 8 Clientes.....	61
Tabla 9 Proveedores.....	62
Tabla 10 Factores Externos.....	64
Tabla 11 Matriz Axiológica.....	71
Tabla 12 Planificación.....	72
Tabla 13 Hoja de Funciones Administrador.....	74
Tabla 14 Hoja de Funciones Operador.....	75
Tabla 15 Hoja de Funciones Vendedor.....	76
Tabla 16 Hoja de Control.....	79
Tabla 17 Cadena de Valor.....	81
Tabla 18 Población Distrito Metropolitano de Quito.....	98
Tabla 19 Segmentación de Mercado.....	99
Tabla 20 Género Encuestados.....	104
Tabla 21 Edad del Encuestado.....	105
Tabla 22 Pregunta 1.....	106
Tabla 23 Pregunta 2.....	107
Tabla 24 Pregunta 3.....	108
Tabla 25 Pregunta 4.....	109
Tabla 26 Pregunta 5.....	110
Tabla 27 Pregunta 6.....	111
Tabla 28 Pregunta 7.....	112
Tabla 29 Pregunta 8.....	114
Tabla 30 Pregunta 9.....	115
Tabla 31 Pregunta 10.....	116
Tabla 32 Oferta Histórica.....	118
Tabla 33 Oferta Actual.....	119
Tabla 34 Oferta Proyectada.....	120
Tabla 35 Demanda Histórica.....	121
Tabla 36 Demanda Actual.....	121
Tabla 37 Demanda Proyectada.....	122
Tabla 38 Balance Actual.....	123
Tabla 39 Balance Proyectado.....	123
Tabla 40 Capacidad Instalada.....	126
Tabla 41 Capacidad de Producción.....	126
Tabla 42 Capacidad Optima.....	127
Tabla 43 Matriz de localización.....	131
Tabla 44 Calificación.....	131
Tabla 45 Código de cercanía.....	133
Tabla 46 Razones de cercanía.....	133

Tabla 47 Simbología	136
Tabla 48 Maquinaria	139
Tabla 49 Equipos	140
Tabla 50 Equipos de Oficina	140
Tabla 51 Muebles y Enseres.....	140
Tabla 52 Ingresos Anuales	142
Tabla 53 Materia Prima Directa	143
Tabla 54 Mano de Obra Directa	144
Tabla 55 Costos Indirectos.....	144
Tabla 56 Costos Generales Indirectos	144
Tabla 57 Sueldo Personal Administrativo	145
Tabla 58 Gastos Administrativos	146
Tabla 59 Rol de Ventas	146
Tabla 60 Gasto de Ventas	147
Tabla 61 Gastos Financieros	147
Tabla 62 Costos fijos y Variables.....	148
Tabla 63 Inversiones	148
Tabla 64 Activos Fijos	149
Tabla 65 Activos Nominales	150
Tabla 66 Tabla Amortización Activos Nominales	150
Tabla 67 Capital de Trabajo	151
Tabla 68 Cuadro Fuentes y Usos.....	152
Tabla 69 Tabla de Amortización	153
Tabla 70 Depreciaciones	154
Tabla 71 Estado de Situación Inicial	155
Tabla 72 Estado de Resultados Proyectado	156
Tabla 73 Flujo de Caja	157
Tabla 74 Periodo de recuperación de la inversión a valores constantes.....	160
Tabla 75 Periodo de recuperación de la inversión a valores actualizados	161
Tabla 76 Relación Costo Beneficio	162

Índice de Figuras

Figura 1: Producto Interno Bruto	28
Figura 2: PIB Sectorial Manufacturero	29
Figura 3: Inflación	31
Figura 4: Tasa Pasiva	34
Figura 5: Balanza Comercial.....	35
Figura 6: Población Económicamente Activa	37
Figura 7: Desempleo	39
Figura 8: Subempleo	40
Figura 9: Computador portátil Intel i7	55
Figura 10: Impresora Epson WF 2750	56
Figura 11: TS-M600 Lavadora y Peladora de Jengibre	56
Figura 12: Secadora de Tambor	57
Figura 13: Maquina Desintegradora de Jengibre.....	57
Figura 14: Maquina Empacadora de Polvo	58
Figura 15: Impresora para facturación	58
Figura 16: Balanza Electrónica Industrial	59
Figura 17: Organigrama Estructural.....	73
Figura 18: Portada Manual Corporativo.....	87
Figura 19: Índice Manual Corporativo.....	87
Figura 20: Historia	88
Figura 21: Misión-Visión.....	88
Figura 22: Objetivos General y Específicos	89
Figura 23: Principios.....	89
Figura 24: Valores	90
Figura 25: Guía de Color	90
Figura 26: Aplicaciones	91
Figura 27: Grafimetría	91
Figura 28: Áreas de protección	92
Figura 29: Reducciones.....	92
Figura 30: Usos Correctos	93
Figura 31: Tipografía	93
Figura 32: Empaques	94
Figura 33: Papelería Corporativa	94
Figura 34: Carpeta	95
Figura 35: Sobre	95
Figura 36: Promociones	96
Figura 37: Género del encuestado.....	104
Figura 38: Edad del encuestado	105
Figura 39: Pregunta 1	106
Figura 40: Pregunta 2.....	107
Figura 41: Pregunta 3.....	108
Figura 42: Pregunta 4.....	109
Figura 43: Pregunta 5.....	110
Figura 44: Pregunta 6.....	111
Figura 45: Pregunta 7.....	113
Figura 46: Pregunta 8.....	114
Figura 47: Pregunta 9.....	115
Figura 48: Pregunta 10.....	116

Figura 49: Plano de Macro localización de la empresa	129
Figura 50: Plano de Micro localización de la empresa	130
Figura 51: Matriz SLP.....	134
Figura 53: Plano de la Planta.....	135
Figura 53: Flujograma de Procesos	138
Figura 54: Punto de Equilibrio	164

Índice de anexos

Anexo 1 Maquinaria	175
Anexo 2 Vehículo	177
Anexo 3 Equipos de oficina	177
Anexo 4 Muebles y enseres	178
Anexo 5 Balanza Analítica de precisión	181
Anexo 6 Material Publicitario	181
Anexo 7 Proceso de Producción	182

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad en el país se está dando un cambio en la economía y en lo que respecta a la matriz productiva enfocándose en el Plan Nacional del Buen Vivir, ya que en los últimos años el sector manufacturero ha venido en constante crecimiento.

El presente proyecto tiene la finalidad de analizar la viabilidad de la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cristales de miel de jengibre, un producto ecuatoriano con propiedades terapéuticas y nutritivas que ayudaran especialmente a tratar afecciones en la salud de la sociedad.

Se realizó un estudio de mercado a través de encuestas que permitió conocer cuál es la aceptación de la microempresa por parte de los futuros clientes. Adicionalmente se hizo un estudio técnico para conocer el tamaño del proyecto y la capacidad con la que contará para satisfacer la demanda del mercado.

Se efectuó un estudio financiero que reflejo los costos y gastos reales que presentará el proyecto haciendo una evaluación financiera a través de índices financieros como son el VAN, TIR, TMAR, Punto de Equilibrio, entre otros, que permitieron conocer que el proyecto es rentable para ser implementado en el mercado.

ABSTRACT

Currently in the country there is a change in the economy and in regard to the production matrix focusing on the National Plan for Good Living, since in recent years the manufacturing sector has been in constant growth.

The purpose of this project is to analyze the feasibility of creating a microenterprise dedicated to the production and commercialization of ginger honey crystals, an Ecuadorian product with therapeutic and nutritional properties that will help especially to treat health problems in society.

A market study was conducted through surveys that allowed to know what the acceptance of the company by future customers. Additionally, a technical study was made to know the size of the project and the capacity it will have to meet market demand.

A financial study was carried out that reflects the real costs and expenses presented by the present project making a financial evaluation through financial indexes such as the VAN, TIR, TMAR, Point of Equilibrium, among others, that allowed to know that the project is profitable to be implemented in the market.

CAPÍTULO I

1. Introducción

En la actualidad, la industria alimenticia constituye un aporte importante al sector manufacturero del PIB, convirtiéndolo atractivo a la inversión, generando grandes oportunidades para emprender un negocio. Por ello se ha pensado en la producción y comercialización de cristales inmediatos de miel con jengibre, un producto innovador que posee propiedades nutritivas y terapéuticas capaces de satisfacer las necesidades de los consumidores.

El estudio que se llevará a cabo radica en determinar la factibilidad para presentar una propuesta de negocio que tiene como fin la producción y comercialización de cristales inmediatos de la miel de jengibre que estará ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, con el uso correcto de herramientas administrativas y financieras.

El producto se basa en la elaboración de un derivado del jengibre empacado en distintas proporciones para satisfacer el consumo y su fácil adquisición, al inicio del

estudio se hablará de los antecedentes, origen, propiedades, utilidades, y beneficios del jengibre. En el transcurso del tiempo se buscará nuevas estrategias para tener un reconocimiento a nivel nacional por nuestra calidad y marca posicionada.

Después del estudio realizado bajo diferentes parámetros, se puede determinar que, una vez emprendido el proyecto generará beneficio tanto directo como indirectos, ayudando a la gente de la zona y fomentando una mejor calidad de vida, uno de los principales objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

Se aspira, que la presente investigación marque un precedente ante producciones agrícolas como modelos de investigación, ya que presentan una alta rentabilidad dependiendo del producto elegido.

1.01 Justificación

Día a día la economía de un país crece, se mantiene o decrece, esto depende de los factores que componen la economía de la nación. En los últimos años el mercado ha tratado de ofrecer productos saludables, es por eso que el presente proyecto se efectuará con la finalidad de crear una microempresa productora y comercializadora de cristales inmediatos de la miel del jengibre, propuesta que está dirigida a un grupo determinado de personas por ser un producto rico en nutrientes, incluyendo cantidades moderadas de minerales, azúcares, carbohidratos entre otros, también posee propiedades terapéuticas, y a su vez proporciona a los consumidores un producto agradable tanto por su sabor y presentación.

Considerando que el jengibre tiene innumerables ventajas medicinales, nutricionales y terapéuticas mostrando mejoría ante ciertos trastornos tales como el vómito, la pesadez estomacal entre otros, surge la idea de formular un producto soluble a base del jengibre, que sea fácil preparación, para así aprovechar las propiedades ya mencionadas. En el país este tipo de productos no han presentado ningún desarrollo por dificultades de industrialización y falta de conocimientos sobre las beneficiosas propiedades del jengibre, tomando en cuenta que los escasos productos elaborados en base al jengibre son realizados artesanalmente, sin mayor control sanitario ni un proceso adecuado.

Hoy en día, a nivel mundial, existen diversos productos elaborados con jengibre, que a pesar de tener diferentes presentaciones, los ingredientes siguen siendo los mismos, ya que muy pocos productores se arriesgan a experimentar otras formas de elaboración, de esta manera dentro del mercado siempre se encuentran productos

similares en su composición, es por tal motivo que se propuso hacer hincapié en producir un derivado del jengibre fuera de lo normal tanto en su presentación como en su composición y elaboración. Para mejorar la producción y ofrecer un producto de calidad se implementará equipos y maquinarias nuevas, además se adecuará empaques de diferentes porciones para el beneficio de los consumidores.

En el cambio de matriz productiva es clave favorecer la transformación y diversificación productiva. A largo plazo, los esfuerzos deben encaminarse a cambiar la especialización productiva. (SENPLADES, 2017).

Es por eso que el proyecto desde el ámbito económico contribuirá con el aporte de sus ventas y exportaciones, desde el ámbito social generará nuevas plazas de trabajo y desde un punto técnico innovará en tecnología para mejorar el producto.

El proyecto se acopla al Plan Nacional del Buen Vivir con el objetivo 5. Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria ya que aporta en la generación de empleos e incentiva el consumo de productos ecuatorianos. En esta perspectiva se buscará alcanzar un desarrollo sostenible en el que los recursos o materia prima para la producción sea en su mayoría ecuatorianas fomentando la mano de obra ecuatoriana y de esa manera buscar la sustentabilidad de cada familia.

1.02 Antecedentes

El jengibre conocido científicamente como “Zingiber Officinale” nombre botánico pensado por Linneo, es una planta originaria del sur oriente asiático para ser específicos de China y una parte de la India. Esta planta no fue exclusiva de Asia ya que en Europa fue usada por griegos y Romanos y en la caída del imperio fue comercializada por los árabes.

Se sabe que existió un emperador conocido como el emperador Yang que aproximadamente vivió hace unos 5000 años, él era un hombre al que le gustaba practicar la agricultura y conocer los beneficios que las plantas producían en la salud con su consumo. Fue uno de los primeros en proponer el uso de las plantas en infusiones y tés medicinales y también redactó la primera compilación del “Clásico de las raíces y hierbas del Divino Granjero” en donde explica y ordena todas las hierbas y plantas que descubrió según su tipo y su complejidad, es aquí en donde aparece por primera vez los usos del jengibre.

Muchas personas ven al jengibre como una especie oriental pero los antiguos griegos ya lo consideraban como una alternativa en la medicina es así que los romanos ya lo llevaban en su aprovisionamiento médico cuando entraron a Inglaterra, años más tarde fueron los españoles los que introdujeron la planta a América. El uso del jengibre ya se lo conoce desde hace siglos, con los rizomas se puede elaborar infusiones o cataplasmas para aliviar los dolores de cabeza, la gripe o dolores musculares.

Cada forma de jengibre tiene su valor propio y sus ventajas, es así que de igual manera sus propiedades terapéuticas son diferentes, como es de conocimiento es una planta cálida y seca y los antiguos médicos lo empleaban para calentar el estómago y combatir el frío. Las droguerías en el siglo XVII lo agregaban a todo tipo de remedios para favorecer la digestión y reducir la irritación del estómago.

El jengibre es una planta que pertenece a la familia de las Zingiberáceas que en origen sringavera significa “en forma de cuernos”, es una planta tuberosa que posee un tallo redondo entre 60 y 90 cm aproximadamente, tiene hojas lanceoladas muy delgadas, una flor blanca o roja en la punta y la parte que más se usa son sus rizomas (tipo de tallo que crece de manera subterránea y en sentido horizontal) su fuerte aroma se debe a la presencia del gingerol que es una sustancia que en su estructura molecular posee capsaicina y piperina.

Se da bien en los climas cálidos y húmedos con terrenos de suelo arcillosos sombreados. Mucha gente al carecer de conocimientos piensa que lo que se utiliza es la raíz, cosa que no es cierto, la parte importante del jengibre es el rizoma. Existe una gran variedad de plantas de este tipo, pero es en la India donde se dan más de 50 especies con aroma diferente, esto se debe al tipo de terreno, el clima y las condiciones donde fue cultivado. En el continente africano crecen las especies más picantes, las cuales son utilizadas para usos terapéuticos, en China encontramos las más suaves que son para usos gastronómicos y el mejor jengibre se lo puede encontrar en Latinoamérica, en el país de Jamaica.

Posee una gran cantidad de nutrientes esenciales y fundamentales, entre ellos se menciona los hidratos de carbono, grasas, ácidos grasos esenciales (oleico y

linoleico), aminoácidos como son la arginina, leucina, asparagina, histidina, lisina, metionina, treonina, tirosina, triptófano, valina, glutamínico y ácido aspártico, vitaminas C y niacina, minerales entre otros nutrientes

Su principal uso es en la gastronomía, el jengibre se puede usar en su estado natural o seco. Por su sabor penetrante se usa como condimento para carnes, pescados, mariscos, encurtidos, salsas, confituras y ciertos platos exóticos.

En la industria farmacéutica también es empleado para la fabricación de aceites los cuales sirven como relajantes musculares, también se lo emplea para tratar cualquier afección en los intestinos, pero más que nada al estómago y aparato digestivo en general, estimula el páncreas y aumenta la producción de enzimas que favorecen a la digestión, evitando efectos secundarios como acidez o pesadez. Además, como es antibacteriano, es eficaz para combatir problemas intestinales producidos por la alteración en la flora.

También es un remedio anti diarreico, ya que aumenta las bacterias beneficiosas en flora intestinal y así combatir a microorganismos infecciosos causantes de infecciones intestinales evita la aparición de úlceras ya que esta raíz sirve para equilibrar la producción de líquidos dentro del estómago.

El jengibre ayuda a la circulación sanguínea y a disolver los trombos que se hayan formado en las arterias. A la vez que es un remedio excelente contra el colesterol, siendo ideal para reducir los niveles elevados de grasas en la sangre. El jengibre se usa en Asia para evitar las náuseas en las mujeres embarazadas, por su fuerte aroma. Posee ciertas propiedades como la expectorante, lo que lo hace útil para los

problemas en el aparato respiratorio, tales como la gripe, los resfriados comunes, la mucosidad y el asma. A su vez, la propiedad antiinflamatoria en donde se puede usar como cataplasma para aliviar los dolores musculares y articulares, también es útil para los dolores de garganta, las anginas y la tos seca

La analgésica es una propiedad que alivia el dolor de cabeza, los dolores estomacales, las migrañas, las jaquecas, la diarrea ya que aumenta las bacterias beneficiosas en flora intestinal y así combatir a microorganismos infecciosos causantes de infecciones intestinales, Evita la aparición de úlceras ya que esta raíz sirve para equilibrar la producción de líquidos dentro del estómago.

El Ecuador goza de buenas condiciones climáticas y se puede cultivar jengibre durante todo el año a diferencia de otros países productores que solo producen en determinados periodos del año. Se calcula que en el país existen más de 100 hectáreas destinadas a este cultivo y que el área va en aumento para su siembra de acuerdo al Censo Nacional Agropecuario. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2016)

En el país, las zonas más aptas para cultivar jengibre se localizan en las áreas húmedas tropicales y subtropicales como son Esmeraldas, Quinindé, La Concordia, San Lorenzo, Santo Domingo de los Tsáchilas, Quevedo, El Triunfo, Maca, El Coca y Tena. Para su siembra se requiere de abundante agua por lo que se recomienda sembrar en terrenos bajos. En Morona Santiago, existe una fundación que trabaja conjuntamente con la comunidad Shuar en la elaboración de productos a base de

jengibre entre ellos encontramos aceites, jabones líquidos, jarabes y geles analgésicos, pese a esto, el Ecuador tiene una pequeña participación en el mercado.

Se conocen dos procesos más comunes para el secado y es por aspersión y liofilización.

El secado por aspersión es una técnica muy utilizada en la industria alimentaria y agroalimentaria, esta técnica permite la obtención de un producto en polvo a partir de un material líquido. Este proceso se inicia con la atomización del producto líquido generando pequeñas micro gotas las cuales al estar en contacto con un corriente de aire caliente de entre 150° a 300° son pulverizadas, de esta manera el aire actúa como calefactor.

El papel que cumple el aire caliente es muy importante con respecto al rendimiento y calidad del secado, ya que las condiciones en las que este sea moderado darán las propiedades al producto final el cual es enfriado y envasado.

Los beneficios del uso del secado por aspersión son la preservación de alimentos, el mantenimiento de las propiedades fisicoquímicas del producto, la homogeneidad del producto, tiempo de secado corto, un producto final con excelente presentación y muy fluido y soluble.

La liofilización es un método de desecación en el que se elimina el agua mediante la congelación del producto húmedo y luego se realiza la sublimación del hielo en el vacío. Se evita la fase líquida aplicando calor al hielo de esta manera, se sublima. Se considera que este proceso es el más suave para secar productor y es el mejor para secar compuestos orgánicos o inorgánicos sin alterar la composición, evitando totalmente la desnaturalización de las proteínas.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

El análisis situacional es una exploración de todos los factores que influyen sobre las actividades que la empresa realiza y como influirán en el futuro. La optima identificación del entorno permitirá determinar las oportunidades y amenazas presentes en el entorno externo y las fortalezas y debilidades que tiene si ámbito interno. (Salgado, 2015, pág. 15)

El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvolverá e la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos ya que estos influyen en cómo se proyecta la empresa. En el presente trabajo se realizará un análisis externo como también del entorno local en general.

Dentro del análisis se estudiará las variables más significativas del macro entorno y sus diferentes áreas, conocer a fondo las oportunidades y amenazas que la empresa pueda poseer es muy importante ya que se tomara la información para el avance de la investigación.

2.01 Ambiente Externo

“Estudio de variables sobre las cuales la empresa no tiene influencia alguna por tanto debe adaptarse a ellas”. (Salazar, 2004, pág. 15)

El entorno externo esta fuera de los límites de las organizaciones, son considerados como elementos muy importantes que actúan directamente evaluando acontecimientos y tendencias que suceden en el medio, tomando en cuenta que puede beneficiar o perjudicar significativamente al desarrollo del proyecto o a la organización.

2.01.01 Factor Económico

El factor económico es un conjunto de variables en las que se obtienen datos económicos de estadísticas y estudios que organizaciones como el Banco Central y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos hacen todos los meses.

2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)

El producto interno bruto se define como el valor de todos los bienes y servicios finales producidos en una economía en un periodo determinado. (Sánchez, 2006, pág. 218)

El producto se refiere a valor agregado, interno se refiere a que es la producción dentro de las fronteras de una economía y bruto se refiere a que no se contabiliza la variación de inventarios ni las depreciaciones o apreciaciones de capital. Es el valor monetario de los bienes y servicios finales de producidos por una economía en un periodo determinado.

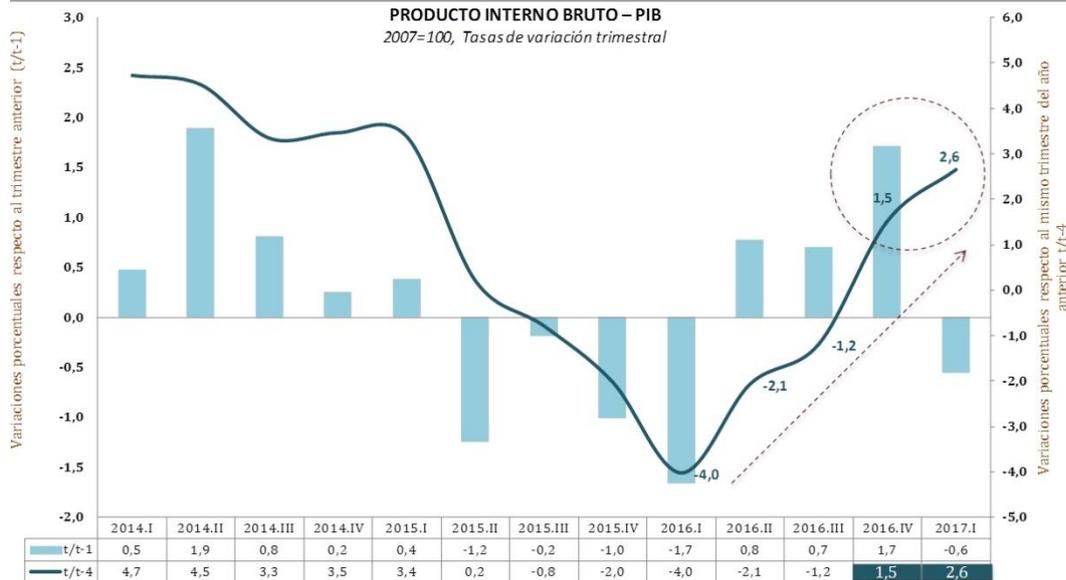


Figura 1: Producto Interno Bruto
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

Como se aprecia en el cuadro y gráfico anterior existe un mayor crecimiento económico con respecto a los años anteriores, por lo tanto, empresarialmente se puede dar más servicios que favorece tanto al crecimiento del país como a la microempresa. Pese a este crecimiento el PIB nacional es una amenaza de impacto alto ya que esta expuestos a cambios.

2.01.01.01.01 Producto Interno Bruto Sectorial (PIB SECTORIAL)

No existe una definición exacta pero esta variable se refiere al PIB por sectores, es decir, se toman datos de los diferentes sectores económicos.

Tabla 1 PIB Sectorial Manufacturero

Periodo	Índice	Var. Mensual	Var. Acumulada	Var. Anual
ene-17	88,64	-10,12%	-10,12%	-5,15%
feb-17	85,45	-3,61%	-13,36%	-13,82%
mar-17	95,74	12,05%	-2,92%	-5,27%
abr-17	86,89	-9,25%	-11,90%	-7,80%
may-17	90,01	3,60%	-8,73%	-8,44%
jun-17	90,16	0,16%	-8,58%	-8,75%
jul-17	89,64	-0,58%	-9,11%	-14,43%
ago-17	90,95	1,46%	-7,78%	-6,84%
sep-17	87,9	-3,35%	-10,87%	-16,99%
oct-17	90,98	3,50%	-7,75%	-11,70%
nov-17	89,92	-1,17%	-8,83%	-8,09%
dic-17	90,63	0,80%	-8,10%	-8,10%
ene-18	86,2	-4,90%	-4,90%	-2,76%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Sergio Tamayo

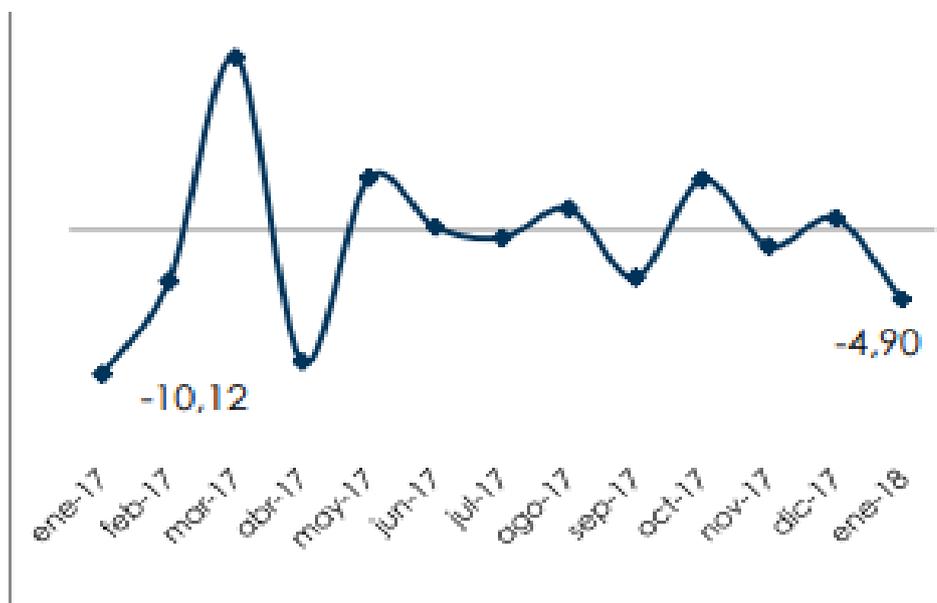


Figura 2: PIB Sectorial Manufacturero

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Es importante mencionar que el sector manufacturero es el que más aportado al crecimiento del PIB. Ha tenido un incremento en los últimos años ya que este sector ha formado parte de los planteamientos que se dan en relación al cambio de la matriz

productiva. Es una oportunidad de impacto medio ya que el sector manufacturero del país está en constante crecimiento.

2.01.01.02 Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. (Central, 2015)

La inflación es el aumento generalizado del nivel de precios de bienes y servicios.

Tabla 2 Inflación

Periodo	Inflación Anual Acumulada
2012	5.22%
2013	1.71%
2014	4.19%
2015	3.78%
2016	1.30%
Septiembre del 2017	-0.15%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Sergio Tamayo

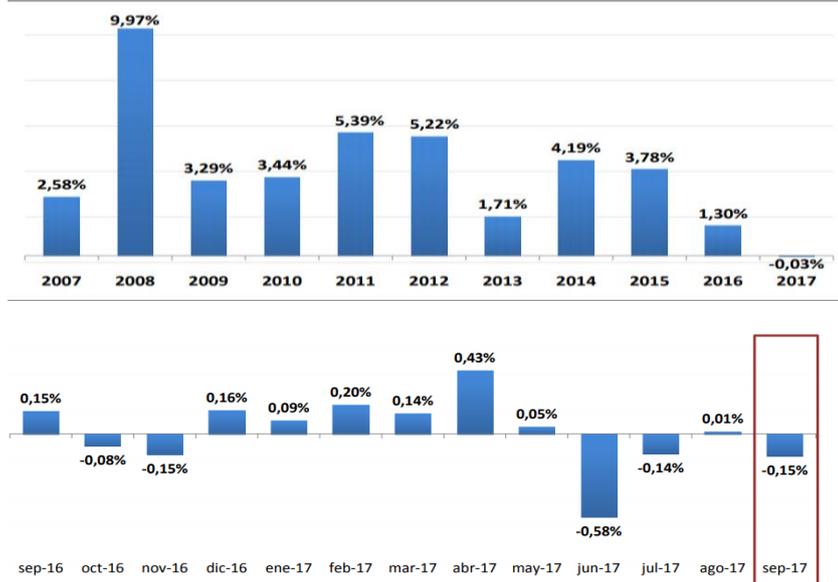


Figura 3: Inflación
Fuente; Banco Central
Elaborado por: Banco Central

Análisis

La inflación en el país tiene una baja muy importante. La inflación representa una amenaza de impacto alto, ya que al incrementar los precios de la canasta básica las personas optarán por consumir los productos básicos y pueden buscar productos sustitutos de menor precio, hay que tomar en cuenta que existe un problema de oferta y demanda y la inflación en el Ecuador no ha variado mucho.

2.01.01.03 Tasa de Interés

La tasa de interés, es el costo de usar dinero ajeno, se llama tasa activa, cuando es la que se cobra por otorgar un préstamo o crédito, y tasa pasiva cuando se trata de la que pagan los bancos por cuentas de ahorro o depósito a plazo. (Churión J. R., 2001, pág. 56)

Las políticas de las tasas de interés dependen del sistema económico de cada país, en el Ecuador las tasas de interés son altas, aunque comparándolas con las de otros países.

Una baja tasa de interés provoca atractivos para acceder a créditos que fomenten a la inversión, producción y reactivación de los distintos sectores abandonados y a su vez permite tener mayores recursos disponibles para el ahorro y consumo.

2.01.01.03.01 Tasa Activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). Son activas porque son recursos a favor de la banca. (Superintendencia de Bancos, 2016)

Es un porcentaje que cada institución bancaria posee para los distintos beneficios que son ofrecidos a sus clientes son establecidas de acuerdo al banco central y al mercado.

Tabla 3 Tasa Activa

No.	BANCO O COOPERATIVA	%	MONTO MINIMO Y EL MAXIMO	TIEMPO DE CRÉDITO	TIEMPO DE TRAMITE
1	Banco del Pacifico	16,06	2000 hasta 30000	42 meses	24 horas
2	Banco Internacional	16,06	Hasta 20000	24 meses	Inmediato
3	BanEcuador	11,86	500 hasta 50000	60 meses	24 horas

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Como se puede observar la tabla las tres entidades financieras cuentan con una tasa de interés media para la emisión de créditos, sin embargo, el BanEcuador ofrece la tasa más baja además de la comodidad en el pago de sus cuotas por lo que, sería más factible hacer un préstamo para el financiamiento de la microempresa

Siendo la tasa de interés activa una variable clave en la economía por indicar el costo de financiamiento de las empresas, para el proyecto representa una amenaza de impacto medio, debido a que se va a necesitar un financiamiento bancario para realizar las operaciones.

2.01.01.03.02 Tasa 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. En otras palabras, cada vez que una persona abre un certificado de depósito, o bien una cuenta de ahorros, o cualquier otro producto que implique un retorno, se torna en una deuda u obligación financiera para la institución, a razón de que debe pagar intereses por el dinero que está adquiriendo, durante un período determinado. (Ortiz, 2014)

Las políticas de las tasas de interés dependen del sistema económico de cada país, en el Ecuador las tasas de interés son altas, aunque comparándolas con las de otros países.

Tabla 4 Tasa Pasiva

AÑO	PORCENTAJE
2014	5,34%
2015	5,78%
2016	5,95%
2017	4,89%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Sergio Tamayo

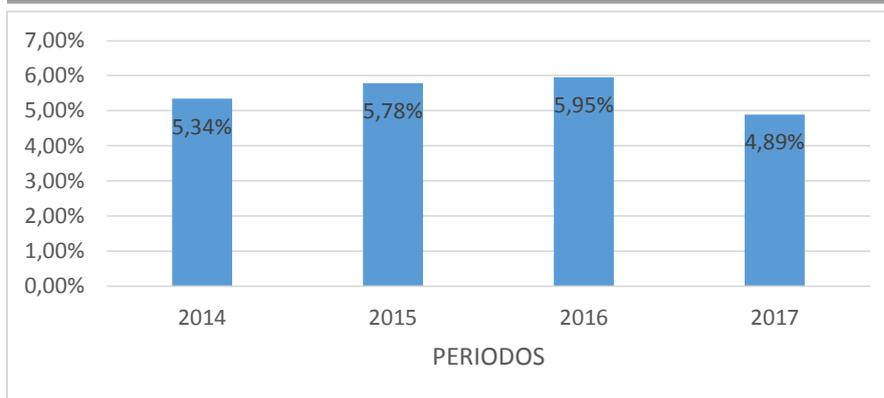


Figura 4: Tasa Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

La tasa de interés pasiva muestra la variación porcentual en las entidades financieras ante un depósito y en el caso de que el proyecto empiece a generar utilidades cuánto se ganaría por el interés, es decir cuánto pagaría el banco por dichos depósitos.

Para el proyecto representa una irrelevante, pues estimularía a los empresarios a invertir su capital para obtener mayores rendimientos

2.01.01.04 Balanza Comercial

“Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un periodo. El saldo de la misma es la diferencia entre las exportaciones e importaciones”. (EcuRed, 2018)

En el mundo la balanza comercial representa un índice fundamental en la economía de un país para su bienestar y cabe destacar que los bienes y servicios que produce una nación cuentan para las importaciones y exportaciones que se realicen.

Tabla 5 Balanza Comercial

Año	Balanza Comercial Petrolera			Balanza Comercial No Petrolera			
	Importación	Exportación	Total, Petrolera	Importaciones	Exportaciones	Total, No Petrolera	Total, Balanza Comercial
2014	4695,9	10688,8	5992,9	14709	9276,5	-5432,5	560,4
2015	3102,2	5505,5	2403,3	12853,3	8737,1	-4116,2	-1712,9
2016	1769,7	3858,1	2088,4	9413,9	8301,9	-1112	976,4
2017	2316,7	4978,6	2661,9	11470,6	9066,7	-2403,9	258

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Sergio Tamayo

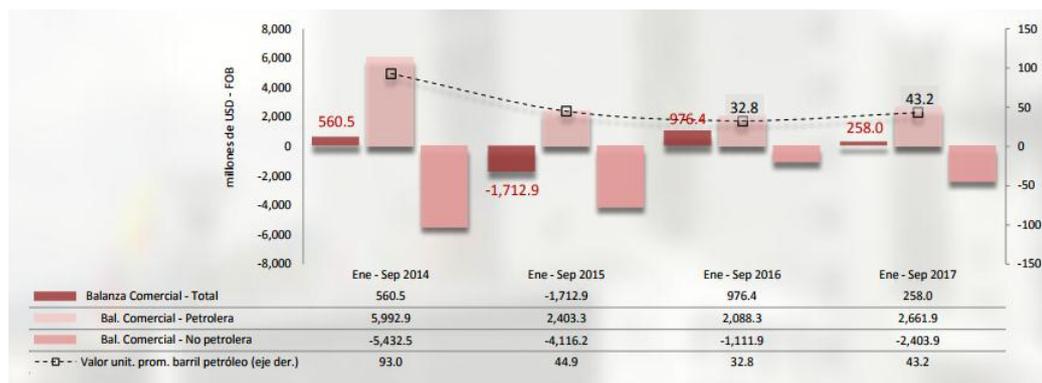


Figura 5: Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

Como se puede identificar en el gráfico proporcionado por el Banco Central del Ecuador la balanza comercial no petrolera disminuyó su déficit con respecto al año anterior. Esto permite visualizar cuál ha sido el comportamiento de las importaciones de materia prima, en lo que respecta a este factor éste incremento se ha producido principalmente para cubrir la demanda de materiales y productos, es decir, el mercado ecuatoriano insiste por la adquisición de productos del extranjero.

El factor representa una amenaza de impacto alto para el negocio ya que se produce una mayor demanda por productos del extranjero y se dejaría de lado la producción nacional.

2.01.01.05 Riesgo País

“El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras”. (Ccaccya, 2016)

Es un indicador económico que refleja el nivel de riesgo que está pasando el país, a los inversionistas extranjeros para analizar si van a tener rentabilidad o existirá pérdida, en este indicador se refleja la estabilidad económica que el país está viviendo.

Tabla 6 Riesgo País

Fecha	Valor
Noviembre-24-2017	510.00
Noviembre-23-2017	517.00
Noviembre-22-2017	517.00
Noviembre-21-2017	527.00
Noviembre-20-2017	543.00
Noviembre-19-2017	552.00
Noviembre-18-2017	552.00
Noviembre-17-2017	552.00
Noviembre-16-2017	557.00
Noviembre-15-2017	581.00
Noviembre-14-2017	560.00

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Para el proyecto representa una amenaza de impacto alto ya que la economía se ve altamente amenazada a más del corte de la inversión externa, por el aumento de la deuda externa, la caída de la actividad económica en el país, que afecta todas las nuevas exportaciones incluyendo remesas que hace perder competitividad y la reducción de los ingresos fiscales por la caída de las actividades económicas.

2.01.02 Factor Social

Factores sociales, son aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sea en el lugar y en el espacio en el que se encuentren. (Sanchez, 2016)

El factor social es aquello que afecta directamente al ser humano en su entorno en donde se incluyen aspectos demográficos y culturales.

2.01.02.01 Población Económicamente Activa

“Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o, aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados)”. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

La población económicamente activa son todas aquellas personas mayores de 15 años que se encuentran en total disponibilidad de trabajar por si mismos o ser contratados.

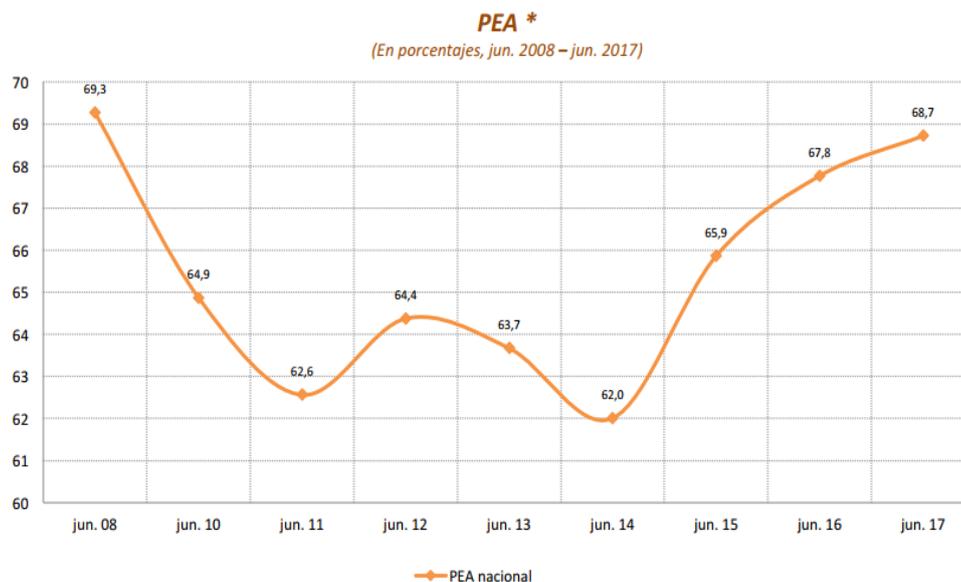


Figura 6: Población Económicamente Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Sergio Tamayo

Tabla 7 Población Económicamente Activa 2017

AÑOS	POBLACION
De 10 a 14 Años	235264
De 15 a 19 Años	234409
De 20 a 24 Años	245069
De 25 a 29 Años	239934
De 30 a 34 Años	208674
De 35 a 39 Años	181171
De 40 a 44 Años	155305
De 45 a 49 Años	145001
De 50 a 54 Años	116358
De 55 a 59 Años	95806
De 60 a 64 Años	73381
De 65 a 69 Años	57119
TOTAL	1987491

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Cabe mencionar, según los datos estadísticos se observa los cambios que existe, con un incremento en la Población Económicamente Activa, por lo que se puede indicar que hay mayor grado de ocupación. Es una Oportunidad de impacto alto para la microempresa, aportando con un empleo digno, y un sustento para el sector, bajando los índices de desempleo, y poder mantener la estabilidad económica del país.

2.01.02.02 Desempleo

Personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no estuvieron Empleados y presentan ciertas características: i) No tuvieron empleo, no estuvieron empleados la semana pasada y están disponibles para trabajar; ii) buscaron trabajo o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores. Se distinguen dos tipos de desempleo: abierto y oculto. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

Esta variable analiza el grupo de personas que quedaron sin empleo por despido o por renuncia o personas que consiguieron o se incorporaron recientemente algún tipo de trabajo.

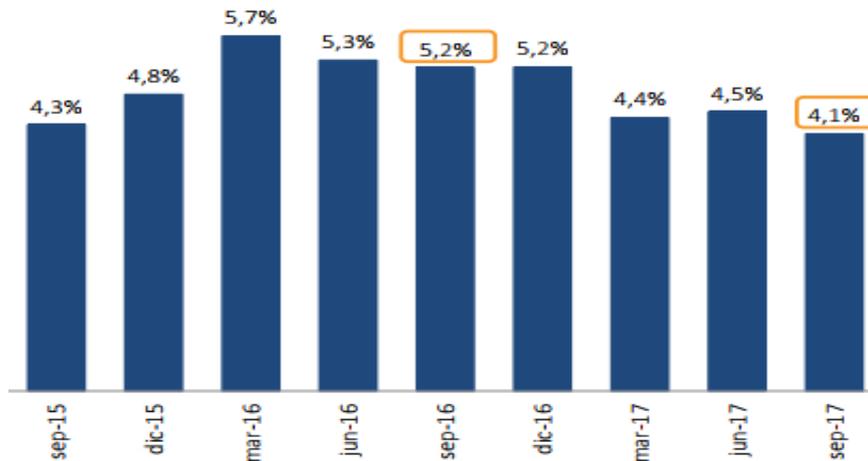


Figura 7: Desempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Análisis

Como se puede observar en el gráfico la tasa de desempleo en el 2017 bajo a 4,21% con una diferencia de 1,1 puntos con lo que respecta al año anterior. Esto implica una oportunidad de impacto medio para el proyecto ya que se pretende disminuir la tasa de desempleo al generar más fuentes de trabajo.

2.01.02.03 Subempleo

Son personas en empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y tienen el deseo y disponibilidad de trabajar horas 18 adicionales. Es la sumatoria del subempleo por insuficiencia de tiempo de trabajo y subempleo por insuficiencia de ingresos. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017)

El subempleo es un empleo que no es tomado por tiempo completo, por lo tanto, no es retribuido con el salario básico sino con un salario mínimo el cual por lo general es solo remunerado por las horas trabajadas.

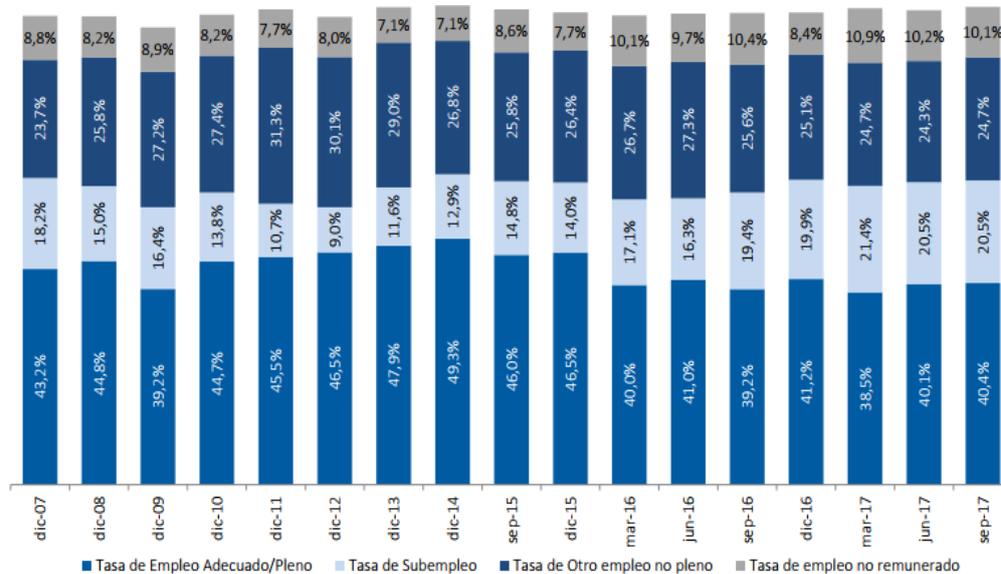


Figura 8: Subempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Análisis

La variable permite conocer el índice de personas que trabajan en ocupaciones no relacionadas con su profesión para el proyecto este indicador es una oportunidad en donde se encuentra un mercado laboral y el impacto que tendrá en el desarrollo del proyecto es bajo.

2.01.03 Factor Legal

Está formado por las leyes, las agencias gubernamentales y los grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones de una sociedad determinada. El gobierno afecta prácticamente a todas las empresas y todos los aspectos de la vida. En cuanto a lo referente a los negocios, desempeña dos papeles principales: los fomenta y los limita. (Melgar, 2011)

Para el correcto funcionamiento la empresa deberá contar con ciertos requisitos necesarios e indispensables que se detallan a continuación:

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

EL Servicio de Rentas Internas mencionó que:

El Servicio de Rentas Internas nació el 2 de diciembre de 1997 basándose en los principios de justicia y equidad, como respuesta a la alta evasión tributaria, alimentada por la ausencia casi total de cultura tributaria. Desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria. (Servicios de Rentas Internas, 2016)

Art. 3.- DE LA INSCRIPCION OBLIGATORIA. - Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

Art. 4.- DE LA INSCRIPCION. - La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado. Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación

real de sus actividades, según el caso, y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.

2.01.03.01 RUC

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

Para la obtención del RUC se necesita:

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad
- Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.
- Permiso de bomberos.
- Patente municipal.

2.01.03.02 Permiso de los bomberos

Art. 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación.

Requisitos para obtener el permiso:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados) (Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito).

2.01.03.03 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una entidad, cuya organización y funcionamiento se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Se encarga de aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio que forma parte del sistema nacional de Seguridad Social. (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2013)

El empleador tiene la obligación de registrar al trabajador/a desde el primer día de labor, mediante aviso de entrada que se envía a través de la página web de la Institución.

El afiliado tiene la obligación de exigir al empleador la afiliación al IESS y los pagos mensuales de aportes, entre los primeros quince días siguientes al mes trabajado.

El trabajador deberá entregar al IESS un aporte de 9.45% de su sueldo, mientras que el empleador deberá dar un aporte del 11.15% del sueldo del trabajador.

2.01.03.04 Permiso de funcionamiento LUAE

Requisitos para obtener el permiso:

- Formulario LUAE
- Copia de RUC
- Copia de la Cédula de Identidad
- Copia de la Papeleta de votación
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos.

Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar

publicidad exterior:

- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de

Copropietarios o del Administrador como representante legal

- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)

- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA)

Obtener el permiso de funcionamiento emitido por el ministerio de salud (para los establecimientos que requieren control sanitario)

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento

-
- Planilla de inspección
 - Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria
 - Lista de productos a elaborar
 - Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes
 - Croquis de la ubicación de la planta
 - Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industria
 - Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa
 - Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario
 - Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud
 - Copia del RUC del establecimiento

2.01.03.05 Permiso de Marca

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00 USD. La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

Procedimiento de Registro

Presentada la solicitud, pasa a un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos, de ser así se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial, con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones efectuadas. Si no existe oposición, se efectúa el examen de registrabilidad para la posterior emisión de

la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro.

2.01.03.06 Permisos Ambientales

La ley 64-00, Art. 40 dispone que “Todo proyecto, obra de infraestructura, industria, o cualquier otra actividad que por sus características pueda afectar, de una u otra manera, el medio ambiente y los recursos naturales, deberá obtener del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, previo a su ejecución, el permiso ambiental o la licencia ambiental, según la magnitud de los efectos que pueda causar”. Estas autorizaciones ambientales son instrumentos para la gestión del medio ambiente y los recursos naturales a fin de garantizar el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales en la economía sin el menoscabo del bienestar de la sociedad. (Ministerio del Ambiente, 2016)

Para el permiso se necesita los siguientes requisitos:

- Certificado de intersección (Emitido por el Ministerio del Ambiente).
- Categorización Ambiental de la actividad o proyecto propuesto.
- Ficha ambiental y Plan de Manejo Ambiental (aplica con categoría III).
- Términos de referencia del proyecto (aplica con categoría I y II).
- Borrador del Estudio de Impacto Ambiental (EsIA) o Estudio de Impacto Ambiental Expost (para actividades en funcionamiento)
- Procesos de Participación Ciudadana.
- Estudio del Impacto Ambiental definitivo o Estudio de Impacto Ambiental Expost definitivo.

- Emisión de la Licencia Ambiental, previo el pago de tasas y presentación de garantías.

2.01.03.07 Buenas Prácticas de Manufactura

Conjunto de medidas preventivas y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para el consumo humano, con el objetivo de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan así los riesgos potenciales o peligros para su inocuidad. (Del Pozo, 2015)

Se exceptúan del cumplimiento de la Notificación Sanitaria, pero están sujetos a la vigilancia y control sanitario por parte de la ARCSA Alimentos procesados elaborados en líneas de producción certificadas con Buenas Prácticas de Manufactura.

Requisitos Higiénicos de Fabricación

El personal que trabaja en empresas industriales debe tener presente una serie de prácticas higiénicas destinadas a evitar la contaminación de los productos que manipula. A diferencia de otras actividades, donde el error humano puede afectar sólo a una parte del proceso, en la alimentación puede significar una contaminación general, con el consiguiente riesgo de los consumidores.

En la manipulación se debe tener en cuenta:

- Todo manipulador de alimentos recibirá un adiestramiento básico en materia de higiene de los alimentos.
- No podrán manipular alimentos aquellas personas que padezcan de infecciones o lesiones dérmicas, otitis, rinitis o conjuntivitis, u otras infecciones agudas respiratorias o gastrointestinales.
- Los manipuladores usarán un vestuario adecuado a su puesto de trabajo, que debe mantenerse limpio.

- Mantendrán un buen aseo personal, uñas cortas y limpias, cabello recogido y cubierto con gorro o pañuelo. Durante su labor no usarán prendas u objetos que constituyan riesgo de contaminación para el alimento.
- En el área de elaboración no se podrá fumar, comer, hablar encima de los alimentos o realizar cualquier otra práctica no higiénica.
- El manipulador de alimentos no podrá realizar a la vez tareas de limpieza de pisos o locales y equipos o utensilios.
- Limpieza y desinfección al final de cada Jornada de labor: Física (ausencia de desperdicios y materias extrañas). Química (adecuada selección de detergentes y desinfectantes utilizados). Bacteriológica (ausencia razonable de microorganismos en la línea de producción).

REGISTRO CERTIFICADO BPM

- Solicitud
- Copia del certificado emitido por el Organismo de Inspección Acreditado.
- Copia del informe favorable de la inspección, con la declaración de las líneas certificadas, la lista de los alimentos procesados y cada una de las presentaciones de acuerdo a la línea.
- Copia del acta de inspección.
- El plan de trabajo para el cierre de las no conformidades menores, de ser el caso.

2.01.03.08 Seguridad Industrial

La Dirección de Seguridad y Salud en el Trabajo surge como parte de los derechos del trabajo y su protección. El programa existe desde que la ley determinara que “los riesgos del trabajo son de cuenta del empleador” y que hay obligaciones, derechos y deberes que cumplir en cuanto a la prevención de riesgos laborales. A través del Programa de Seguridad y Salud en el trabajo se

ha desarrollado el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en los Centros de Trabajo del País, afianzamiento del tema de responsabilidad solidaria en los centros de trabajo respecto a requisitos para contratación de obras y servicios. (Ministerio del Trabajo, 2014)

Esta variable analiza los derechos y obligaciones de los trabajadores protegiendo su integridad, salud y seguridad en el ámbito laboral.

Art. 40.- VESTUARIOS.

- Todos los centros de trabajo dispondrán de cuartos vestuarios para uso del personal debidamente separados para los trabajadores de uno u otro sexo y en una superficie adecuada al número de trabajadores que deben usarlos en forma simultánea.
- Estarán provistos de asientos y de armarios individuales, con llave, para guardar la ropa y el calzado.
- Cuando se trate de establecimientos industriales insalubres en los que manipulen o se esté expuestos a productos tóxicos o infecciosos, los trabajadores dispondrán de armario doble, uno para la ropa de trabajo y otro para la ropa de calle.
- En oficinas y comercios los cuartos vestuarios podrán ser sustituidos por colgadores o armarios que permitan guardar la ropa. (Ministerio del Trabajo, 2014)

Art. 91. UTILIZACIÓN Y MANTENIMIENTO DE MÁQUINAS FIJAS

- Las máquinas se utilizarán únicamente en las funciones para las que han sido diseñadas.

- Todo operario que utilice una máquina deberá haber sido instruido y entrenado adecuadamente en su manejo y en los riesgos inherentes a la misma. Asimismo, recibirá instrucciones concretas sobre las prendas y elementos de protección personal que esté obligado a utilizar.
- No se utilizará una máquina si no está en perfecto estado de funcionamiento, con sus protectores y dispositivos de seguridad en posición y funcionamiento correctos.

Art. 176. ROPA DE TRABAJO.

- Siempre que el trabajo implique por sus características un determinado riesgo de accidente o enfermedad profesional, o sea marcadamente sucio, deberá utilizarse ropa de trabajo adecuada que será suministrada por el empresario. Igual obligación se impone en aquellas actividades en que, de no usarse ropa de trabajo, puedan derivarse riesgos para el trabajador o para los consumidores de alimentos, bebidas o medicamentos que en la empresa se elaboren para las operaciones de alimentación, extracción y cambio de útiles, que, por el peso, tamaño, forma o contenido de las piezas entrañen riesgos, se dispondrán los mecanismos y accesorios necesarios para evitarlos.
(Ministerio del Trabajo, 2014)

La ropa de protección personal deberá reunir las siguientes características:

- Ajustar bien, sin perjuicio de la comodidad del trabajador y de su facilidad de movimiento.
- No tener partes sueltas, desgarradas o rotas.

- No ocasionar afecciones cuando se halle en contacto con la piel del usuario.
- Carecer de elementos que cuelguen o sobresalgan, cuando se trabaje en lugares con riesgo derivados de máquinas o elementos en movimiento.
- Tener dispositivos de cierre o abrochado suficientemente seguros, suprimiéndose los elementos excesivamente salientes.
- Ser de tejido y confección adecuados a las condiciones de temperatura y humedad del puesto de trabajo.

Art. 181. PROTECCIÓN DE LAS EXTREMIDADES SUPERIORES.

La protección de las extremidades superiores se realizará, principalmente, por medio de dediles, guantes, mitones, manoplas y mangas seleccionadas de distintos materiales, para los trabajos que impliquen, entre otros los siguientes riesgos:

- Contactos con agresivos químicos o biológicos.
- Impactos o salpicaduras peligrosas.
- Cortes, pinchazos o quemaduras.
- Contactos de tipo eléctrico.
- Exposición a altas o bajas temperaturas.
- Exposición a radiaciones. (Ministerio del Trabajo, 2014)

Art. 182. PROTECCIÓN DE LAS EXTREMIDADES INFERIORES.

Los medios de protección de las extremidades inferiores serán seleccionados, principalmente, en función de los siguientes riesgos:

- Caídas, proyecciones de objetos o golpes.
- Perforación o corte de suelas del calzado.
- Humedad o agresivos químicos.

- Contactos eléctricos.
- Contactos con productos a altas temperaturas.
- Inflamabilidad o explosión.
- Deslizamiento
- Picaduras de ofidios, arácnidos u otros animales.

2.01.04 Factor Político

En general, la intervención del Estado se puede dar de muchas formas, sin embargo, fundamentalmente, tiene el propósito de modificar el comportamiento de los sujetos económicos a través de los incentivos, estímulos, beneficios tributarios, entre otras., o de prohibir o limitar las acciones de estos sujetos. (Hill, 1985, pág. 210)

La política económica es la estrategia que formulan los gobiernos para conducir la economía de los países. Esta estrategia utiliza la manipulación de ciertas herramientas para obtener fines o resultados económicos específicos.

Una de las herramientas utilizadas se relaciona con la política monetaria, por ejemplo, a través de las decisiones sobre la emisión de dinero, puede generar efectos sobre la inflación o las tasas de interés.

2.01.04.01 Ley Orgánica de Régimen Tributario

Se denomina poder legislativo a una de las tres facultades y funciones primordiales del Estado (junto con el poder ejecutivo y el judicial), que consiste en la aprobación de normas con rango de ley.

Es una de las tres ramas en que tradicionalmente se divide el poder de un Estado en una democracia, el poder legislativo elabora y modifica las leyes existentes de acuerdo con la opinión de los ciudadanos. Otra de su función específica es la

aprobación de las leyes y generalmente, está a cargo de un cuerpo deliberativo (congreso o parlamento).

La declaración de impuestos es un procedimiento mediante el cual el contribuyente, cumple sus obligaciones tributarias, es decir, realiza el pago de sus impuestos a cargo, mismos que son producto de su actividad económica, ley a la cual tenemos que acogernos, y los procesos más importantes son la declaración de las obligaciones tributarias y exenciones de impuestos, se tomaría en cuenta para dar apertura, ya que el nivel de ventas del primer año podría acogerse al Régimen Impositivo Simplificado RISE, el cual tendría varios beneficios como son:

- No necesita hacer declaraciones, por lo tanto, se evita la contratación de terceras personas
- Se evita que le hagan retenciones de impuestos.
- Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta
- No tendrá obligación de llevar contabilidad

Análisis

Actualmente gracias a ley tributaria que ha sido implantada en el país por el gobierno creando una cultura tributaria en la que los contribuyentes cumplen con sus obligaciones con el fisco debido a esta situación y al importante crecimiento de los mismos para la empresa generaría una oportunidad por el incremento de contribuyente en el que nos permite acogernos al Régimen Impositivo Simplificado RISE para empezar nuestra actividad. Para la empresa es una Amenaza de impacto alto.

2.01.05 Factor Ambiental

La contaminación ambiental es el resultado del desarrollo y progreso tecnológico, ha originado diversas formas de contaminación, las cuales alteran el equilibrio físico y mental del ser humano conllevando esto al gran desarrollo de las empresas y al deterioro excesivo de nuestro medio ambiente. (Ministerio del Ambiente, 2016)

Ambiente, conjunto de elementos abióticos (energía solar, suelo, agua y aire) y bióticos (organismos vivos) que integran la delgada capa de la Tierra llamada biosfera, sustento y hogar de los seres vivos.

Análisis

En el país se ha creado una Ley de Gestión Ambiental que constituye el cuerpo legal específico más importante atinente a la protección ambiental. Esta ley está relacionada directamente con la prevención, control y sanción a las actividades contaminantes a los recursos naturales y establece las directrices de política ambiental, así como determina las obligaciones, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones dentro de este campo.

El Entorno Ambiental dentro de la empresa es considerado una amenaza impacto medio por varios aspectos entre ellos está la creación de la ley de gestión ambiental, esta ley le obliga a la empresa a crear planes de acción para mitigar el problema causándole un gasto, lo que se quiere lograr es la concientización del daño que producen al medio ambiente.

2.01.06 Factor Tecnológico

Es el conjunto ordenado de todos los conocimientos usados en la producción, distribución (a través del comercio o de cualquier otro método) y uso de bienes y servicios. Por lo tanto, cubre no solamente el conocimiento científico y tecnológico obteniendo por investigación y desarrollo, sino también el derivado de experiencias empíricas, la tradición, habilidades manuales, intuiciones, copia, adaptación, etc. (Sabato, 1982, pág. 123)

Hoy en día, los progresos en la tecnología que abarcan los equipos y maquinarias están teniendo un gran efecto en toda empresa con su innovación continua de nuevas maquinarias han logrado ofrecer un gran servicio. Por lo tanto, es evidente que las nuevas tecnologías son un elemento imprescindible y en continuo desarrollo dentro de cualquier empresa.



Figura 9: Computador portátil Intel i7
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo



Figura 10: Impresora Epson WF 2750

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo



TS-M600 potato peeling and washing machine

Figura 11: TS-M600 Lavadora y Peladora de Jengibre

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo



Figura 12: Secadora de Tambor
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo



Multi uso ajo jengibre máquina de proceso frío
pasta que hace la máquina

Figura 13: Máquina Desintegradora de Jengibre
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo



Figura 14: Maquina Empacadora de Polvo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo



Figura 15: Impresora para facturación

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo



Nuevo - 123 vendidos

Balanza Electrónica Industrial 500 Kg

Figura 16: Balanza Electrónica Industrial
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

La tecnología para la microempresa es una oportunidad de impacto alto ya que el encontrarse en un mundo globalizado, el uso es de suma importancia ya que por medio de ellos los productos tendrán mayor acogida en el mercado y sobre todo se tendrá mayor productividad, mayores estándares de calidad y mayor variedad de productos, gracias a los nuevos equipos y de la innovación de tecnología han logrado tener un gran resultado en el servicio que ofrecen y obtener un prestigio ante sus clientes logrando su desarrollo como empresa.

2.02 Entorno Local

Es la idea de determinar, por un lado, cual es el potencial de recursos con el que se cuenta y que está subutilizado y, por otro lado, cuáles las necesidades que se requiere satisfacer de las personas, de las comunidades, de las colectividades, y de la sociedad en su conjunto. (Roque, 1997, pág. 52)

El entorno local se basa en el estudio en el cual se va a desarrollar la empresa, estos factores son muy importantes ya que se van a analizar factores que involucran al desenvolvimiento de la organización donde se dará a conocer si representan una amenaza o una oportunidad.

2.02.01 Clientes

Las organizaciones existen para satisfacer las necesidades de los clientes, es él quien absorbe el producto. Los clientes obviamente representan una incertidumbre potencial para las organizaciones. Los gustos del consumidor pueden cambiar. Estos pueden quedar insatisfechos con el producto o servicio de la organización. En general esperaríamos que los compradores representen mayor incertidumbre para los administradores de cualquier nivel. (Figueros, 2011)

Las empresas deberán analizar del cliente aspectos relacionados con variables sociales culturales económicas niveles de consumo per sección de calidad y durabilidad del bien o servicio que tiene el cliente las tendencias y preferencias de consumo del mismo y niveles de demanda identificando el perfil siendo ellos quienes crean la imagen de la empresa dependiendo del trato y siendo un pilar fundamental para el negocio porque a medida que se cuente con más y mejores clientes, los volúmenes de ventas e ingresos serán mayores y la empresa podrá sostenerse y crecer.

Tabla 8 Clientes

DENOMINACION	PROMEDIO EDADES	DESCRIPCIÓN
ADULTOS	25-80	Enfocado a los docentes
TIENDAS		Centros Naturistas
BODEGAS		Supermercados

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Los posibles clientes potenciales serán los docentes a quienes se proporcionara el producto por medio de la atención, calidad e innovación pudiendo así también el cliente aprovechar las propiedades terapéuticas y nutricionales. Para la microempresa es una oportunidad de impacto alto ya que por medio de tiendas y supermercados se logrará captar la atención de futuros compradores.

2.02.02 Proveedores

“Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin”. (Laseter, 2000, pág. 65)

Entonces, los proveedores es la persona que va abastecer a la empresa con existencias, los cuales van hacer transformados para venderlos posteriormente al consumidor o cliente.

Tabla 9 Proveedores

PROVEEDORES	DESCRIPCIÓN MATERIA PRIMA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
PRODUCTOS LA CENA	JENGIBRE EN POLVO	GUAYAQUIL - ECUADOR	(593-4) 2499599
EXPOFRUTH	JENGIBRE Y FRUTAS TROPICALES	SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS - ECUADOR	023740582 / 0997953565 / 0997273857
PROVEFRU GROUP	JENGIBRE	Ayapamba s/n y Av. Tnte Hugo Ortiz - Mercado mayorista D.M. Quito Bloque B3 - Bodega 102	(593) 22 674 900
MIEL DE ABEJA PURA	MIEL DE ABEJA	TUNGURAHUA – ECUADOR	095 623 250 0997293808
Miel de Abeja Esperanza - Haydee Tomalá	MIEL DE ABEJA, PANELA GRANULADA	SANTA ELENA - ECUADOR	098 865 7342
SCHULLO	PANELA	QUITO – ECUADOR	022229097 / 022228852

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Los proveedores para la microempresa es un factor muy importante ya que facilitan los insumos necesarios para llegar al producto final, por lo cual la tabla muestra que se tienen varios proveedores principales que abastecerán la materia prima de buena calidad y a bajos costos de adquisición. Será una oportunidad de impacto alto.

2.02.03 Competidores

“Todas las organizaciones tienen uno o más competidores. Ninguna administración puede darse el lujo de ignorar a sus competidores. Cuando lo hacen, pagan un precio muy alto. Los competidores se pueden ver desde el punto de vista de los precios, ofrecimiento de servicios, de adquisición de productos nuevos y similares. Representan una fuerza ambiental importante que la administración que debe verificar, prepararse y responder a todo esto”. (Anyi, 2011)

Se considera competencia a otra microempresa que produce los mismos productos y compite por los mismos clientes la competencia por naturaleza promueve un entorno positivo de negocios en razón que genera estrategias (acciones)

diferenciadas para atraer clientes que consuman su producto o utilicen su servicio; y además porque ínsita a mejorar los procesos y procedimientos de trabajo para innovar los productos o servicios con el fin de que estos sean de menor costo y mejor calidad.

Análisis

Para la microempresa es una oportunidad de alto impacto debido a que se va a insertar en el mercado un producto nuevo no existe competencia para la empresa a nivel nacional.

2.03 Análisis Factores Externos

“Una de las aplicaciones del análisis FODA es la de determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa”. (Marketing, 1994, pág. 34)

El análisis factores externos ayuda a identificar las oportunidades y amenazas que puede tener la microempresa.

Tabla 10 Factores Externos

	Nivel de Impacto		
	Bajo	Medio	Alto
Amenazas			
PIB			x
Inflación			x
Balanza Comercial			x
Riesgo País		x	
Tasa Activa		x	
Factor Legal		x	
Factor Ambiental		x	
Factor Político			X
Oportunidades			
PIB Sectorial		x	
Factor Tecnológico			X
Factor Social		x	
Clientes			X
Proveedores			X
Competidores			X

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

2.04 Análisis Interno

El análisis interno tiene como actividad fundamental integrada en el conocimiento y confirmación de la estrategia, el análisis y revisión de los procesos principales de negocio, en especial aquellos que están ligados al cliente o consumidor final o que implican aspectos competitivos clave de la empresa. (Arjona, 1999, pág. 113)

El análisis situacional es en donde se estudia detalladamente y de manera minuciosa las estrategias y procesos fundamentales de un negocio en especial aquellos que se encargan de brindar un buen servicio al público y que poseen ámbitos de competitividad.

2.04.01 Propuesta Estratégica

“Es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas, estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo”. (Gardey, 2008)

Es una función administrativa en el cual la empresa u organización decide lo que la empresa quiere a futuro definiendo así los resultados, estrategias y políticas tomando las mejores decisiones para lograr las metas y objetivos planteados.

2.04.01.01 Misión

Es un enunciado por medio del cual la empresa comunica, tanto a los agentes internos como a los externos, sus objetivos y filosofía. La misión es lo que distingue a una entidad ante las demás empresas y ante la sociedad. El enunciado de la misión debe ser corto, claro y conciso, para evitar ambigüedades e imprecisiones. Asimismo, la misión genera compromisos, valores, etcétera. (Cervera, 2013)

Es la actividad principal de la microempresa como se va a desarrollar en el mercado a lo que se va a dedicar, las necesidades que va a satisfacer, al público que va dirigido por qué existe la empresa y cuál es el público objetivo.

Ser una microempresa líder en la producción y comercialización de cristales inmediatos de la miel de jengibre, destacándose por producir y proveer un producto de alta calidad, con propiedades terapéuticas y nutricionales, con un toque casero para el consumo del cliente.

2.04.01.02 Visión

“La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar”. (Amaya, 2003)

Es la propuesta que tiene a largo plazo la organización a través de metas y fuerzas motivadoras, a lo que se aspira a llegar como empresa.

Alcanzar el reconocimiento a nivel nacional en el 2020 y especializarnos en cada segmento de mercado que existe en la actualidad cumpliendo cada requerimiento que nos exija el cliente en el menor tiempo posible.

2.04.01.03 Objetivos

“Como objetivo se denomina el fin al que se desea llegar o la meta que se pretende lograr. Es lo que impulsa al individuo a tomar decisiones o a perseguir sus aspiraciones es sinónimo de destino, fin, meta”. (Cervera, 2013)

Este es el fin al que se dirige una acción u operación siendo el resultado de las metas y procesos de la organización a través de la buena toma de decisiones

2.04.01.03.01 Objetivo General

Los objetivos generales corresponden a las finalidades genéricas de un proyecto o entidad. No señalan resultados concretos ni directamente medibles por medio de indicadores, pero sí que expresan el propósito central del proyecto. Tienen que ser coherentes con la misión de la entidad”. (Cervera, 2013)

El objetivo general indica lo que se desea indagar o analizar del proyecto sirviendo así de guía para el mismo, permitiendo determinar las etapas del proceso del estudio a realizar, siendo el objetivo claro y preciso.

Aportar al desarrollo económico del país mediante la implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cristales inmediatos de la miel de jengibre a través de un estudio de factibilidad utilizando herramientas de investigación en la que se ofrecerá un producto con propiedades terapéuticas y nutricionales.

2.04.01.03.02 Objetivos Específicos

“Se derivan de los objetivos generales y los concretan, señalando el camino que hay que seguir para conseguirlos. Indican los efectos específicos que se quieren conseguir, aunque no explicitan acciones directamente medibles mediante indicadores”. (Cervera, 2013)

Se derivan de los objetivos generales deben ser medibles, alcanzables es decir deben ser logrados con el tiempo, y realizables deben estar dentro del presupuesto y sobre todo específicos para así evitar diferentes interpretaciones.

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha y establecer estrategias para la comercialización del producto.
- Realizar estrategias de marketing para penetrar en el mercado detallando ampliamente los beneficios del producto hacia el consumidor.
- Determinar la capacidad de producción mediante un estudio técnico.
- Analizar la viabilidad del proyecto a través de una evaluación financiera.

2.04.01.04 Principios y Valores

Los principios son reglas o normas que orientan la acción de un ser humano cabiendo las facultades espirituales y racionales. Se trata de normas de carácter general y universal. Son el soporte de la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos. (Amaya, 2003)

Es una ley o regla que se cumple o debe seguirse con cierto propósito, con el fin de lograrse a través de disciplinas para que estos se cumplan.

2.04.01.04.01 Principios

“Un principio es una ley o regla que se cumple o debe seguirse con cierto propósito, como consecuencia necesaria de algo o con el fin de lograr cierto propósito”. (Bustamante, 2012, pág. 47)

- Mejoramiento continuo

Al estar en un mundo globalizado la empresa debe adaptarse a la innovación el ejemplo más evidente son las computadoras y las maquinarias y herramientas que se implementan para la elaboración de los productos.

- Innovación

Desarrollar nuevas presentaciones del producto para satisfacer las necesidades del cliente.

- Cumplir con las leyes y normas vigente

Estar a la par con las leyes o normativa (sanidad, constitución, publicidad) impuestas por el estado, dando a la microempresa un sistema de transparencia.

- Calidad

Se verificará que todos los procesos se manejen de una manera correcta para de esa manera maximizar la calidad del producto.

- Imparcialidad y neutralidad

Con el fin de conservar la confianza de los clientes y ofertar el servicio requerido sin distinción (genero, raza, condición social, religión o credo político).

2.04.01.04.02 Valores

La aplicación de los valores dentro de una organización es básica ya que nos permite establecer parámetros de convivencia en grupo y realizar nuestras tareas diarias de mejor manera. Dentro de los cuales se mencionan los siguientes valores. Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social. (Baca, 2009, pág. 65)

- Creatividad

La capacidad de la microempresa es crear nuevas ideas, tendencias y adaptarlas a las necesidades de cada cliente.

- Eficacia

Capacidad de lograr el efecto deseado, mediante la diversificación de servicios para la satisfacción de los clientes.

- . Transparencia

Es una de las cosas más cuidadas de la microempresa que permite que los clientes se den cuenta del manejo correcto de las funciones y desempeño a la cual se rige y constituye.

- Respeto

Es el valor fundamental para lograr un buen clima organizacional dentro de la microempresa eliminando la discriminación y de esa manera obtener un ambiente positivo y productivo.

- Igualdad

Una de las acciones más importantes es la de llegar al cliente de manera recíproca sin distinción y ofreciendo un trato justo a las personas.

Tabla 11 Matriz Axiológica

VALORES	TRABAJADORES	PROVEEDORES	CLIENTES	ESTADO	SOCIEDAD
CREATIVIDAD	X				
EFICACIA	X	X			
TRANSPARENCIA	X	X		X	X
RESPECTO	X	X	X	X	X
IGUALDAD	X	X	X		X

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

2.04.02 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 utilizando todos los recursos que se presenten en una empresa con el fin de alcanzar aquellas metas que fueron planteadas al comienzo de la misma. (Amaya, 2003)

Es un proceso que consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar para determinar y lograr los objetivos manifestados mediante el uso de recursos de capital humano y otros.

2.04.02.01 Planificación

La planificación supone trabajar en una misma línea desde el comienzo de un proyecto, ya que se requieren múltiples acciones cuando se organiza cada uno de los proyectos. Su primer paso, dicen los expertos, es trazar el plan que luego será concretado. Procedimiento para establecer objetivos y un curso de acción adecuado para lograrlos. (Da Silva, 2002, pág. 124)

Implica un proceso de anticipación de las actividades a cumplir para conseguir la visualización de lo que se espera, la planeación debe definir el curso de acción y los

procedimientos a seguirse para lograr construir el futuro deseado para lo que se debe elaborar un diagrama con las actividades a realizar.

Tabla 12 Planificación

FECHAS	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo			
ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Idea de negocio																				
Análisis situacional				X																
Investigación de mercado					X	X	X													
Estudio Técnico									X	X										
Estudio Financiero													X	X	X					
Análisis de Impacto																		X	X	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

2.04.02.02 Organización

La organización resulta dar una cuestión ampliamente requerida en el desarrollo de diversas actividades, o en su defecto, también, en lo que respecta a nuestra vida cotidiana. Proceso para comprometer a dos o más personas que trabajan juntas de manera estructurada, con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas específica. (Gardey, 2008)

Es el proceso mediante el cual se logra establecer la estructura básica de la microempresa, consiste en determinar las áreas que la conforman, es decir, los encargados quienes son personas altamente calificadas cumpliendo con las expectativas de la microempresa.

2.04.02.02.01 Organigrama Estructural

Los organigramas son diagramas que representan gráficamente y de manera simplificada la estructura formal que posee una organización. De esta forma, los organigramas muestran sus principales funciones dentro de la organización y las relaciones que existen entre ellas. Son muy utilizados ya que resultan sencillos y rápidos de comprender. (Churión, 2001, pág. 71)

El organigrama estructural es la representación gráfica con elementos geométricos para representar de forma sencilla la estructura organizacional de la microempresa, en ella se visualizan las relaciones e interacciones de los diferentes órganos.

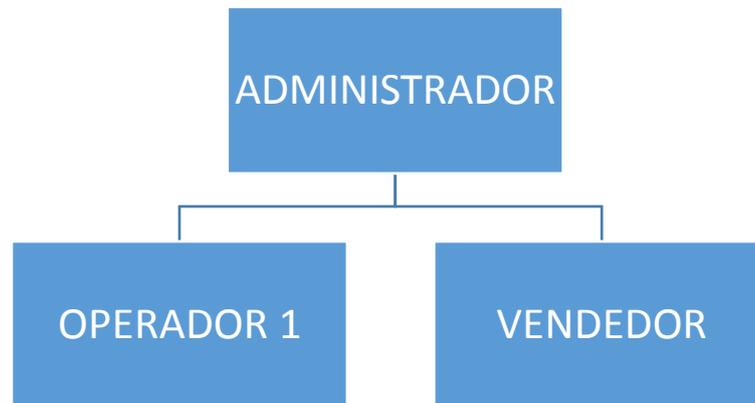


Figura 17: Organigrama Estructural
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

2.04.02.02.02 Manual de funciones

Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas, y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas y labores cotidianas. (Cervera, 2013)

Un manual de funciones es de mucha ayuda para desarrollar las actividades, perfiles incluyendo informes de labores que deben ser elaborados de forma continua para un mejor control de las actividades que realizan dentro de las organizaciones.

Tabla 13 Hoja de Funciones Administrador

Código Puesto Genero Edad Personas requeridas Dpto. al que supervisa	001 Administrador Indistinto 25 a 32 1 Todos los departamentos
Formación Profesional	Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera o afines
Competencias Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Trabajo en equipo • Comunicación • Formador de personal • Manejo de conflictos • Pensamiento estratégico
Competencias Técnicas	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 2 años en cargos similares • Conocimiento de inglés intermediario • Dominio de Word y Excel • Habilidades de comunicación oral y escrita • Manejo de programas contables • Conocimiento del negocio • Gestión Comercial
Funciones del Cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercer liderazgo para guiar y motivar a las personas • Coordinar las acciones de todas las áreas • Toma decisiones y dirige el rumbo • Integra, promueve y evalúa a las personas dentro de la empresa de acuerdo a sus capacidades, habilidades y competencias • Controla el desempeño de los trabajadores • Verifica los logros de la empresa en producción y rentabilidad • Revisar informes mensuales • Apoyo directo a las diferentes áreas de la empresa • Dirigir y controlar el desempeño de las áreas

	<ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante de la empresa • Presentar al Directorio estados de situación e información de la marcha de la microempresa • Liderar la formulación y aplicación del plan de negocios • Actuar en coherencia con los valores organizacionales
--	---

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Tabla 14 Hoja de Funciones Operador

Código	02
Puesto	Operador
Genero	Indistinto
Edad	20-35
Personas requeridas	1
Dpto. al que reporta	Jefe de Producción y Gerente
Formación Profesional	Estudios Superiores en Ingeniería en alimentos, o carreras afines. Egresados
Competencias Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo bajo presión • Habilidad manual • Creatividad • Orientación al Servicio • Trabajo en Equipo • Integridad • Pro actividad
Competencias Técnicas	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima 6 meses en cargos similares • Conocimiento en manipulación de alimentos • Conocimiento de la maquinaria y equipos.
Funciones del Cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar y controlar al personal a su cargo • Realizar pedidos y controlará la conservación de materias primas de uso en su trabajo • Realizar de manera cualificada y autónoma, la preparación y presentación del producto • Realizar el cálculo de costes, relacionados con sus cometidos • Cumplir con las normas de higiene y la

	manipulación de alimentos.
--	----------------------------

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Tabla 15 Hoja de Funciones Vendedor

Código	03
Puesto	Vendedor
Genero	Indistinto
Edad	20-30
Personas requeridas	1
Dpto. al que reporta	Jefe de Ventas y Gerente
Formación Profesional	Estudios Superiores en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas, Ingeniería de Marketing, Tecnólogo o Marketing o carreras afines. Egresados
Competencias Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> • Saber escuchar • Tener buena memoria • Ser creativo • Tener espíritu de equipo • Ser auto disciplinado • Tener facilidad de palabra • Poseer empatía • Habilidad para captar clientes • Orientación al Servicio
Competencias Técnicas	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en ventas 1 año comprobado • Conocimiento en técnicas de negociación y Ventas. • Nivel medio de ingles • Movilización propia (auto o motocicleta)
Funciones del Cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar visitas a los clientes de la zona con el objetivo de lograr ventas y cobros efectivos creando una relación perdurable con el cliente • Acordar términos de la venta, tanto en precios, plazos y entrega • Realizar la post venta • Solucionar inconvenientes del cliente referentes a la venta. • Reportar el trabajo diario de ventas

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

2.04.02.03 Dirección

“La dirección es el elemento del proceso administrativo que tiene como finalidad coordinar los elementos humanos de las empresas, implica que un responsable con nivel de autoridad genere liderazgo, así como motivación, comunicación, cambio organizacional e individual y creatividad”. (Guadalupe, 2012, pág. 11)

La dirección consiste en guiar, motivar y supervisar las operaciones y el esfuerzo común de los subordinados con el fin de lograr las metas propuestas. Para el proyecto la microempresa estará dirigida por el Administrador quien dará las directrices para conseguir que los trabajadores realicen las tareas encomendadas a cada uno de ellos.

Tipo de liderazgo a utilizarse

Líder transformacional

El líder transformacional tiene naturalidad y carisma, es democrático tanto a la hora de tomar decisiones como de implementarlas, confía en la autonomía de sus colaboradores y aunque no ejerce la autoridad como líder autocrático, sí que es consciente de cuál es su papel y de la necesidad de centralizar algunas acciones y de delegar otras. (EAE, 2017)

Toda empresa tiene que tener un líder que oriente y guíe a los miembros para alcanzar los objetivos empresariales, el liderazgo transformacional es considerado como el más adecuado ya que promueve cambios significativos, saca lo mejor de cada trabajador logrando así mejorar los niveles de productividad y el rendimiento de su equipo de trabajo.

En el presente proyecto se utilizará el liderazgo transformacional ya que es uno de los más adecuados para las microempresas debido a que el líder orienta, guía y

aprovecha el potencial de cada trabajador al máximo, mediante una buena comunicación y motivación genera confianza a sus trabajadores con el propósito de alcanzar las metas o propósitos anhelados por todos.

2.04.02.04 Control

“En un elemento del proceso administrativo que incluye todas las actividades que se emprenden para garantizar que las operaciones reales coincidan con las operaciones planificadas. Es la función administrativa por medio de la cual se evalúa el rendimiento”. (Derkra, 2010)

El control es una etapa primordial en la que se cumple ciertos procedimientos que ayudan a identificar si las actividades de la empresa se están llevando correctamente, en caso de alguna actividad que no se esté cumpliendo como se debe se puede tomar medidas correctivas de tal manera que las operaciones se desarrollen de acuerdo a lo planteado.

El control se llevará a cabo mediante herramientas como las KPI mediciones que se realizan al desempeño de las actividades y mediante los indicadores financieros que permiten analizar la situación financiera de la microempresa.

2.04.02.04.01 Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión, se entienden como la expresión cuantitativa del comportamiento o el desempeño de toda una organización o una de sus partes: gerencia, departamento, unidad u persona cuya magnitud al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se tomarán acciones correctivas o preventivas según el caso. Son un subconjunto de los indicadores, porque sus mediciones están relacionadas con el modo en que los servicios o productos son generados por la institución. El valor del indicador es el resultado de la medición del indicador y constituye un valor de comparación, referido a su meta asociada. (Reliability, 2015)

Constituye el conjunto de actividades, recursos y procesos que posee la empresa para cumplir con los requerimientos del cliente.

Cadena de Valor

La cadena de valor es una herramienta estratégica usada para analizar las actividades de una empresa y así identificar sus fuentes de ventaja competitiva. A partir de una breve revisión bibliográfica se ampliará el concepto y su utilidad. El margen es el valor que los productos y servicios de la compañía tienen desde el punto de vista de los clientes, menos los costos. (Porter, 1991, pág. 66)

Permite describir las actividades de la microempresa para generar valor creando una ventaja competitiva en aquellas generadoras de valor. Esa ventaja competitiva se logra cuando la empresa desarrolla e integra las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa o mejor diferenciada que sus rivales.

Tabla 17 Cadena de Valor

Infraestructura empresarial	Administración, Contabilidad,	Inversión			
Gestión humana	Contratación,	Pago sueldo,	Pago IESS,	Capacitación	
Desarrollo tecnológico	Diseño, control de calidad	Implantación nueva maquinaria			
Adquisiciones	Compra MP	Envases, moldes,	Gas, agua, electricidad		
Recepción de Materia Prima Control de inventarios Logística interna	Preparación de ingredientes Mezcla Secado Empacado Operaciones	Almacenado de producto Clasificación de pedidos Facturación Distribución de producto Logística externa	Publicidad Fuerza de ventas Promociones Descuentos Marketing y ventas	Atención al cliente Reclamos y devoluciones Servicio post-venta	Margen

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

ACTIVIDADES PRIMARIAS

Logística interna

Honey Jen es una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cristales inmediatos de la miel de jengibre y su proceso productivo inicia mediante la recepción de materia prima que los proveedores abastecen a la organización. Se registra en los inventarios para tener el control de la mercadería

Operaciones

El operador se encargará de revisar el producto, luego se procede a la preparación de ingredientes, realizando la mezcla de los ingredientes hasta su debida contextura,

se pasa al secado depende del pedido del cliente se pone en el empaque correspondiente.

Logística externa

Se procede al almacenado de producto, se hace la clasificación de pedidos, se emite la facturación del cliente que se va entregar el producto y se comienza a la distribución de producto para poder comercializar.

Marketing y ventas

Los canales de distribución se realizan de forma directa a los consumidores a través publicidad del producto, se realizará promociones y descuentos para una mejor captación de fuerza de ventas.

Servicio postventa

El servicio de postventa se lo realiza mediante una atención adecuada al cliente, además se podrá hacer reclamos y devoluciones del producto en caso de alguna anomalía.

Infraestructura empresarial

La infraestructura está conformada por la por la gestión administrativa, área de contabilidad y área de producción; en esta actividad el personal de la microempresa realiza sus funciones en relación a su respectivo manual de funciones.

Gestión humana

Se encarga de todo el proceso de contratación del personal, pago de sueldo, pago de IESS y la capacitación para que realicen sus puestos de trabajo de manera eficiente.

Desarrollo tecnológico

Se efectuará utilizando la tecnología con diseños llamativos que capten la atención del cliente, ofreciendo variedad de diseños a su elección.

Adquisiciones

La microempresa Honey Jen, realizara la compra de materia prima para la ejecución del producto.

2.04.04 Gestión Comercial

La gestión comercial es un término relacionado a la mercadotecnia o marketing, es decir, te proporciona las técnicas de como promover un producto o servicio ofrecido por una pyme. Ofrece todas las herramientas necesarias para administrar y gestionar adecuadamente las principales actividades comerciales de la organización en mercados cada vez más saturados y competitivos. No hay que olvidar que la venta, es, en definitiva, el objetivo final de cualquier pyme. Por ello en el proceso comercial y de negociación, el elemento más significativo es la comunicación. (Herrera, 2001, pág. 106)

Se encarga de hacer conocer el producto, que la microempresa realiza a los posibles clientes, satisfaciendo las necesidades del consumidor y presentando en el mercado un producto nuevo tomando en cuenta que la venta del producto es el principal objetivo.

2.04.04.01 Marketing Mix

“Marketing mix es la combinación de los diferentes recursos e instrumentos comerciales de los que dispone la organización para alcanzar sus objetivos”. (Bigné , Font, & Simó , 2000, pág. 26)

Reseña Histórica.

Jen es la abreviatura de Jengibre, la misma es una planta natural que da muchos beneficios naturales a las personas con irritaciones de garganta, y stress.

Honey es un término en inglés que en español significa Miel, que uniendo los dos términos da como resultado Honey Jen, el mismo que son cristales de Jengibre, con el cual se mezcla con agua y resulta un Té de Jengibre.

Honey Jen es un té que se caracteriza por su fabricación hecha naturalmente, con un buen procesamiento de calidad, que tiene como objetivo marcar precedente en el mercado ya que es un producto nuevo que se dará a conocer al consumidor.

Segmentación

Honey Jen se dirige a todo usuario mayor de 25 años, sin distinguir género, ingresos o estilo de vida, siendo un elemento vital en el consumo del producto. Sin embargo, se ha segmentado a consumidores aquellos que:

Sean docentes y personas mayores de 25 años, ya que el producto les proporcionara propiedades terapéuticas para contrarrestar los problemas en la garganta y sean consecuentes de stress.

2.04.04.01.01 Producto

Bebida Té solución inmediata

Cristales de Jengibre

Peso: 18 gramos hasta 1000gr

- **Marca:**

Es un producto innovador, fácil de recordarlo en el mercado

- **Etiqueta**

Logotipo llamativo

Tipografía Comercial: Gill Sans MT Condensed, Calisto MT

Tamaño: 14

Cromática:

- **Verde:** Transmite naturalidad y frescura en el producto.
- **Café:** Se dedujo por el Color del Jengibre, transmite estabilidad y naturalidad.

Slogan: instant tea (Té Instantáneo).

- **Envase**

Envase de porción única 18 gramos, plástico y diferentes packing de 200gr y 1000gr.

2.04.04.01.02 Precio

El precio del producto de Honey Jen se fijará teniendo en cuenta.

-
- El coste de realizar el producto.
 - Los precios de la competencia indirecta, que son los de Té Aromático.
 - La demanda del producto.
 - La psicología del consumidor.

2.04.04.01.03 Plaza

Honey Jen se produce en fábricas y hace llegar el producto al consumidor mediante intermediarios.

Se distribuirá en los centros comerciales y supermercados del Norte, Centro y Sur de Quito.

Fabricante → Mayorista → Minorista → Consumidor.

2.04.04.01.04 Promoción

El producto transmitirá un mensaje claro a las ventajas de la competencia se utilizará:

- Medios de publicidad de Facebook (Fanpage).
- Medios impresos como flyer y trípticos.
- Promoción en ventas (descuentos, obsequios, concursos, etc.).
- Publicidad en el lugar de venta.

2.04.04.02 Manual de Imagen Corporativa

La identidad corporativa de una empresa o marca, es el conjunto de atributos y valores que toda empresa o persona, posee, su personalidad, su espíritu, esa imagen que la hará identificarse y diferenciarse de los demás, esa imagen que la hará ser recordada, consiguiendo en muchos casos ser un objeto de culto.
(Páramos, 2015)



Figura 18: Portada Manual Corporativo
 Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Sergio Tamayo

1. Historia.....	3
2. Misión.....	4
3. Visión.....	4
4. Objetivo General.....	5
5. Objetivos Específicos.....	5
6. Principios.....	6
7. Valores.....	7
8. Guía de Color.....	8
9. Aplicaciones.....	9
10. Grafimetría.....	10
11. Áreas de Protección.....	11
12. Reducciones.....	12
13. Usos Incorrectos.....	13
14. Tipografía.....	14
15. Empaque.....	15
16. Papelería Corporativa.....	16
17. Carpeta.....	17
18. Sobre.....	18
19. Promociones.....	19

Figura 19: Índice Manual Corporativo
 Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Sergio Tamayo



Historia

Su sabor no es muy especial el jengibre viene hacer una planta básicamente de la cultura oriental ella es utilizada desde hace muchos miles de años para curar diversas enfermedades y muchas dolencias

El jengibre es una planta que forma parte de la familia de las zingiberáceas. El rizoma es el mas usado es el tallo que tiene la planta a nivel subterráneo que por donde básicamente salen las raíces.

Tiene grandes beneficios

Nos aporta vitamina c vitamina b6 y muchos minerales lo que lo hace excelentes para muchas patologías, tiene grandes propiedades antioxidantes

El jengibre se puede preparar de muchas formas se puede comer con ensaladas se usa en salsas y muchas recetas en general.



3

Figura 20: Historia
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo



Misión

“Ser una empresa líder en la producción y comercialización de cristales inmediatos de la miel de jengibre, destacándose por producir y proveer un producto de alta calidad, con propiedades terapéuticas y nutricionales, con un toque casero para el consumo del cliente”.

Visión

“Alcanzar el reconocimiento a nivel nacional en el 2020 y especializarnos en cada segmento de mercado que existe en la actualidad cumpliendo cada requerimiento que nos exija el cliente en el menor tiempo posible”.



4

Figura 21: Misión-Visión
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

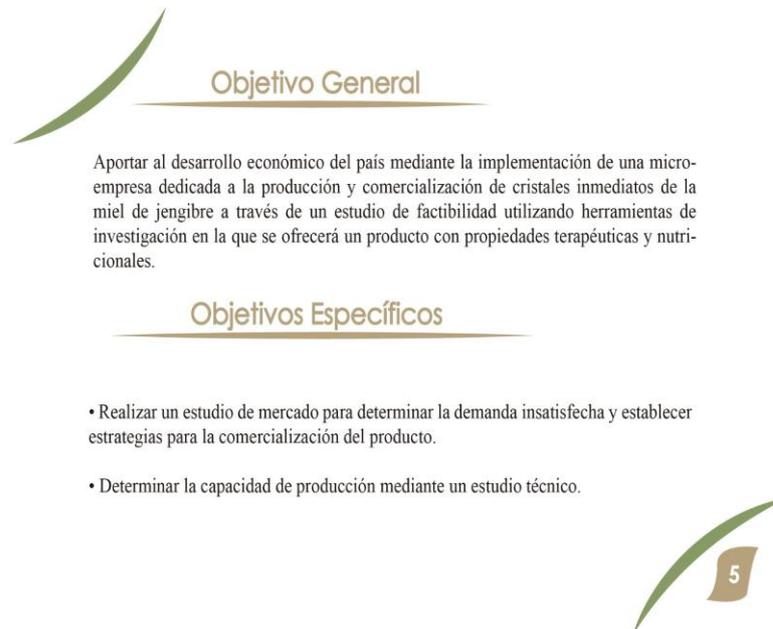


Figura 22: Objetivos General y Específicos
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

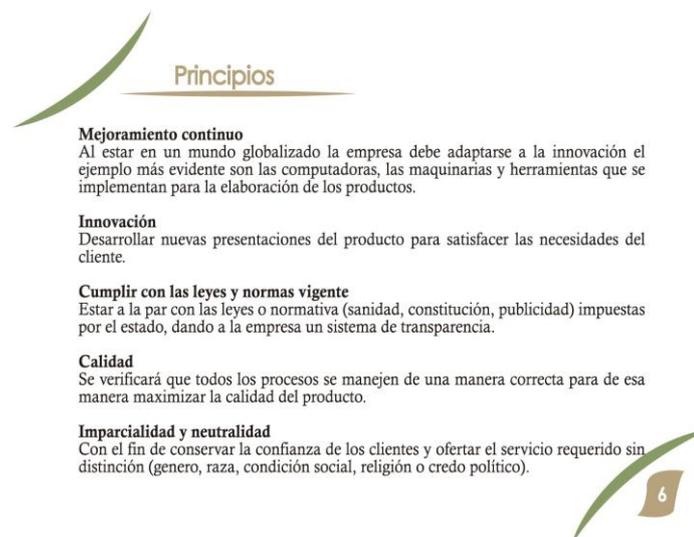


Figura 23: Principios
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Valores

Creatividad

La capacidad de la empresa es crear nuevas ideas, tendencias y adaptarlas a las necesidades de cada cliente.

Eficacia

Capacidad de lograr el efecto deseado, mediante la diversificación de servicios para la satisfacción de los clientes.

Transparencia

Es una de las cosas más cuidadas de la microempresa que permite que los clientes se den cuenta del manejo correcto de las funciones y desempeño a la cual se rige y constituye.

Respeto

Es el valor fundamental para lograr un buen clima organizacional dentro de la empresa eliminando la discriminación y de esa manera obtener un ambiente positivo y productivo.

Igualdad

Una de las acciones más importantes es la de llegar al cliente de manera recíproca sin distinción y ofreciendo un trato justo a las personas.

7

Figura 24: Valores

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Guía de Color

Honey Jen
instant tea

P= 154-15 U
=5DA72F

P= 143 - 7 U
= 207C2C

P= 13-6 U
=AE8F5D

8

Figura 25: Guía de Color

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo



Figura 26: Aplicaciones
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo



Figura 27: Grafimetría
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

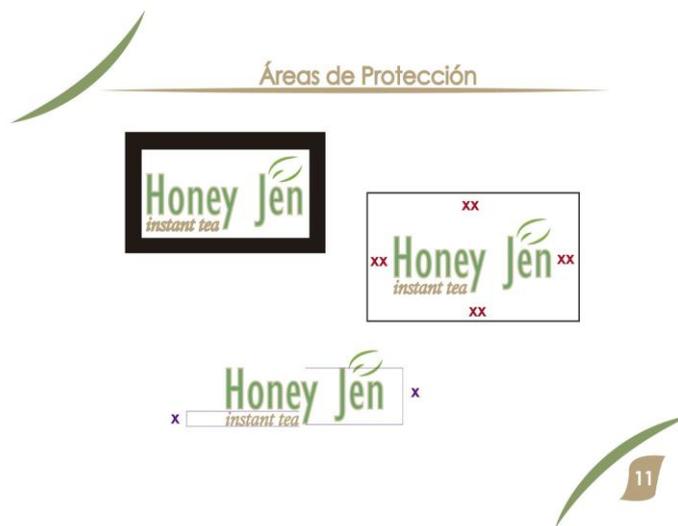


Figura 28: Áreas de protección
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo



Figura 29: Reducciones
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

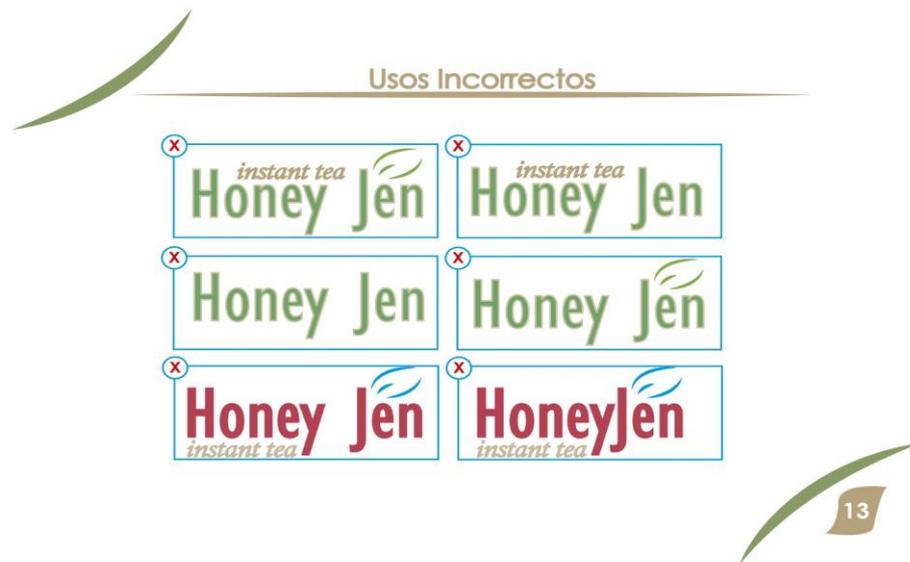


Figura 30: Usos Correctos
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

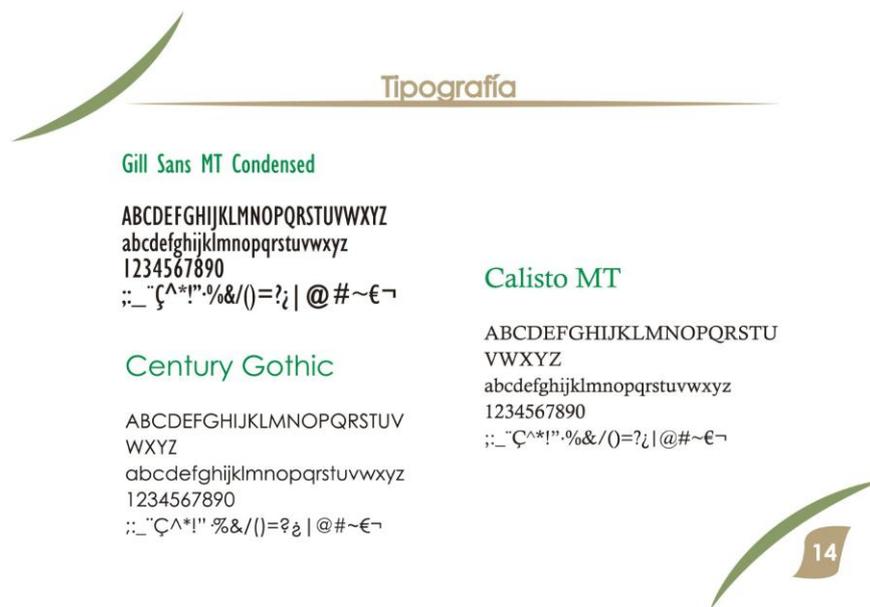


Figura 31: Tipografía
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Empaques



Figura 32: Empaques
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Papelería Corporativa

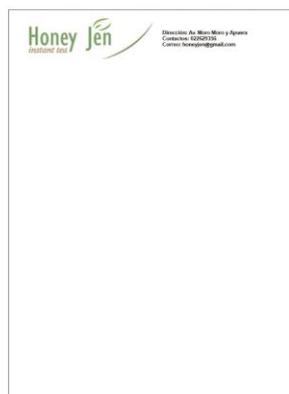


Figura 33: Papelería Corporativa
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

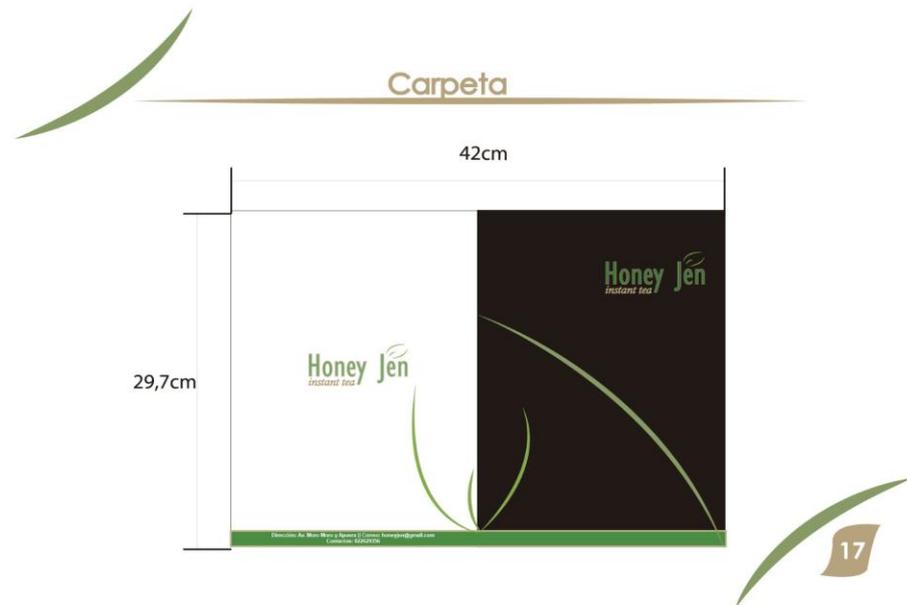


Figura 34: Carpeta
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo



Figura 35: Sobre
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo



Figura 36: Promociones
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos. (Mercado, 2008)

Es la recopilación de datos de toda la información obtenida, ayuda a crear, expandir y mejorar los productos, para determinar la población que va a consumir el producto basando en variables. Para esto se establecen parámetros o metodologías para el estudio de este mercado en común es decir se plantea el tipo de investigación ya sea esta cualitativa, cuantitativa para el correcto análisis de la demanda.

3.01 Análisis del consumidor

Es aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios”, se habla de un comportamiento dirigido de manera específica a la satisfacción de necesidades mediante el uso de bienes o servicios o de actividades externas (búsqueda de un producto, compra física y el transporte del mismo) y

actividades internas (el deseo de un producto, lealtad de marca, influencia psicológica producida por la publicidad). (Arellano, 2002, pág. 25)

El análisis del consumidor es investigar las necesidades que posee los consumidores tanto en gustos, preferencia y todas las características pertinentes que se puedan suscitar dentro de este mercado al cual se va a enfocar, para lo cual es necesario que se realice un análisis de las expectativas del consumidor siendo necesario que la microempresa pueda cubrir las necesidades del consumidor al momento de elegir.

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra

3.01.01.01 Población

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (Wigodski, 2010)

Una población es finita cuando consta de un número limitado de elementos. Una población es infinita cuando no se pueden contabilizar todos sus elementos pues existen en número ilimitado.

En el Distrito Metropolitano de Quito se tienen **2.644.145** habitantes de los cuales se encuentran distribuidos en hombres y mujeres en las áreas urbanas y rurales, así como se presenta a continuación.

Tabla 18 Población Distrito Metropolitano de Quito

Cantón	Hombres	Mujeres	Total, Población
QUITO	1.287.731	1.356.414	2.644.145

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Sergio Tamayo

3.01.01.01.01 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado se utiliza con mucha frecuencia en la implementación de estrategias sobre todo en pequeñas empresas y especializadas. Se define como la subdivisión de un mercado en grupos menores y diferentes de clientes según sus necesidades y hábitos de compra. (Fred, 2003, pág. 77)

Se puede decir que es una variable importante en la implementación de las diferentes estrategias para el desarrollo de productos, la penetración en el mercado y la diversificación en el incremento de las ventas.

Tabla 19 Segmentación de Mercado

Producto: Cristales inmediatos de la miel de jengibre.		
Geográficas		
País	Ecuador	16.776.977
Provincia	Pichincha	3.059.971
Ciudad	Quito	2.644.125
Demográficas		
Mujeres	51,3%	1.356.414
Hombres	48,70%	1.287.731
Psicográficas		
Edad		
25-80 años		886.295
Ocupación		148.071
Docentes		

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

En el cantón Quito se tienen 2.644.125 habitantes los cuales están conformados por 1.356.414 Mujeres y 1.287.731 Hombres. Tomando como referencia el rango de edad de 25 a 80 años se tiene que tenemos una población de 886.295 habitantes

3.01.01.02 Muestra

“La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, dichas muestras ha de ser representativa de la población”. (Fuentelsaz, Icart, & Pulpón, 2006, pág. 132)

La muestra es una parte de la población, que se obtiene para averiguar las propiedades o características, por lo que interesa que sea un reflejo de la población, que sea representativa.

Debe ser adecuada en cantidad y en calidad. La muestra debe ser el reflejo de la población para que sea representativa, es decir, debe reunir características principales de la población en relación a la variable de estudio.

3.01.01.02.01 Calculo de la muestra

La muestra es analizada con la probabilidad de que las personas acepten y consuman nuestro producto en el Distrito Metropolitano de Quito.

$$n = \frac{z^2 * pq}{e^2}$$

En dónde:

n = tamaño de la muestra para aplicar las encuestas

p = éxito = 0.50

q = fracaso = 0.50

e^2 = Error en la proporción de la muestra (5%)

z^2 = equivalente al nivel de confianza del (95%) que da (1,96)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16 \approx 384$$

Según la fórmula se debe realizar la encuesta a 384 personas.

3.01.02 Técnicas de obtención de la información

Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operatividad e implementar los métodos de investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, las técnicas son también una invención del hombre y como tal existen tantas técnicas como problemas susceptibles de ser investigados. (Trinidad & Rodríguez , 2014)

Son medios que facilitan al investigador la recolección de datos a través de herramientas como la encuesta y permite llevar un control del tema a investigar.

3.01.02.01 Encuesta

La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra puede ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población (Abascal & Grande, 2005, pág. 87)

La encuesta es una herramienta de recolección de datos que permite obtener de manera segura la información sobre una investigación a partir de una serie de preguntas específicas que conforman un cuestionario da a conocer opiniones, características, ideas, sugerencias de una población determinada.

ENCUESTA

OBJETIVO

La siguiente encuesta, está destinada a recopilar información necesaria para conocer el comportamiento de los consumidores en cuanto al nivel de adquisición de cristales inmediatos de la miel de jengibre

Instructivo

Marque con una (X), en una sola opción de respuesta

Información demográfica

- **Género:**

Masculino Femenino

- **Edad**

25-30 31-40 41- 65

- **Ocupación:** _____

- **E-mail:** _____

1.- ¿Conoce usted que el Jengibre cuenta con propiedades terapéuticas y nutritivas para el ser humano?

Si

No

2.- ¿Consume usted jengibre? (Si su respuesta es NO pase a la pregunta 5)

Si

No

3.- ¿Con que frecuencia consume jengibre?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

4.- ¿Tiene algún proveedor específico de jengibre?

Si

No

5.- ¿Consumiría usted productos elaborados a base de jengibre?

Si

No

6.- ¿Cuál de las siguientes características atraen su atención del producto mencionado?

(Escoja una sola opción de respuesta)

- Sabor
- Frescura
- Presentación
- Valores nutricionales

7.- ¿En qué lugar o lugares preferiría comprar este producto?

- Tiendas
- Centros Naturistas
- Supermercados

8.- ¿Consumes productos similares de las siguientes empresas? (Escoja solo una opción de respuesta)

- Naow
- Herbalife
- Fuxion
- Omnilife
- NO

9.- ¿Estaría usted dispuesto a pagar \$1 por un sobre de 18gr de miel de jengibre?

- Si
- No

10.- ¿Estaría de acuerdo con la implementación de una microempresa productora y comercializadora de cristales inmediatos de la miel de jengibre?

- Si
- No

3.01.03 Análisis de la información

El objetivo del análisis de información es obtener ideas relevantes, de las distintas fuentes de información, lo cual permite expresar el contenido sin ambigüedades, con el propósito de almacenar y recuperar la información contenida”. (Domínguez, 2006)

A continuación, se realiza la tabulación de los datos, que consiste esencialmente en el tratamiento informático de los datos contenidos en los cuestionarios a través del programa SPSS. Finalmente se realiza la interpretación de los datos al estudio con conclusiones específicas para cada una de las preguntas planteadas inicialmente en la encuesta.

Información demográfica

Tabla 20 Género Encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	172	44,79	44,79	44,79
	Femenino	212	55,21	55,21	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

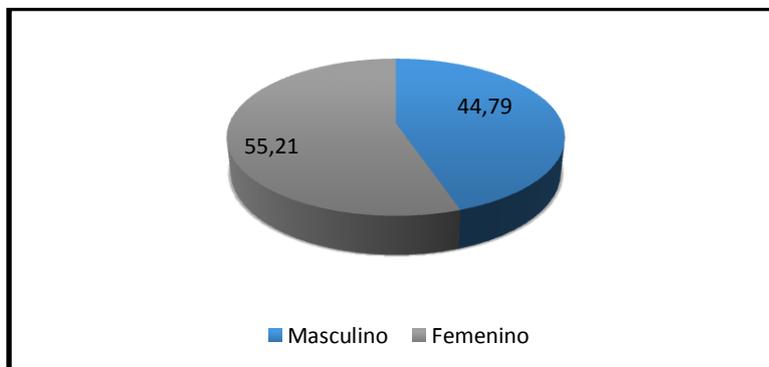


Figura 37: Género del encuestado
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

En la gráfico, la encuesta se realiza a un total de 384 personas, de las cuales la mayoría pertenece al género femenino con un valor 212 mujeres lo que representa el 55.21%, y el género masculino con un valor de 172 hombres lo que representa el 44.79%, sumado los dos valores da el valor de 100% que representa el total de las encuestas realizadas.

Tabla 21 Edad del Encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20-30	57	14,84	14,84	14,84
	31-40	183	47,66	47,66	62,50
	41-65	144	37,5	37,5	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

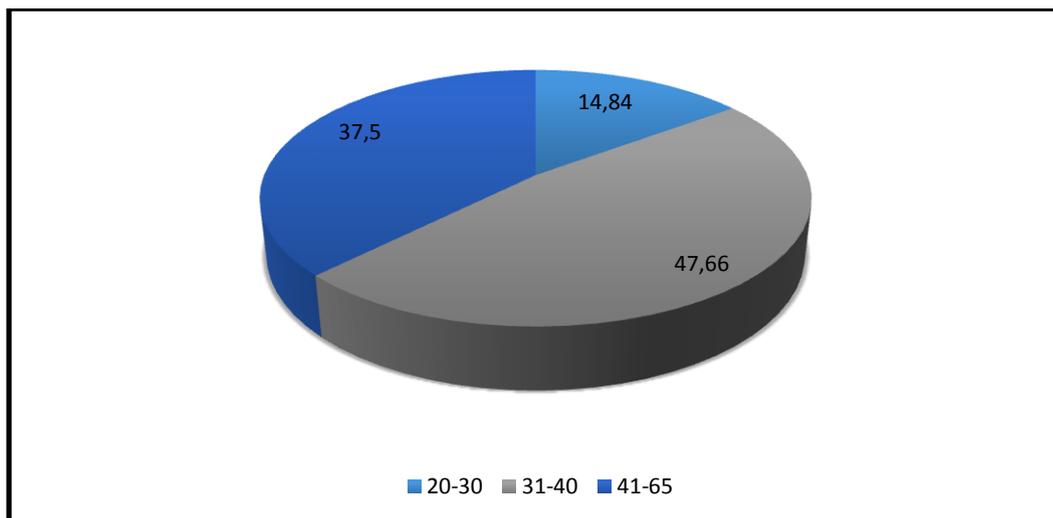


Figura 38: Edad del encuestado

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Como se puede observar en gráfico, fue destinado a la edad de las personas encuestadas lo cual representa que el 47,66% fueron personas de 31 a 40 años de

edad, el 37,5% fueron personas de 41 a 65 años de edad y el restante con el 14,84% fueron personas de 20 a 30 años de edad, sumando este porcentaje da el 100% del total de las encuestas realizadas.

Preguntas

1.- ¿Conoce usted que el Jengibre cuenta con propiedades terapéuticas y nutritivas para el ser humano?

Tabla 22 Pregunta 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	369	96,09	96,09	96,09
	No	15	3,91	3,91	100,00
	Total	384	100	100	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

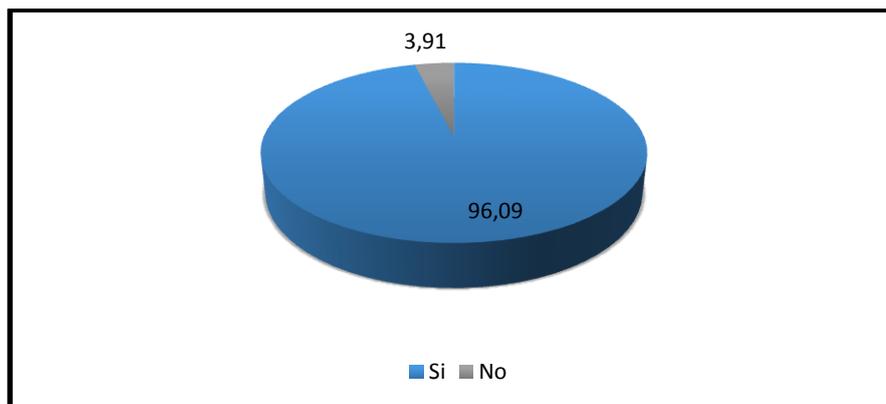


Figura 39: Pregunta 1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Como se puede observar los resultados en el gráfico 3, el 96.09% de personas conocen que el jengibre cuenta con propiedades terapéuticas y nutritivas, en cambio,

el 3,91% de las personas desconocen las propiedades del jengibre, dando entre los dos porcentajes el 100% del total de las encuestas.

2.- ¿Consumen usted jengibre? (Si su respuesta es NO pase a la pregunta 5)

Tabla 23 Pregunta 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	316	82,29	82,29	82,29
	No	68	17,71	17,71	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

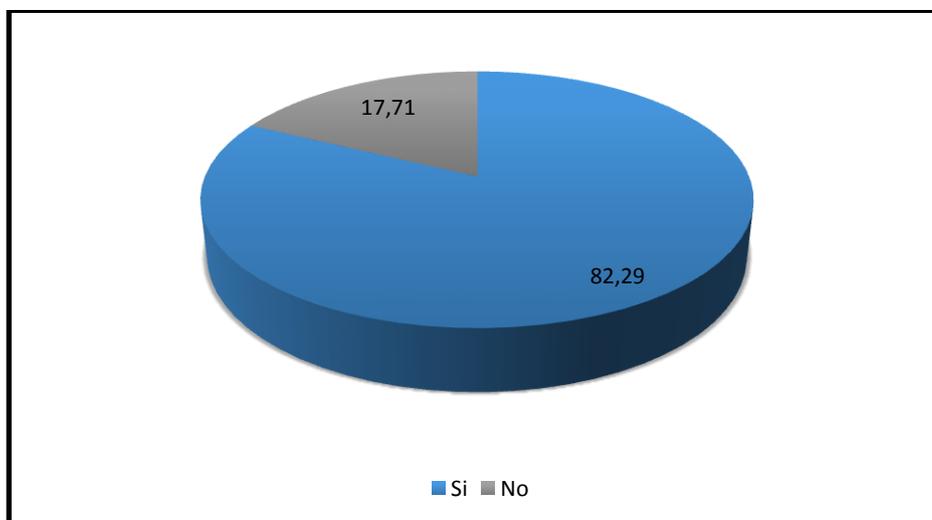


Figura 40: Pregunta 2

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Al observar los resultados del gráfico 4, el 82,29% de las personas encuestadas si consumen jengibre, en cambio, el 17,71% de las personas no lo han consumido, dando entre los dos el 100% del total de las encuestas.

Conclusión

De acuerdo con la tabulación se puede dar cuenta que la mayoría de las personas encuestadas si consumen jengibre, esto significa que el producto que se pretende colocar en el mercado si va hacer consumido, adquirido o comprado por parte de los clientes o consumidores.

3.- ¿Con que frecuencia consume jengibre?

Tabla 24 Pregunta 3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Diario	25	6,51	6,51
	Semanal	42	10,94	17,45
	Quincenal	98	25,52	42,97
	Mensual	151	39,32	82,29
	Error	68	17,71	100
	Total	384	100	100

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

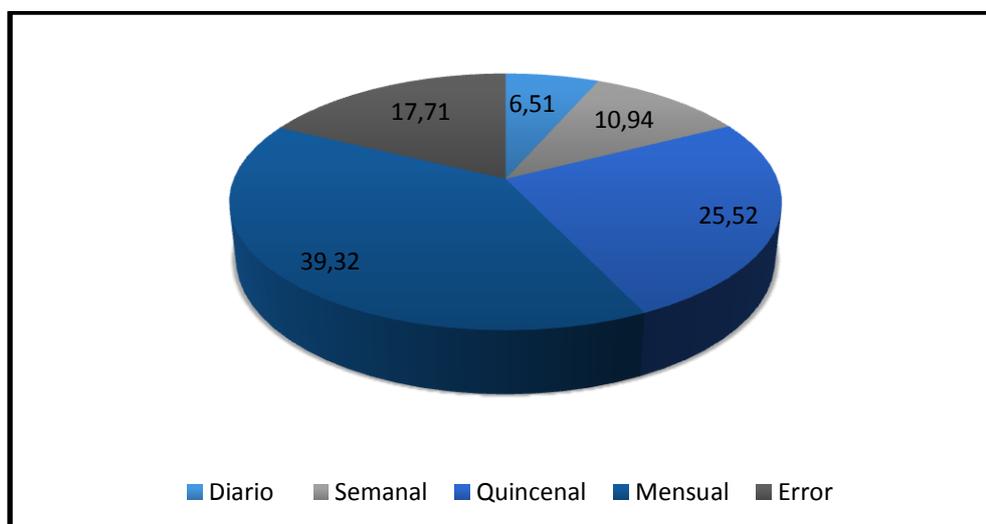


Figura 41: Pregunta 3

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Conforme los datos de la encuesta realizada, para la pregunta 3, se obtiene los siguientes resultados, para los periodos de tiempo definidos: diario 6,51%, semanal 10,94%, quincenal 25,52%, mensual 39,32%.

Conclusión

Según la tabulación ya efectuada la mayor frecuencia de consumo que tiene el jengibre en el mercado, está dentro del periodo mensual. Esto indica que las personas tienen una tendencia de consumo importante de este producto ayudando a la microempresa para tener un enfoque en la adquisición del mismo.

4.- ¿Tiene algún proveedor específico de jengibre?

Tabla 25 Pregunta 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	21	5,47	5,47	5,47
	No	295	76,82	76,82	82,29
	Error	68	17,71	17,71	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

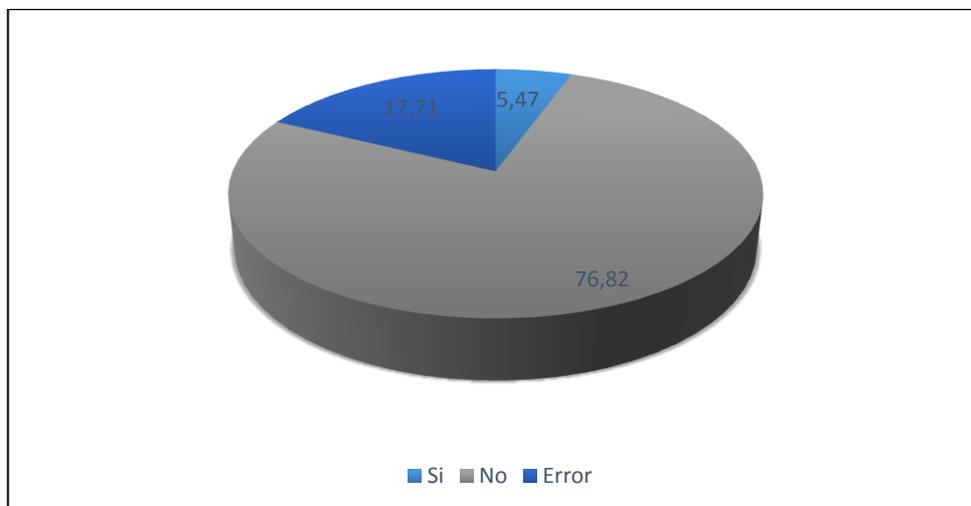


Figura 42: Pregunta 4

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Esta pregunta busca identificar la marca del producto de preferencia de consumo. La misma que tiene una respuesta cerrada.

Si = 5,47% y NO = 76,82 % esto aporta a saber cuál porcentaje representa en mayor cantidad en gusto o preferencia por cierta marca.

Conclusión

Según lo analizado los consumidores expresan no tener una marca preferencia, con relación al jengibre, de esa manera, se puede saber cuánta aceptación tendría el producto a ofertar.

5.- ¿Consumiría usted productos elaborados a base de jengibre?

Tabla 26 Pregunta 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	372	96,88	96,88	96,88
	No	12	3,13	3,13	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

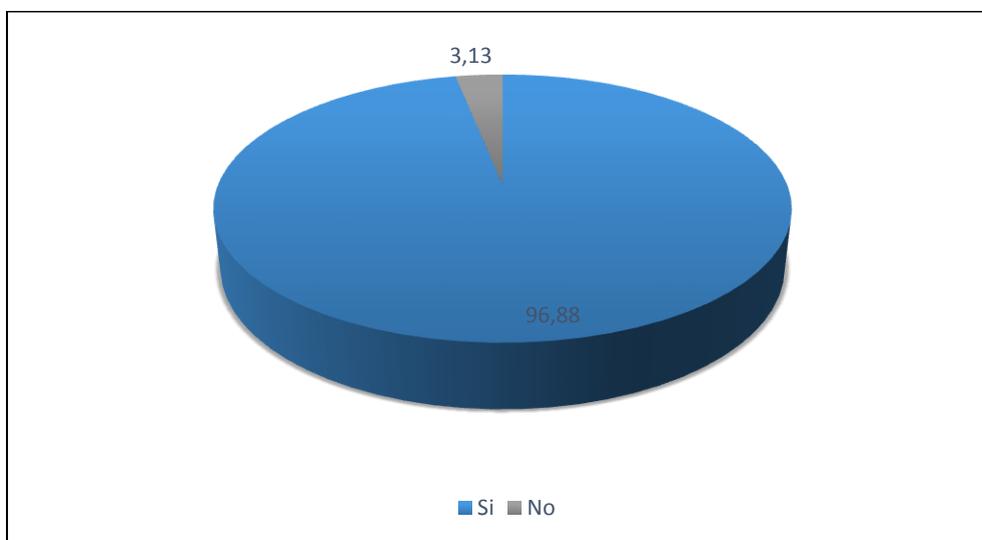


Figura 43: Pregunta 5
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Como se puede observar en el gráfico de la pregunta 5, el 96,88% de las personas encuestadas si consumiría productos a base de jengibre y el 3,13% no lo haría.

Conclusión

Según el análisis los encuestados en su mayoría si optarían por consumir productos elaborados a base de jengibre.

6.- ¿Cuál de las siguientes características atraen su atención del producto mencionado?

Tabla 27 Pregunta 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Sabor	95	24,74	24,74	24,74
	Frescura	126	32,81	32,81	57,55
	Presentación	2	0,52	0,52	58,07
	Valores Nutricionales	149	38,80	38,80	97
	Error	12	3,13	3,13	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

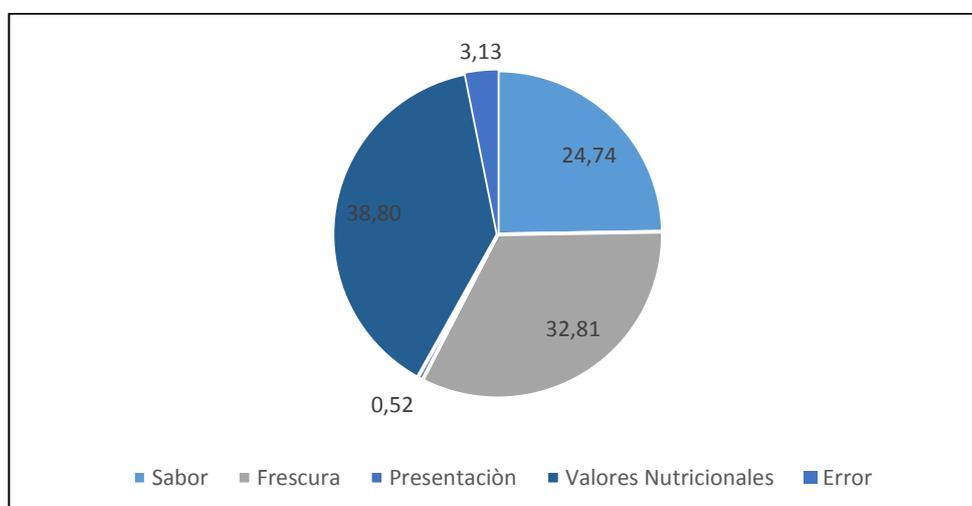


Figura 44: Pregunta 6

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Siendo los valores nutricionales la característica con un porcentaje de 39,58% esto hace énfasis en el grado de importancia que toman en cuenta los consumidores al momento de comprar el producto.

Conclusión

Respecto a la tabulación nos indica que las personas al momento de consumir un producto, consideran importante los valores nutricionales de esta forma se puede analizar al momento de elaborar y ofrecer un producto acorde a las exigencias de los clientes.

7.- ¿En qué lugar o lugares preferiría comprar este producto?

Tabla 28 Pregunta 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Tiendas	40	10,42	10,42	10,42
	Centros Naturistas	212	55,21	55,21	65,63
	Supermercados	120	31,25	31,25	97
	Error	12	3,13	3,13	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

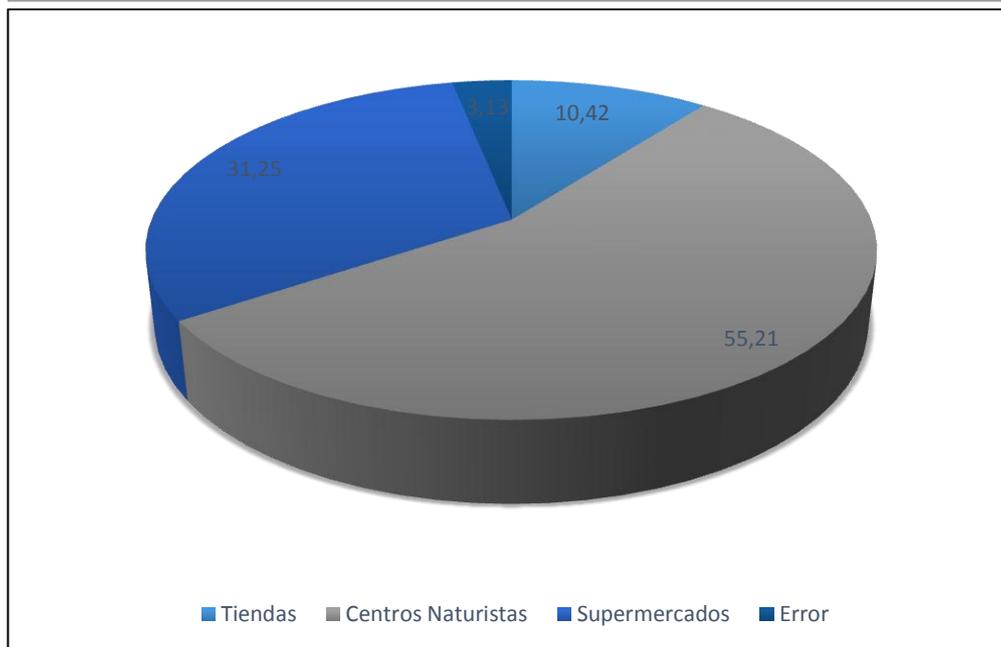


Figura 45: Pregunta 7

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

El gráfico indica que el 55,21% de la población preferiría comprar el producto los centros naturistas y un 31,25% adquirirlos en supermercados, estos lugares permitirán más acogida del producto.

Conclusión

Al crear una microempresa comercializadora de cristales inmediatos de jengibre es factible el lugar donde va a ser distribuido, la acogida y el crecimiento económico dentro del mercado.

8.- ¿Consume productos similares de las siguientes empresas?

Tabla 29 Pregunta 8

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Naow	1	0,26	0,26	0,26
Herbalife	173	45,05	45,05	45,31
Fuxion	5	1,30	1,30	46,61
Omnilife	108	28,13	28,13	74,74
No	85	22,14	22,14	97
Error	12	3,13	3,13	100
Total	384	100	100	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

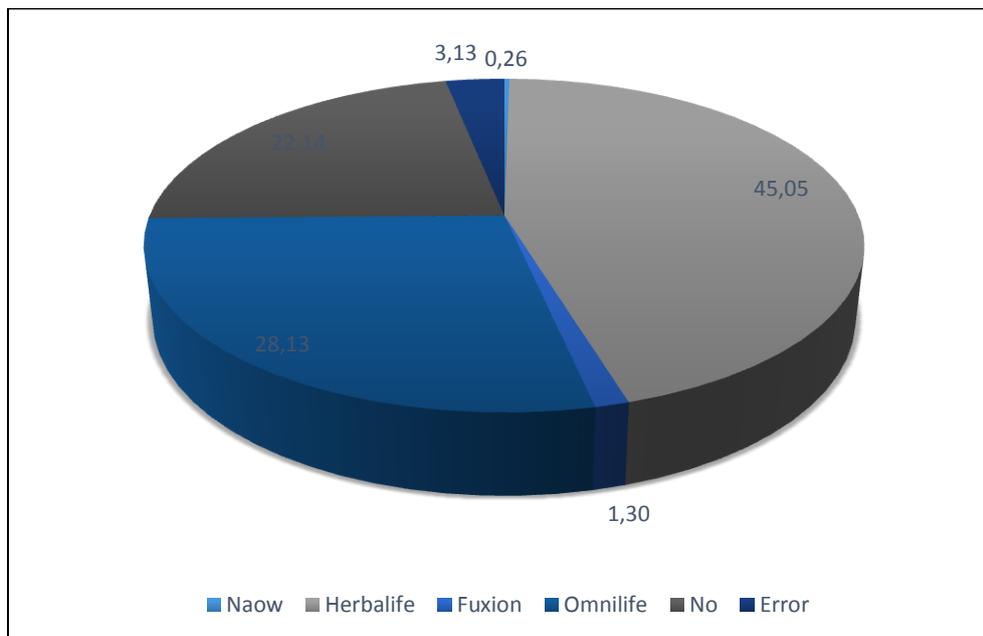


Figura 46: Pregunta 8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

El gráfico indica que el 45,05% consume productos de la empresa Herbalife y el 28,13% compra productos de Omnilife. El 22,14% de los encuestados no optan por comprar productos de ninguna de las marcas ya mencionadas.

Conclusión

Esta pregunta sirve para analizar la competencia indirecta que tendrá la microempresa, ya que al ser un producto nuevo que será insertado en el mercado, no cuenta con una competencia directa.

9.- ¿Estaría usted dispuesto a pagar \$1 por un sobre de 18gr de miel de jengibre?

Tabla 30 Pregunta 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	337	87,76	87,76	87,76
	No	35	9,11	9,11	97
	Error	12	3,13	3,13	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

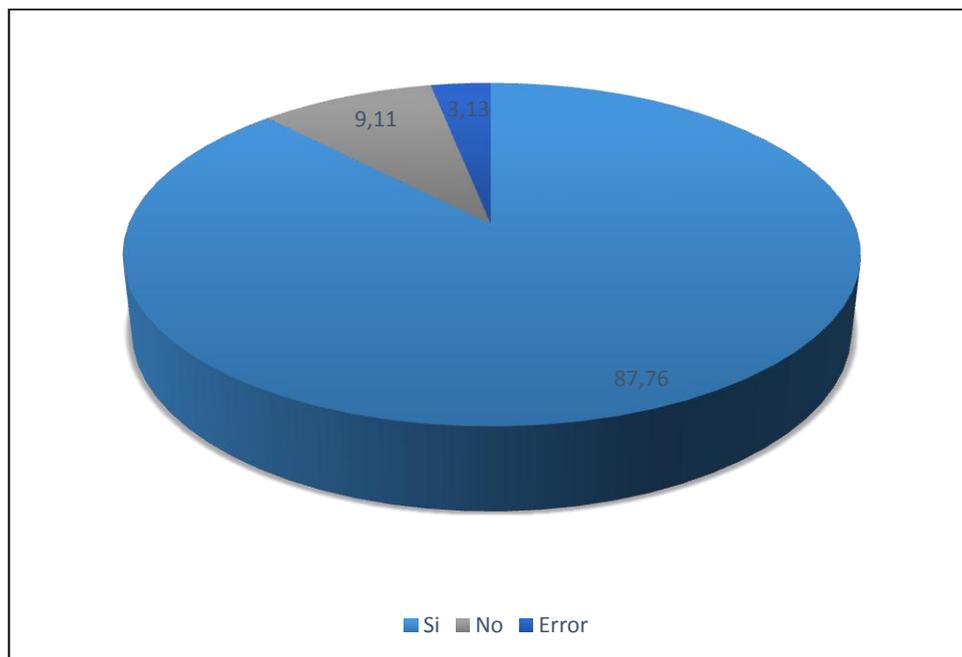


Figura 47: Pregunta 9

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

Según el gráfico, un porcentaje de 87,76%, estarían dispuestos a pagar el valor de \$1 por un sobre de 18gr.

Conclusión

El costo con el cual se va a comercializar el producto es en su gran mayoría aceptado por la mayoría de los encuestados.

10.- ¿Estaría de acuerdo con la implementación de una microempresa productora y comercializadora de cristales inmediatos de la miel de jengibre?

Tabla 31 Pregunta 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	364	94,79	94,79	94,79
	No	8	2,08	2,08	97
	Error	12	3,13	3,13	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

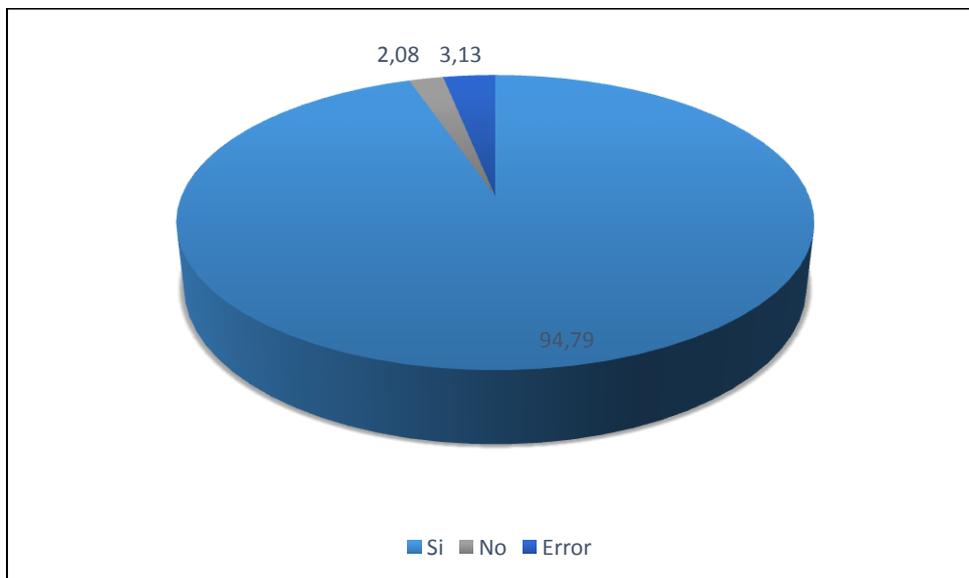


Figura 48: Pregunta 10

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Análisis

El gráfico indica que el 94,79% de la población estaría de acuerdo con la implementación de una microempresa productora y comercializadora de cristales inmediatos de la miel de jengibre.

Conclusión

La acogida para crear una microempresa productora y comercializadora de cristales inmediatos de miel de jengibre es factible porque ven una oportunidad de crecimiento en el sector económico del país.

3.02 Oferta

“Son las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables”. (Obando, 2006, pág. 40)

La oferta es la cantidad de productos y servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un período de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos. Su objetivo es determinar cuánto y en qué condiciones se puede poner a disposición de los consumidores un determinado producto o servicio.

3.02.01 Oferta Histórica

“Determina la cantidad de un bien que los vendedores ofrecen al mercado en función del nivel de precio en años anteriores”. (Salas, 2014)

La oferta histórica del producto se efectúa con el propósito de determinar la información que permita identificar y analizar consecuencias positivas o negativas que fueron tomadas por los competidores.

Tabla 32 Oferta Histórica

AÑO	Factor (Crecimiento Empresarial)	Oferta
2017	1,09%	31.448,54
2016	0,97%	31.143,49
2015	1,24%	30.757,31
2014	1,01%	30.446,66
2013	1,08%	30.117,84

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

3.02.02. Oferta Actual

“La oferta se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado”. (de Fisher & Espejo, 2004, pág. 49)

Es la cantidad de los bienes que ofrecen los oferentes en un mercado para satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores. Aquí es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. Se tendrá que realizar un ajuste de puntos, con alguna de las técnicas descritas para proyectar la oferta.

Tabla 33 Oferta Actual

Demanda Actual	% Aceptación Proveedor o Marca	OFERTA ACTUAL
574.927,60	5,47%	31.448,54

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

3.02.03 Oferta Proyectada

“Se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes”. (Chambi, 2012)

Este análisis permite proyectar la cantidad de bienes o servicios que la competencia entregara al mercado durante el periodo en que se va a evaluar el proyecto. Como se ha especificado, los métodos planteados para proyectar la oferta pueden ser utilizados para pronosticar la demanda. Para proyectar la oferta se utilizará el factor crecimiento empresarial.

Tabla 34 Oferta Proyectada

Año	Factor (Crecimiento Empresarial)	Oferta
2017	1,09%	31.448,54
2018	1,09%	31.791,33
2019	1,09%	32.137,85
2020	1,09%	32.488,16
2021	1,09%	32.842,28

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

3.03. Demanda

“Es la cantidad requerida de un artículo varía inversamente a su precio, suponiendo que todas las demás cosas que pueden afectar a la demanda permanecen constantes.” (Spencer, 1993, pág. 33)

La demanda hace referencia a la cantidad de un bien en el mercado donde los compradores quieren y pueden adquirir algún bien o servicio para poder satisfacer sus necesidades en un determinado tiempo.

3.03.01 Demanda Histórica

“Demanda Histórica es conocer el comportamiento del consumo en el tiempo pasado, es decir, la Demanda del producto o servicio que hubo en años anteriores. Este análisis solo se efectúa para productos que existen en el Mercado”. (Google, 2017)

Lo que se pretende obtener con la demanda histórica, es tener una idea aproximada de su evolución de la misma a través del tiempo pasado y lograr conseguir datos necesarios para el estudio.

Tabla 35 Demanda Histórica

AÑO	Factor (Crecimiento Poblacional)	Demanda
2017		574.927,60
2016	1,56%	565.958,73
2015	1,56%	557.129,78
2014	1,56%	548.438,55
2013	1,56%	539.882,91

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

3.03.02 Demanda Actual

“Es definida como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios que propone el mercado por un consumidor”.

(DefinicionABC, 2007-2017)

La demanda actual es cuando los consumidores escogen un producto o servicio en tiempo real o presente de su preferencia que son ofrecidos en el mercado para la satisfacción de sus necesidades.

Tabla 36 Demanda Actual

Variables	%	
Población		148.071
Consumo	82,29%	121.848
Frecuencia (Anual)	39,32%	574.928
Demanda Actual		574.928

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

3.03.03 Demanda Proyectada

“Es una fase importante en el estudio de mercado, que tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio”. (Chambi, 2012)

Como se menciona la demanda proyectada, es lo que las personas van a consumir en tiempo futuro en base al crecimiento supuesto de la población y esto se basará según el requerimiento para satisfacer gustos y preferencias de bien y servicios futuros. Para proyectar la demanda se utilizará el factor crecimiento poblacional.

Tabla 37 Demanda Proyectada

AÑO	Factor (Crecimiento Poblacional)	Demanda
2017		574.927,60
2018	1,56%	583.896,47
2019	1,56%	593.005,26
2020	1,56%	602.256,14
2021	1,56%	611.651,34

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

3.04 Productos Sustitutos

“Los bienes sustitutos son aquellos que tienen la capacidad de satisfacer la misma necesidad, aunque sea solo parcialmente. Los bienes sustitutos son aquellos que se pueden usar para un mismo fin”. (Anzil, 2016)

En el mercado actualmente no se tiene productos sustitutos para lo que se va a ofertar, sin embargo, se puede considerar ciertos productos con características diferentes como son: las bebidas antigripales, medicamentos para la gripe, entre otros.

3.05 Balance Oferta- Demanda

“A partir de la Oferta y la demanda se puede establecer el déficit del servicio y así obtener metas que se proponen. Corresponde a la diferencia entre la demanda y la oferta proyectada ante el escenario optimista que implica una mejora a través de la Oferta optimizada”. (Mamani, 2003)

Ayuda a determinar la parte del mercado que podría corresponder al proyecto para cubrir el déficit que no cubre la competencia. La demanda insatisfecha es igual a la demanda menos la oferta.

3.05.01 Balance Actual

Tabla 38 Balance Actual

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2017	574.927,60	31.448,54	543.479,06

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

3.05.02 Balance Proyectado

Tabla 39 Balance Proyectado

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2017	574.927,60	31.448,54	543.479,06
2018	583.896,47	31.791,33	552.105,14
2019	593.005,26	32.137,85	560.867,40
2020	602.256,14	32.488,16	569.767,98
2021	611.651,34	32.842,28	578.809,06

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados. (Salas, 2014)

En pocas palabras, el estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión. Delimita la cantidad necesaria que se utilizara de maquinaria, equipo y mano de obra, de igual manera se puede identificar proveedores, acreedores y herramientas que ayuden al desarrollo correcto del proyecto.

4.01 Tamaño del Proyecto

“El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado”.

(Andrade, 2011, pág. 37)

Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones, y la organización requerida para realizar la producción.

4.01.01 Capacidad Instalada

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

La capacidad instalada se refiere al volumen de producción que se puede obtener con los recursos disponibles de la empresa en determinado momento (recursos como dinero, equipos, personal, instalaciones, entre otros). La manera de obtenerla es calcular cuántas unidades de producto puede la empresa fabricar por hora, y multiplicar eso por las horas laborables disponibles.

Tabla 40 Capacidad Instalada

OPERACIÓN	TIEMPO DE OPERACIÓN	CAPACIDAD DE LA MÁQUINA	NUMERO DE MÁQUINAS	FRECUENCIA POR DÍA	NÚMERO DE OBREROS	TIEMPO TOTAL POR DÍA
Recepción de materia prima	1 quintal jengibre 1 quintal de panela 8 kilos de goma Xanthan	Operación Manual	Manual	Una vez	0.06	30 minutos
Verificación de materia prima de calidad	1 quintal jengibre 1 quintal de panela 8 kilos de goma Xanthan	Operación Manual	Manual	Una vez	0,06	30 minutos
Pesado	15 minutos	500 kg	1	Una vez	0.03	15 minutos
Lavado y Pelado	1000-1500 kg por hora	1000-1500 kg	1	Una vez	0.06	30 minutos
Desintegrado	100-200 kg por hora	100-200 kg	1	Una vez	0.13	60 minutos
Mezcla de Materiales	46 kilos de jengibre, 46 kilos de panela y 8 kilos de goma xanthan	Operación Manual	Manual	Una Vez	0,13	60 minutos
Secado	50 kg por hora	50-80 kg	1	Dos Veces	0.13	120 minutos
Empacado	30-75 fundas por minuto	30-75 bags	1	Una vez	0.19	60 minutos
Almacenamiento	Producto final	Operación Manual	Manual	Una Vez	0,06	30 minutos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Capacidad de producción

Tabla 41 Capacidad de Producción

DIAS TRAB.	UNDS DIA	UNDS SEM.	UNDS MES	UNDS ANU
5	1.053	5.265	21.061	252.728
TOTAL	1.053	5.265	21.061	252.728

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

La forma de obtener el cálculo es de la siguiente manera: las unidades del producto que la microempresa fabricara por un día multiplicar por las unidades.

Normalmente se calcula por día, semanas, meses o años. En la microempresa Honey Jen la producción diaria da un resultado de 1.053 unidades que se producirán,

la producción semanal es de 5.265 unidades, la producción mensual es de 21.061 unidades y la producción anual es de 252.728 unidades.

4.01.02 Capacidad Óptima

Es el máximo nivel de actividad que puede alcanzar con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la gestión empresarial en cuanto permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos. Los incrementos y disminuciones de la capacidad productiva provienen de decisiones de inversión o desinversión (por ejemplo, la adquisición de una máquina adicional). Además, se debe tener en cuenta la mano de obra, inventarios, entre otros.” (ESFA, 2011)

Tabla 42 Capacidad Óptima

DIAS TRAB.	UNDS DIA	UNDS SEM.	UNDS MES	UNDS ANU
5	842	4.212	16.849	202.182
TOTAL	842	4.212	16.849	202.182

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Es la capacidad máxima de producción con respecto al grado de uso de cada uno de los recursos y la capacidad de optimizar los mismos, el incremento o disminución de la producción proviene de inversión correcta que se realice en la empresa tomando en cuenta la mano de obra adecuada.

Podemos determinar que la capacidad óptima del proyecto representa el total de la producción ya que la empresa puede fabricar unidades diarias, esto lo multiplicamos por 80% y nos da el total de la capacidad óptima de la planta que sería de 842 unidades por día y 202.182 unidades al año.

4.02 Localización

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.” (Tomas, 2015)

El estudio de localización consiste en identificar y analizar las variables de ubicación, con el fin de buscar la localización que produzcan la máxima ganancia o el mínimo costo unitario, la ubicación de un proyecto es muy importante ya que determina en gran medida su clientela su duración y éxito.

4.02.01 Macro localización

La macro localización la cual consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región. (Tomas, 2015)

Para establecer la macro localización de este proyecto, se ha considerado llevarlo a cabo en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, Distrito Metropolitano de Quito.



Figura 49: Plano de Macro localización de la empresa

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Sergio Tamayo

4.02.02 Micro localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar el proyecto. (Miranda, 2005, pág. 63)

En el sector en el que se iniciarán las actividades el proyecto cuenta con un importante flujo vehicular en el cual se encuentran líneas de buses y transporte público, al ser su ubicación en una arteria vital para el tránsito de la ciudad con este punto nos referimos a la cercanía con la que se encuentre la empresa hacia los puntos a los cuales se va a distribuir el producto. El local debe estar cerca de los principales canales de distribución y estará ubicado en la dirección, Av. Moro Moro y Apuela

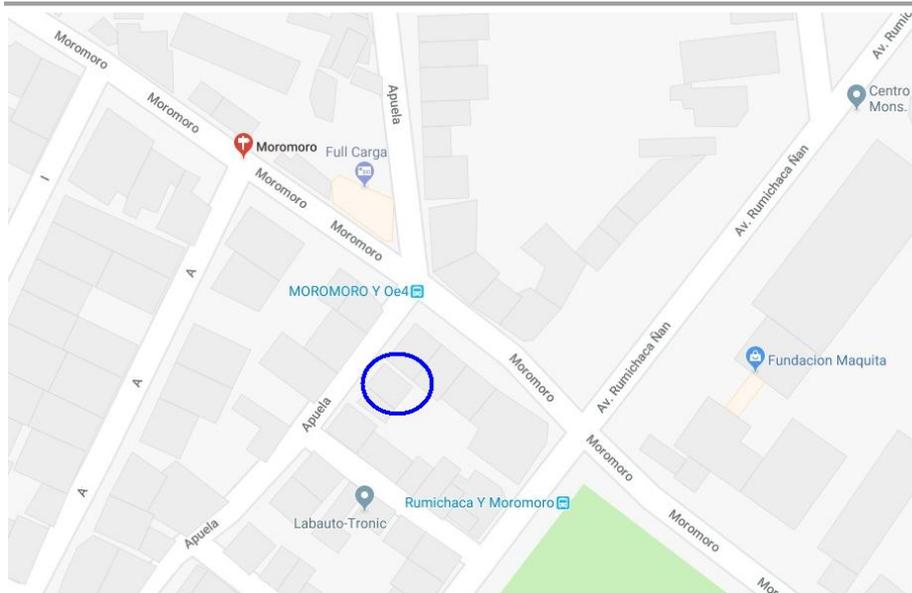


Figura 50: Plano de Micro localización de la empresa

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Sergio Tamayo

4.02.03 Localización Óptima

La fase de localización persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios, la interacción con otras posibles plantas. (Vanaclocha, 2004, pág. 41)

La localización óptima es el lugar adecuado para instalar la Microempresa, la localización debe contribuir a la rentabilidad, que genere una mayor productividad con un costo más bajo. Para el proyecto se utilizará el método de porcentaje ponderado, debido a que permite incorporar factores de carácter cuantitativo y cualitativo.

Tabla 43 Matriz de localización

Factores Relevantes	Peso asignado	Parroquia	Quitumbe	Parroquia	Guajalo	Parroquia	Solanda
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Cercanía con los clientes	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6
cercanía con los proveedores	0,15	4	0,6	4	0,6	3	0,45
Ubicación geográfica	0,1	5	0,5	5	0,5	4	0,4
Seguridad	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Costo de vida	0,1	4	0,4	3	0,3	4	0,4
Servicios básicos	0,1	4	0,4	4	0,4	4	0,4
Disponibilidad de mano de obra	0,1	4	0,4	4	0,4	4	0,4
TOTAL	1		3,2		3,1		2,95

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Tabla 44 Calificación

Calificación	Del 1 al 5
Excelente	5
Muy bueno	4
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Para determinar la localización óptima de la microempresa se determina siete factores más relevantes y se asigna un peso para cada uno. Se puede establecer mediante el método por puntos que la mejor localización es en Quitumbe ya que obtuvo un mayor valor en los factores a diferencia del sector de la Solanda.

4.03 Ingeniería del proyecto

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva. (Urbina, 2009)

La microempresa Honey Jen se dedica a la producción y comercialización de cristales inmediatos de la miel de jengibre, un producto rico en nutrientes,

incluyendo cantidades moderadas de minerales, azúcares, carbohidratos entre otros, también posee propiedades terapéuticas, y a su vez proporciona a los consumidores un producto agradable tanto por su sabor y presentación.

4.03.01 Definición del Bien y Servicio

Un bien es un elemento que se comercializa y que tiene la característica de satisfacer una necesidad humana de alguna manera. Desde el punto de vista moral, el bien es aquello que debe hacerse y buscarse, aquello que redundará en el bienestar propio y ajeno. (School, 2015)

Este producto es un bien de consumo, sin embargo, se subdivide en 2 grupos que son el tipo de bien de consumo que es, y la clase de bien de consumo, según la clasificación “Internacional de bienes y servicios”, este producto se encuentra:

4.03.01.01 Bienes de consumo

Los bienes de consumo son los bienes finales en el proceso de producción de una economía. Satisfacen necesidades de las personas de una manera directa, es decir, no son como los bienes de capital, que a su vez crean otros bienes y servicios, sino que son utilizados directamente por el consumidor. (Kiziryan, 2010)

La empresa Honey Jen tiene como objetivo satisfacer las necesidades de sus clientes de forma terapéutica y nutritiva con este bien de consumo.

4.03.01.02 Servicio

“Servicios como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”. (Stanton, Etzel, & Bruce, 2004, págs. 333-334)

La microempresa se ha destinado a producir un bien como son los cristales de miel de jengibre, brindando un producto que va revolucionar el mercado tanto a nivel nacional como internacional por sus propiedades terapéuticas por lo que se espera se obtenga una gran aceptación en nuestro mercado objetivo.

4.03.02 Distribución de la Planta

Según García & Quesada (2005) indicó que: “La distribución en la planta consiste en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa” (pág., 3)

La distribución de la planta para el estudio de factibilidad se realizará de acuerdo a códigos y razones de cercanía, los cuales permitirán ubicar cada área en relación a la importancia que tenga una de otra.

4.03.02.01 Código de cercanía

Estos códigos establecen el grado de cercanía y relación que existe entre los departamentos de la empresa, tiene como fin facilitar la distribución y asignación de infraestructura.

Tabla 45 Código de cercanía

Código	Descripción
A	Absolutamente necesaria
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Ordinaria o Normal
U	Unimportant (sin importancia)
X	Indeseable
XX	Muy indeseable

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

4.03.02.02 Razones de cercanía

Definen las razones del porqué del grado de cercanía de cada una de las áreas.

Tabla 46 Razones de cercanía

Código	Descripción
1	Por control
2	Por higiene
3	Por procesos
4	Por conveniencia
5	Por seguridad

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

4.03.02.03 Matriz Triangular S.L.P

“Permite identificar, valorar y visualizar todos los elementos involucrados en la implantación y las relaciones existentes entre ellos”. (Muther, 1970, pág. 17)

La matriz S.L.P o Layout es una forma de realizar de manera planificada la distribución de planta, para evaluar, visualizar los elementos y áreas involucradas dentro de un diseño.

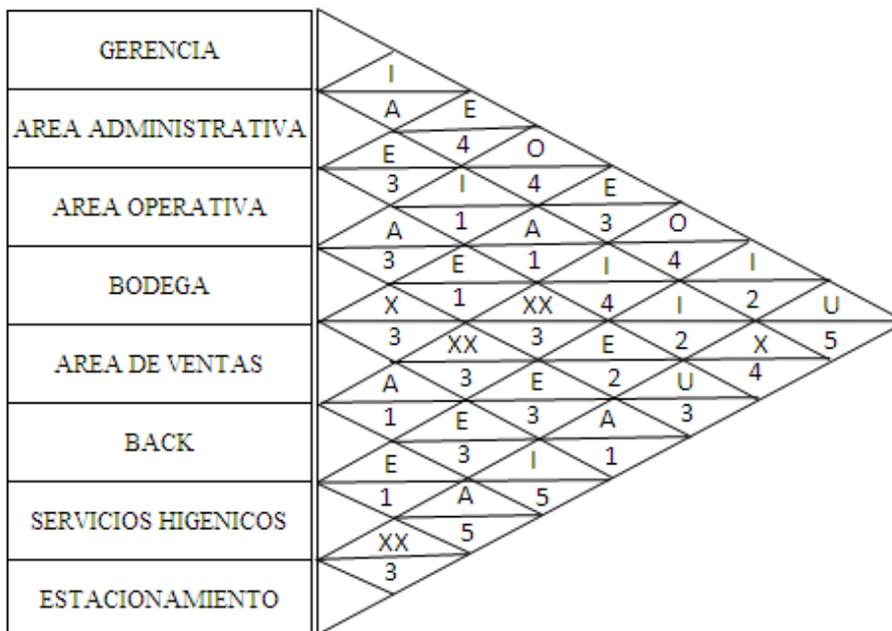


Figura 51: Matriz SLP
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

4.03.02.04 Plano de la Planta

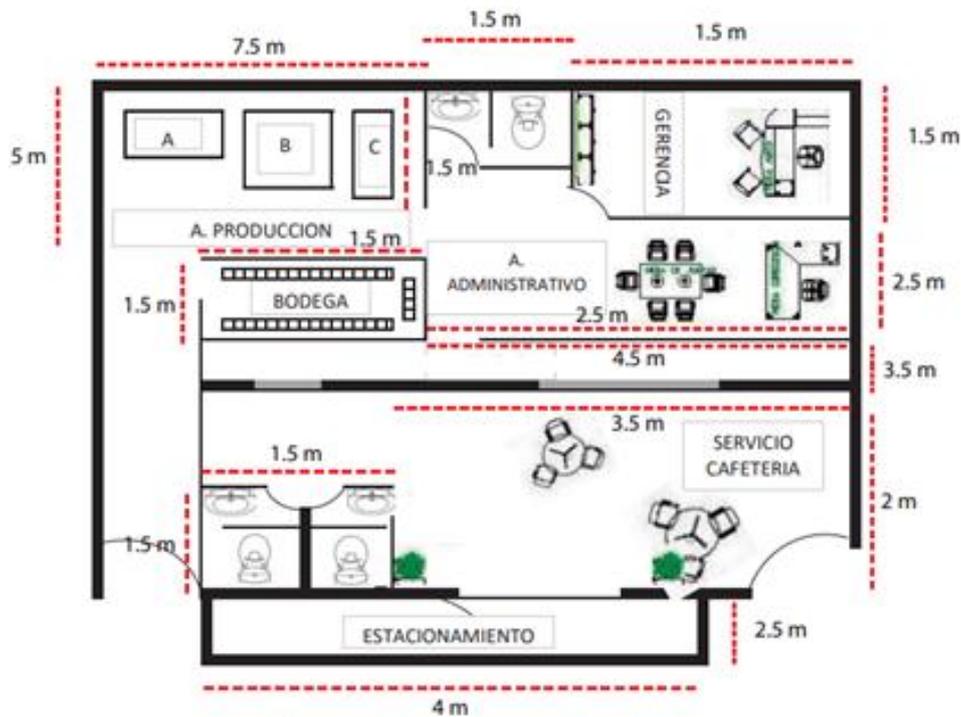


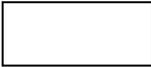
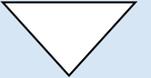
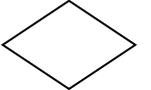
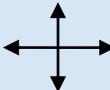
Figura 52: Plano de la Planta
Fuente: Investigación propia
Elaborado Sergio Tamayo

4.03.03 Proceso productivo

Todo proceso de producción es un sistema de acciones dinámicamente interrelacionadas orientado a la transformación de ciertos elementos “entrados”, denominados factores, en ciertos elementos “salidos”, denominados productos, con el objetivo primario de incrementar su valor, concepto éste referido a la capacidad para satisfacer necesidades. (Rey, 2001, pág. 58)

El proceso productivo son todas las actividades, pasos o secuencias que se requieren para la elaboración y transformación de la materia prima en un producto final con la finalidad de satisfacer las necesidades de los individuos.

Tabla 47 Simbología

SÍMBOLO	SIGNIFICADO	¿PARA QUE SE UTILIZA?
	Inicio / Fin	Indica el inicio y el final del diagrama de flujo.
	Operación / Actividad	Símbolo de proceso, representa la realización de una operación o actividad relativa a un procedimiento.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Datos	Indica la salida y entrada de datos.
	Almacenamiento / Archivo	Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.
	Decisión	Indica un punto dentro del flujo en el que son posibles varios cambios alternativos.
	Líneas de flujo	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.
	Conector	Conector dentro de la página y representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página.
	Conector de página	Representa la continuidad del diagrama en otra página, representa una conexión o enlace con otra hoja diferente.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

4.03.03.01 Diagrama de flujo funcional

La representación de los procesos por medio de diagramas permite, además de la descomposición en sus actividades, visualizar el recorrido de los materiales a lo largo del proceso productivo, y con ello se puede analizar la secuencia de actividades del proceso para hacerla más eficiente. Uno de los instrumentos de gran interés para ello, son los diagramas de proceso que constituyen una representación gráfica relativa a un proceso industrial, de servicios o administrativo. (Cuatrecasas, 2012, pág. 59)

El diagrama de flujo funcional muestra todas las actividades, procesos y subprocesos mediante un sistema de representación gráfica que permite al lector comprender de una manera rápida la descripción de la etapa de un proceso donde muestra la relación secuencial entre estos.

Actividades

- Se emite la solicitud del pedido de la materia prima por parte del área de producción.
- En bodega verificar si hay en inventarios
- Se verifica existencias (Si/No)
- Realizar la solicitud de compra
- Entrega de pedido por partes de los proveedores
- Verificar pedido (Si/No)
- El dpto. de administración realiza el pago de la factura al proveedor
- El dpto. de producción recibe la materia prima
- Almacenar la materia prima
- Control de calidad de materia prima
- Pesar la materia prima para la producción
- Lavar la materia prima
- Pelar la materia prima
- Desintegrar la materia prima
- Mezcla de Materia Prima
- Secar por proceso de tambores
- Empacar
- El dpto. de ventas se encargan de ofrecer los productos

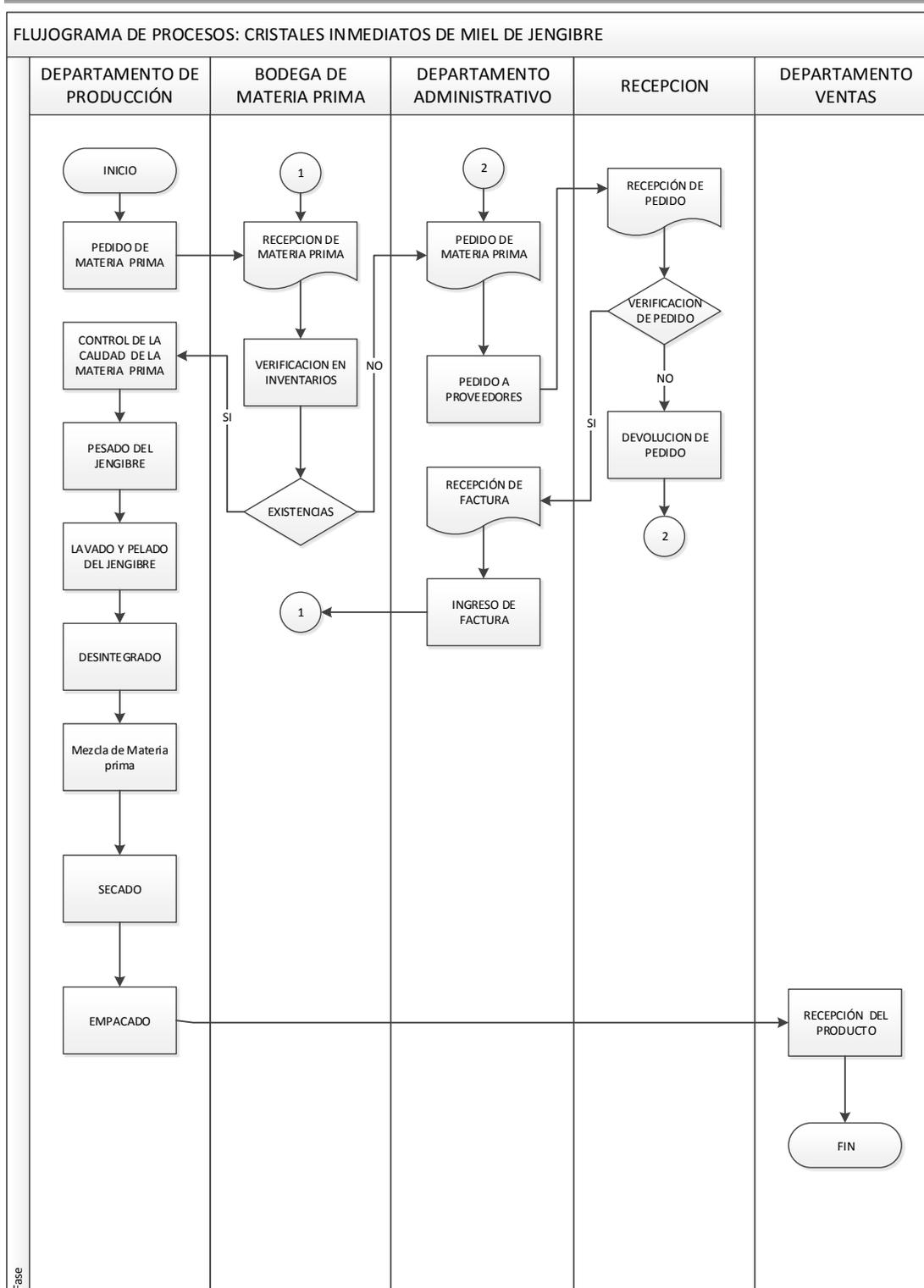


Figura 53: Flujograma de Procesos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

En el flujo grama anterior se muestra la representación gráfica del proceso de producción para la elaboración de los cristales inmediatos de la miel de jengibre, para la realización de este flujo se toma en cuenta la Metodología ANSI donde ayuda

a comprender cada uno de los procesos y actividades que son básicas para la realización del producto.

4.03.03 Maquinaria

“Conjunto de máquinas o bienes de equipo mediante las cuales se realizan la extracción o elaboración de los productos”. (Cardenas, 2010, pág. 59)

Según lo mencionado las maquinas resultan necesarias para todo tipo de procesos de fabricación o elaboración porque permite la transformación de un producto final.

Tabla 48 Maquinaria

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
Maquina empacadora de polvo	1	2.000,00	2.000,00
Lavadora y peladora	1	2.700,00	2.700,00
Balanza electrónica industrial	1	96,00	96,00
Secador de tambor	1	6.000,00	6.000,00
Maquina desintegradora	1	1.545,00	1.545,00
Balanza analítica de precisión	2	400,00	800,00
TOTAL			12.341,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

4.03.04 Equipos

“Equipo es el que actúan de manera independiente sobre los materiales ya sea mecánica o térmicamente, o que realizan operaciones”. (Nations, 2009, pág. 145)

Son herramientas, necesarias para el adecuado desarrollo de la actividad siendo de gran importancia porque forman parte de una empresa o negocio siendo de utilidad según la necesidad requerida.

Tabla 49 Equipos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador portátil Intel i7	1	720,00	720,00
Impresora Epson WF 2750	1	169,00	169,00
Impresora para facturación	1	300,00	300,00
TOTAL	3	1.189,00	1.189,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Tabla 50 Equipos de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Calculadora Casio 2010	1	110,00	110,00
Teléfono inalámbrico dos bases	1	79,00	79,00
TOTAL	2	189,00	189,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Tabla 51 Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	2	80,00	160,00
Archivador	1	170,00	170,00
Sillas	8	24,00	192,00
Mesa	3	70,00	210,00
Estanterías	6	50,00	300,00
Mesa de trabajo	2	50,00	100,00
Mostrador	1	120,00	120,00
TOTAL			1.252,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

En este capítulo debe presentarse el análisis financiero del proyecto. Comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el período de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto debe realizarse con los recursos financieros disponibles. (Social, 2006, pág. 94)

En este estudio se analizará la parte económica que necesita el proyecto para la puesta en marcha y se podrá conocer la viabilidad que tendrá en los años futuros.

5.1 Ingresos

Ingresos es el flujo de entrada de dinero u otros elementos de activo (comprendiendo los derechos a dinero, como las cuentas de compra a crédito) que son consecuencia de las ventas de mercancías o servicios o del uso del dinero o de los bienes. (Earl, 1987, pág. 8)

Los ingresos serán las ganancias que tendrá la microempresa debido a su actividad en la que se desenvolverá.

5.01.01 Ingresos Operacionales

Es aquél que está relacionado directamente con el objeto social de la compañía. Es decir, si la compañía presta servicios de Transporte, todo lo que facture por este concepto, será Ingreso Operacional. Si, por el contrario, presta un servicio de arriendo, o algo que se realiza esporádicamente. (Himmelblau, 2009, pág. 147)

Son los ingresos que se relacionan con la actividad de la microempresa como son mano de obra directa, materia prima directa y los costos indirectos de fabricación.

Tabla 52 Ingresos Anuales

Ventas	Capacidad Anual	Precio Venta Unitario
\$ 101.091,07	252.728	\$ 0,40

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

La Microempresa tendrá ingresos anuales de 101.091,07 dólares laborando 8 horas diarias por los 5 días a la semana.

5.01.02 Ingresos No Operacionales

“Los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma”. (Vásquez & Romero, 2005)

La microempresa no cuenta con ingresos no operacionales.

5.02 Costos

“Son las erogaciones que hace el contratista por los elementos que intervienen directamente en la ejecución de los conceptos de trabajo del proyecto que se esté considerando”. (Trinidad, 2005, pág. 7)

Los costos representan la cantidad de recursos económicos que se necesitan para la elaboración de un producto o servicio.

5.02.01 Costo Directo

“Se entiende por costos directos, a todos los costos que se vinculen directamente con el proyecto y la realización de la obra en estudio, sin estos costos no podrá haber obra”. (Macchia, 2005, pág. 132)

Los costos directos son los que intervienen directamente en la elaboración de un producto.

5.02.01.01 Materia Prima

En el proyecto se identifica como costos directos a la materia prima directa y la mano de obra directa ya que son indispensables para la producción.

Tabla 53 Materia Prima Directa

MATERIA PRIMA DIRECTA	Unidades	Valor Unitario	Total, Unitario	costo unitario
Jengibre (Quintal)	1	30	30,00	0,02849003
Goma xanthan (kilogramos)	8	4,5	36,00	0,03418803
Panela (Quintal)	1	31,89	31,89	0,0302849
TOTAL				0,092963

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

5.02.01.02 Mano de Obra Directa

Se conoce como mano de obra al esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien. El concepto también se aprovecha para apuntar hacia el costo de esta labor, es decir, el dinero que se le abona al trabajador por sus servicios. (Merino, 2011)

Tabla 54 Mano de Obra Directa

CARGO	SUELDO	APORTE	DECIMO	DECIMO	VACACIONES	VALOR	VALOR
	MENSUAL	PATRONA L IESS	TERCERO	CUARTO		MENSU AL	
Operativo 1	450,00	54,68	37,50	32,17	18,75	593,09	7.117,10
TOTAL	450,00	54,68	37,50	32,17	18,75	593,09	7.117,10
TOTAL							0,0282
UNITARIO							

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

5.02.02 Costos Indirectos

“Los costos indirectos de fabricación se considera a todos aquellos costos que no se pueden relacionar directamente con el objeto de costo, o bien, que sería muy costoso complicado hacerlo”. (Jimenez & Espinoza, 2007, pág. 125)

Los costos indirectos son los que no se relacionan directamente con la fabricación de un producto.

Tabla 55 Costos Indirectos

TOTAL, MATERIALES INDIRECTOS	Unidades	Total, Unitario	Costo Unitario
Empacado trilaminado	1053	15,80	0,015
TOTAL			0,015

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Tabla 56 Costos Generales Indirectos

COSTOS GENERALES INDIRECTOS	Total, Unitario	Costo Unitario
Arriendo mes	500,00	0,0237
Luz eléctrica mes	500,00	0,0237
Depreciación maquinaria anual	1234,10	0,0049
Total costos generales indirectos		0,0524
Mano de obra directa		0,0282
Costo de producción unitario		0,1885

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

5.02.03 Gastos

Los gastos son disminuciones del patrimonio neto, distintas de las distribuciones de fondos de la entidad a los propietarios, como consecuencia de la actividad económica de adquisición de bienes y servicios, o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente. (Alcarria, 2009, pág. 231)

Son los desembolsos que realizan en las funciones de financiamiento, administración y ventas para cumplir con los objetivos de la empresa. En el presente proyecto se analizarán los gastos administrativos, ventas y financieros.

5.02.04 Gastos Administrativos

“Comprende los gastos relacionados con todas las demás actividades del negocio más complejo además de las actividades de fábrica y de venta”. (Brock & Earl, 1987, pág. 337)

Los gastos administrativos corresponden a los gastos que no están vinculados directamente con la fabricación del producto, más bien, están relacionados con la dirección de la empresa.

Tabla 57 Sueldo Personal Administrativo

CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Administrador	600,00	72,90	50,00	32,17	25,00	780,07	9.360,80
TOTAL	600,00	72,90	50,00	32,17	25,00	780,07	9.360,80
SUELDO							

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Tabla 58 Gastos Administrativos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Sueldo Personal Administración	1	780,07	780,07	9.360,80
Suministros de Oficina	1	30,00	30,00	360,00
Arriendos	1	500,00	500,00	6.000,00
Suministros de Limpieza	1	5,00	5,00	60,00
Agua Potable	1	5,00	5,00	60,00
Luz Eléctrica	1	500,00	500,00	6.000,00
Teléfono	1	20,00	20,00	240,00
Internet	1	22,00	22,00	264,00
Gasto Mantenimiento	1	12,00	12,00	144,00
TOTAL			1.874,07	22.488,80

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

5.02.05 Gasto de Ventas

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, la promoción de ventas, los gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto, también los gastos por este concepto. (Eco-finanzas, 2016)

Los gastos de ventas son los que incurren en la comercialización del producto hacia los clientes utilizando promociones, publicidad, entre otros.

Tabla 59 Rol de Ventas

CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Vendedor	386,00	46,90	32,17	32,17	16,08	513,32	6.159,79
TOTAL	386,00	46,90	32,17	32,17	16,08	513,32	6.159,79
SUELDO							

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Tabla 60 Gasto de Ventas

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Sueldo del Vendedor	1	513,32	513,32	6159,79
Material Publicitario	1000	0,03	30,00	30,00
Artículos promocionales	1000	0,30	300,00	300,00
Rotulo	1	45,00	45,00	45,00
Página Web	1	200,00	200,00	200,00
TOTAL			1.088,32	6.734,79

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

Estos gastos se harán con la finalidad de promocionar el producto para que lo conozcan y así atraer a los clientes.

5.02.06 Gastos Financieros

“El gasto financiero neto dependerá de la estructura financiera que se haya decidido para la empresa. Por tanto, es imprescindible realizar análisis conjuntamente con el balance de la compañía.” (Hernández, 2000, pág. 116)

Los gastos financieros son los que busca la empresa a través de capitales ajenos para el financiamiento del negocio.

Tabla 61 Gastos Financieros

Inversión:	100%	44.322,73
Cap. Propio:	49%	21.501,00
Financiamiento:	51%	22.821,73
Plazo:		24 meses
Interés:		11,86%
Pagos:		MENSUAL

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

5.02.07 Costos Fijos y costos variables

“La mezcla de costos puede dividirse arbitrariamente en aquéllos que varían con los servicios o el volumen (costos variables) y los que no lo hacen (costos fijos)”.

(Ballou, 2004, pág. 185)

Son aquellos que se mantiene constante cualquiera que sea el volumen de producción; tal como: arriendos, depreciaciones, entre otros.

En cambio, los costos variables son aquellos que varían proporcionalmente, de acuerdo al volumen de producción.

Tabla 62 Costos fijos y Variables

COSTOS	VALOR
Costos fijos	29.924,57
Costos variables	34.402,33
Costo variable unitario	0,1885

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

5.03 Inversiones

“Compromiso de recurso en la esperanza de obtener beneficios durante un periodo razonable largo de tiempo”. (Aguirre, 1981, pág. 21)

Las inversiones es el uso de capital en distintas actividades con la finalidad de alcanzar beneficios económicos en el futuro.

Tabla 63 Inversiones

Tipo	Valor
Activos Fijos	26.971,00
Activos Nominales	500,00
Capital de Trabajo	16.851,73
Total	44.322,73

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

5.03.01 Inversión Fija

“La inversión fija considera todos los bienes tangibles que se han definido previamente para poder realizar el productivo”. (Convenio, 1988, pág. 22)

La inversión fija se refiere a la utilización de capital para adquirir activos fijos que ayudan a crear ingresos para la empresa.

5.03.02 Activos Fijos

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. (Himmelblau, 2009, pág. 82)

Los activos fijos son aquellos que intervienen en el proceso de funcionamiento de la empresa.

Tabla 64 Activos Fijos

Concepto	Uso de fondos	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
Activos Fijos			
Vehículo	12.000,00	12.000,00	
Maquinaria y Equipo	12.341,00		12.341,00
Muebles y Enseres	1.252,00	1.252,00	
Equipo de Computación	1.189,00	1.189,00	
Equipo de Oficina	189,00	189,00	
Total de Activos Fijos	26.971,00	14.630,00	12.341,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

5.03.03 Activos Nominales (Diferidos)

“Son los pagos por anticipado de los cuales se espera consumir algún bien o servicio en el futuro. Por ejemplo: primas de seguro, rentas pagadas por anticipado. A medida que se consumen se amortizan”. (Himmelblau, 2009, pág. 88)

Son los activos intangibles que ponen en marcha a la empresa.

Tabla 65 Activos Nominales

Activos Diferidos	Uso de fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
Gasto de Constitución	200,00	200,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	300,00	
Total de Activos Diferidos	500,00	500,00	0,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Tabla 66 Tabla Amortización Activos Nominales

Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
500,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

5.03.04 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo Bruto equivale al Activo corriente de la empresa.

Representa las inversiones a corto plazo (inversiones que se pueden convertir en efectivo en un plazo de hasta un año) y está compuesto por partidas como Caja Bancos, Valores Negociables, Cuentas por cobrar comerciales, Otras cuentas por cobrar, Existencias y Cargas Diferidas. (Tanaka, 2005, pág. 210)

El capital de trabajo es la inversión que realiza la microempresa para el desarrollo de sus actividades a corto plazo y así poder hacer frente a situaciones de emergencia que puedan ocurrir.

Tabla 67 Capital de Trabajo

Descripción	1 mes	1 mes	1 mes	TOTAL
Materia Prima	2.273,77	2.273,77	2.273,77	6.821,31
Mano de Obra	593,09	593,09	593,09	1.779,28
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Sueldo Personal Administración	780,07	780,07	780,07	2.340,20
Suministros de Oficina	30,00	30,00	30,00	90,00
Arriendos	500,00	500,00	500,00	1.500,00
Suministros de Limpieza	5,00	5,00	5,00	15,00
Agua Potable	5,00	5,00	5,00	15,00
Luz Eléctrica	500,00	500,00	500,00	1.500,00
Teléfono	20,00	20,00	20,00	60,00
Internet	22,00	22,00	22,00	66,00
GASTOS DE VENTAS				
Sueldo del Vendedor	513,32	513,32	513,32	1.539,95
Material Publicitario	30,00	30,00	30,00	90,00
Artículos publicitarios	300,00	300,00	300,00	900,00
Rotulo	45,00	45,00	45,00	135,00
TOTAL	5.617,24	5.617,24	5.617,24	16.851,73

Fuente: investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

El financiamiento no es más que los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Una buena administración financiera es un elemento vital para la planificación óptima de los recursos económicos en una empresa o negocio. (Toledo, 2014)

Para que la microempresa empiece a producir es necesario contar con un buen financiamiento, por lo cual, se ha analizado un préstamo en la entidad financiera BanEcuador con un interés mensual del 11,86% a dos años plazo. El uso de estos fondos será destinado a la compra de activos fijos.

Tabla 68 Cuadro Fuentes y Usos

Concepto	Uso de fondos	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
Inversiones en Activos Fijos			
Vehículo	12.000,00	12.000,00	
Maquinaria y Equipo	12.341,00		12.341,00
Muebles y Enseres	1.252,00	1.252,00	
Equipo de Computación	1.189,00	1.189,00	
Equipo de Oficina	189,00	189,00	
Total de Activos Fijos	26.971,00	14.630,00	12.341,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	200,00	200,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	300,00	
Total de Activos Diferidos	500,00	500,00	0,00
Capital de trabajo			
Materia Prima	6.821,31		6.821,31
Mano de Obra	1.779,28		1.779,28
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Sueldo Personal Administración	2.340,20	1.000,00	1.340,20
Suministros de Oficina	90,00	90,00	
Arriendos	1.500,00	1.500,00	
Suministros de Limpieza	15,00	15,00	
Agua Potable	15,00	15,00	
Luz Eléctrica	1.500,00	1.500,00	
Teléfono	60,00	60,00	
Internet	66,00	66,00	
GASTOS DE VENTAS			
Sueldo del Vendedor	1.539,95	1.000,00	539,95
Material publicitario	90,00	90,00	
Artículos publicitarios	900,00	900,00	
Rotulo	135,00	135,00	
Total capital de trabajo	16.851,73	6.371,00	10.480,73
TOTAL DE INVERSIÓN	44.322,73	21.501,00	22.821,73
PARTICIPACIÓN	100%	49%	51%

Fuente: investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

5.03.06 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización)

“El proceso de amortización del préstamo implica efectuar el cálculo de los pagos futuros durante el plazo del préstamo, cuyo valor presente a la tasa de interés

estipulada equivale al monto de la principal inicial prestado”. (Gitman & Zutter, 2012, pág. 179)

La tabla de amortización es un resumen de los pagos de un préstamo que se tiene que cancelar en un tiempo determinado.

Tabla 69 Tabla de Amortización

Inversión	:	100%	44.322,73
Cap. Propio	:	49%	21.501,00
Financiamiento	:	51%	22.821,73
Plazo	:	24	MESES
Interés	:	11,86%	0,33%
Pagos	:	MENSUAL	

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	22.821,73	0,00	0,00	0,00	22.821,73
1	22.821,73	75,18	990,56	915,37	21.906,36
2	21.906,36	72,17	990,56	918,39	20.987,97
3	20.987,97	69,14	990,56	921,41	20.066,55
4	20.066,55	66,11	990,56	924,45	19.142,10
5	19.142,10	63,06	990,56	927,50	18.214,61
6	18.214,61	60,01	990,56	930,55	17.284,06
7	17.284,06	56,94	990,56	933,62	16.350,44
8	16.350,44	53,87	990,56	936,69	15.413,75
9	15.413,75	50,78	990,56	939,78	14.473,97
10	14.473,97	47,68	990,56	942,87	13.531,10
11	13.531,10	44,58	990,56	945,98	12.585,12
12	12.585,12	41,46	990,56	949,10	11.636,02
13	11.636,02	38,33	990,56	952,22	10.683,80
14	10.683,80	35,20	990,56	955,36	9.728,43
15	9.728,43	32,05	990,56	958,51	8.769,93
16	8.769,93	28,89	990,56	961,67	7.808,26
17	7.808,26	25,72	990,56	964,83	6.843,43
18	6.843,43	22,55	990,56	968,01	5.875,41
19	5.875,41	19,36	990,56	971,20	4.904,21
20	4.904,21	16,16	990,56	974,40	3.929,81
21	3.929,81	12,95	990,56	977,61	2.952,20
22	2.952,20	9,73	990,56	980,83	1.971,37
23	1.971,37	6,49	990,56	984,06	987,31
24	987,31	3,25	990,56	987,31	0,00
		a =	$\frac{Cr (1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

La tabla muestra los 24 pagos que se tendrá que hacer para liquidar el préstamo. El mismo se lo realizara en la entidad financiera BanEcuador a una tasa de interés del 11.86%.

5.02.07 Depreciaciones (Tabla de depreciación)

“La depreciación es la pérdida del valor de un activo físico (edificios, maquinarias, muebles, etc.) con motivo de uso.” (Palacios, 2006, pág. 128)

Es la pérdida de valor que sufre un activo con el paso de los años.

Tabla 70 Depreciaciones

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	12.000,00	5	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Maquinaria y Herramienta	12.341,00	10	1.234,10	1.234,10	1.234,10	1.234,10	1.234,10
Muebles y Enseres	1.252,00	10	125,20	125,20	125,20	125,20	125,20
Equipos de Oficina	189,00	10	18,90	18,90	18,90	18,90	18,90
Equipos de Computación	1.189,00	3	396,33	396,33	396,33	396,33	396,33
TOTAL	26.971,00		4.174,53	4.174,53	4.174,53	4.174,53	4.174,53

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

La forma en que se depreció fue en línea recta ya que se estima una depreciación de los activos constantes con el paso del tiempo.

5.05.08 Estado de Situación Inicial

“Recordemos que el balance es un instrumento conceptual que representa a la totalidad del patrimonio de la empresa, en su doble acepción de medios o inversiones (Activo) y de origen de los medios o fuentes de financiamiento (Pasivo)”. (Bernal, 2004, pág. 110)

El estado de situación inicial o también llamado balance general refleja la situación financiera de la empresa y consta de tres partes fundamentales como son los activos, pasivos y el patrimonio neto.

Tabla 71 Estado de Situación Inicial

MICROEMPRESA HONEY JEN ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL		
ACTIVOS		
Activo Corriente		16.851,73
Bancos	16.851,73	
Activo no Corriente		27.471,00
Maquinaria y Equipo	12.341,00	
Vehículo	12.000,00	
Muebles y Enseres	1.252,00	
Equipo de Computación	1.189,00	
Equipo de Oficina	189,00	
Gasto de Constitución	200,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	
TOTAL ACTIVOS		44.322,73
PASIVOS		
Pasivos no Corrientes		22.821,73
Préstamo Bancario por pagar	22.821,73	
PATRIMONIO		21.501,00
Capital	21.501,00	
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO		44.322,73

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

El estado de situación inicial refleja la situación financiera del proyecto, dando así a conocer, los recursos con los que cuenta y la manera en que están siendo aprovechados.

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a 5 años)

“Este estado condensa las proyecciones presupuestarias que se han realizado, dando una visión integral acerca de cuáles serán los posibles resultados de la empresa para los próximos doce meses, y para los siguientes cuatro años”. (Leiva, 2007, pág. 102)

El estado de resultados refleja la situación económica de la empresa al finalizar un periodo contable. La información permite examinar y evaluar si hubo pérdidas o ganancias.

Tabla 72 Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CRECIMIENTO POBLACIONAL	1,56%				
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	1,09%				
VENTAS	101.091,07	102.668,09	104.269,71	105.896,32	107.548,30
(-) Costo de Producción	47.636,41	48.155,65	48.680,54	49.211,16	49.747,56
(=) Utilidad Bruta en Ventas	53.454,66	54.512,44	55.589,17	56.685,15	57.800,74
(-) Gastos Operacionales	34.199,11	34.721,94	35.476,82	36.515,85	37.589,49
Gastos Administrativos	22.488,80	23.237,68	24.011,49	24.811,07	25.637,28
Gastos de Ventas	6.734,79	6.959,06	7.190,79	7.430,25	7.677,67
Gastos Financieras	700,98	250,67	0,00	0,00	0,00
Depreciación	4.174,53	4.174,53	4.174,53	4.174,53	4.174,53
Amortizaciones	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
(=) Utilidad Operacional	19.255,55	19.790,50	20.112,35	20.169,30	20.211,25
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.T.	19.255,55	19.790,50	20.112,35	20.169,30	20.211,25
(-) 15 % Participación Laboral	2.888,33	2.968,57	3.016,85	3.025,40	3.031,69
(=) Utilidad Antes de I.R.	16.367,22	16.821,92	17.095,50	17.143,91	17.179,56
(-) Impuesto a la Renta PNOC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	16.367,22	16.821,92	17.095,50	17.143,91	17.179,56

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

En el estado de resultados se puede observar que el primer año se cierra con una utilidad, la que se incrementara por los años restantes.

5.03.10 Flujo de Caja

El análisis de flujo de caja muestra relación entre sus activos y pasivos corrientes. Activos corrientes son los “líquidos” o que pueden liquidarse convertirse en efectivo-en menos de 12 meses (por ej., dinero en el banco, dinero en caja, cuentas por cobrar y existencias). Del mismo modo, pasivos corrientes son los que deben ser pagados en ese mismo plazo de 12 meses (por ej., cuentas por pagar, saldo de hipoteca, interés). (Cooper, Floody, & Mc Neill, 2002, pág. 52)

El flujo de caja permite conocer los ingresos y los egresos, es decir, refleja la situación de liquidez de la microempresa. Esos resultados se utilizan para evaluar la viabilidad del proyecto.

Tabla 73 Flujo de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-44.322,73			-1.189,00		7.287,33
Excedente Operacional		20.641,75	21.096,46	21.370,03	21.418,44	21.454,09
FLUJOS DE EFECTIVO	-44.322,73	20.641,75	21.096,46	20.181,03	21.418,44	28.741,43

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

5.04 Evaluación Financiera

“La comprobación entre los costos y beneficios adicionales atribuibles al proyecto genera la medida básica de la bondad del proyecto: el beneficio incremental neto (BIN)”. (Convenio, 1988, pág. 22)

La evaluación financiera es un estudio a los estados financieros del proyecto con la finalidad de analizar la rentabilidad del proyecto.

5.04.01 Tasa de Descuento

“La tasa de descuento se determina considerando el costo del dinero para el que decide; esto es, lo que gana por recibir dinero prestado, o lo que deja de ganar por el dinero que tiene”. (Velez, 2003, pág. 57)

La tasa de descuento sirve para conocer el valor actual de un pago a futuro. Para hallar la TMAR se sumará la tasa pasiva y la tasa activa.

Tabla 74 TMAR

TASA DE DESCUENTO			
Tasa activa	7,83	%	0,0783
Tasa pasiva	4,98	%	0,0498
TMAR =	7,83 + 4,98		
TMAR =	0,1281		
TMAR =	12,81%		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

La TMAR de este proyecto es de 12,81% la cual servirá para calcular el Valor Actual Neto (VAN).

5.04.02 Valor Actual Neto (Van)

Este indicador de evaluación permite conocer el valor del dinero actual (hoy) que va a recibir el proyecto en el futuro, a una tasa de interés (tasa de actualización o descuento) y un periodo determinado (horizonte de evaluación, a fin de comparar este valor con la inversión inicial. (Hamilton & Pezo, 2005, pág. 245)

El Valor Actual Neto nos permite analizar la viabilidad del proyecto tomando en cuenta la suma de todos los flujos netos de caja deduciéndolos a su valor de inversión inicial. Si es VAN es mayor o igual a uno el proyecto es rentable, si el VAN es menor a uno el proyecto no es rentable.

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= -P + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5} \\ \text{VAN} &= -44.322,73 + \frac{20.641,75}{1,1281} + \frac{21.096,46}{1,27260961} + \frac{20.181,03}{1,4356309} + \frac{21.418,44}{1,61953522} + \frac{28.741,43}{1,82699768} \\ \text{VAN} &= -44.322,73 + 18.297,80 + 16.577,32 + 14.057,25 + 13.225,05 + 15.731,51 \\ \text{VAN} &= -44.322,73 + 77.888,94 \\ \text{VAN} &= 33.566,21 \end{aligned}$$

El proyecto presenta un VAN de 33.566,21 dólares para los 5 años de vida útil, por lo cual, es rentable ya que el resultado es mayor a uno.

5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)

“La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento, que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos”. (Fernández, 2007, pág. 132)

La TIR es otro de los métodos más utilizados para la evaluación de proyectos. Al igual que el VAN toma utiliza los flujos de efectivo netos para su cálculo. Es también la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable.

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= -P + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5} \\ \text{VAN} &= -44.322,73 + \frac{20.641,75}{1,1281} + \frac{21.096,46}{1,27260961} + \frac{20.181,03}{1,4356309} + \frac{21.418,44}{1,61953522} + \frac{28.741,43}{1,82699768} \\ \text{VAN} &= -44.322,73 + 18.297,80 + 16.577,32 + 14.057,25 + 13.225,05 + 15.731,51 \\ \text{VAN} &= -44.322,73 + 77.888,94 \\ \text{VAN} &= 33.566,21 \\ \text{TIR} &= \mathbf{39,30\%} \end{aligned}$$

Según la fórmula de la TIR, presenta que para este proyecto es de 39,30% y es mayor a la TMAR, el proyecto es rentable ya que esta es la tasa de referencia para la inversión.

5.04.04 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

“El periodo de recuperación mide entonces el tiempo necesario para la recuperación de la inversión”. (Everett. & Ebert., 2010, pág. 72)

El PRI permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión. Existen dos maneras de calcular el PRI a valores constantes y actuales.

Tabla 75 Periodo de recuperación de la inversión a valores constantes

Periodo	FNE	Acumulado
AÑO		
0	-44.322,73	-44.322,73
1	20.641,75	-23.680,98
2	21.096,46	-2.584,52
3	20.181,03	17.596,51
4	21.418,44	39.014,95
5	28.741,43	67.756,37
PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CONSTANTES		
	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	21.096,46	-23.680,98
1 mes	1.758,04	-21.922,94
2 mes	1.758,04	-20.164,90
3 mes	1.758,04	-18.406,86
4 mes	1.758,04	-16.648,83
5 mes	1.758,04	-14.890,79
6 mes	1.758,04	-13.132,75
7 mes	1.758,04	-11.374,71
8 mes	1.758,04	-9.616,67
9 mes	1.758,04	-7.858,64
10 mes	1.758,04	-6.100,60
11 mes	1.758,04	-4.342,56
12 mes	1.758,04	-2.584,52
AÑO 2	1.758,04	-826,48
1 mes	1.758,04	931,55
2 mes	1.758,04	2.689,59
3 mes	1.758,04	4.447,63
4 mes	1.758,04	6.205,67

5 mes	1.758,04	7.963,71
PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑOS	PRVC

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Tabla 76 Periodo de recuperación de la inversión a valores actualizados

Periodo	FNE Actualizado	Acumulado
AÑO		
0	-44.322,73	-44.322,73
1	18.297,80	-26.024,93
2	16.577,32	-9.447,61
3	14.057,25	4.609,65
4	13.225,05	17.834,70
5	15.731,51	33.566,21

**PERIODO DE RECUPERACION A
VALORES ACTUALIZADOS**

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	16.577,32	-26.024,93
1 mes	1.381,44	-24.643,48
2 mes	1.381,44	-23.262,04
3 mes	1.381,44	-21.880,60
4 mes	1.381,44	-20.499,15
5 mes	1.381,44	-19.117,71
6 mes	1.381,44	-17.736,27
7 mes	1.381,44	-16.354,82
8 mes	1.381,44	-14.973,38
9 mes	1.381,44	-13.591,94
10 mes	1.381,44	-12.210,49
11 mes	1.381,44	-10.829,05
12 mes	1.381,44	-9.447,61
AÑO 2	1.381,44	-8.066,16
1 mes	1.381,44	-6.684,72
2 mes	1.381,44	-5.303,28
3 mes	1.381,44	-3.921,83
4 mes	1.381,44	-2.540,39
5 mes	1.381,44	-1.158,95
PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑOS 5 Meses	PRVA

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

En el periodo de recuperación a valores actualizados la inversión se recuperará en dos años, en cambio, en el periodo de recuperación a valores constantes se recuperará en dos años cinco meses.

5.04.05 RCB (Relación Costo Beneficio)

Es un término que se refiere tanto a: una disciplina formal (técnica) a utilizarse para evaluar, o ayudar a evaluar, en el caso de un proyecto o propuesta, que en sí es un proceso conocido como evaluación de proyectos.

Un planteamiento informal para tomar decisiones de algún tipo, por naturaleza inherente a toda acción humana. Bajo ambas definiciones, el proceso involucra, ya sea explícita o implícitamente, un peso total de los gastos previstos en contra del total de los beneficios previstos de una o más acciones con el fin de seleccionar la mejor opción o la más rentable. Muy relacionado, pero ligeramente diferentes, están las técnicas formales que incluyen análisis costo-eficacia y análisis de la eficacia del beneficio. (Himmelblau, 2009, pág. 167)

Permite comparar los beneficios y costos del proyecto.

Tabla 77 Relación Costo Beneficio

PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	101.091,07	89611,80	47.636,41	42227,12
2	102.668,09	80675,24	48.155,65	37840,08
3	104.269,71	72629,89	48.680,54	33908,82
4	105.896,32	65386,86	49.211,16	30385,98
5	107.548,30	58866,14	49.747,56	27229,13
TOTAL		367169,92		171591,12
		RCB	2,14	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sergio Tamayo

La relación costo-beneficio que presenta el proyecto es mayor a 1, lo que nos indica que el proyecto es rentable ya que los beneficios superan a los costos.

5.04.06 Punto de Equilibrio

“El estudio se basa en la asunción de que el costo total y el ingreso total para una fábrica son funciones lineales de la cantidad de producción, dentro de un periodo determinado (usualmente un mes o un año).” (Johnston & Madrigal, 1977, págs. 15-51)

En toda actividad comercial se busca determinar y analizar los costos y gastos mediante operaciones financieras con el fin de determinar la rentabilidad adicional

del producto; el punto de equilibrio o punto muerto conocido también como punto de inflexión es cuando los ingresos son iguales a los costos.

PUNTO DE EQUILIBRIO

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

Costos Fijos:

Gastos Administrativos	22.488,80
Gastos de Ventas	6.734,79
Gasto Financiero	700,98
TOTAL COSTO FIJO	29.924,57

Precio de venta	0,40
Costo variable unitario	0,1080

$$\text{P.E.} = \frac{\text{CF}}{p - \text{Cvu}} = \frac{29.924,57}{0,29} = \mathbf{102.468 \text{ Unidades}}$$

$$\text{P.E.} = 102.468 \times 0,40 = \mathbf{40.987,37 \text{ ventas}}$$

ESTADO DE RESULTADOS

VENTAS	40.987,37
Costo Variable	11.062,79
Margen de Contribución	29.924,57
Costos Fijos	29.924,57
Utilidad / Pérdida	-

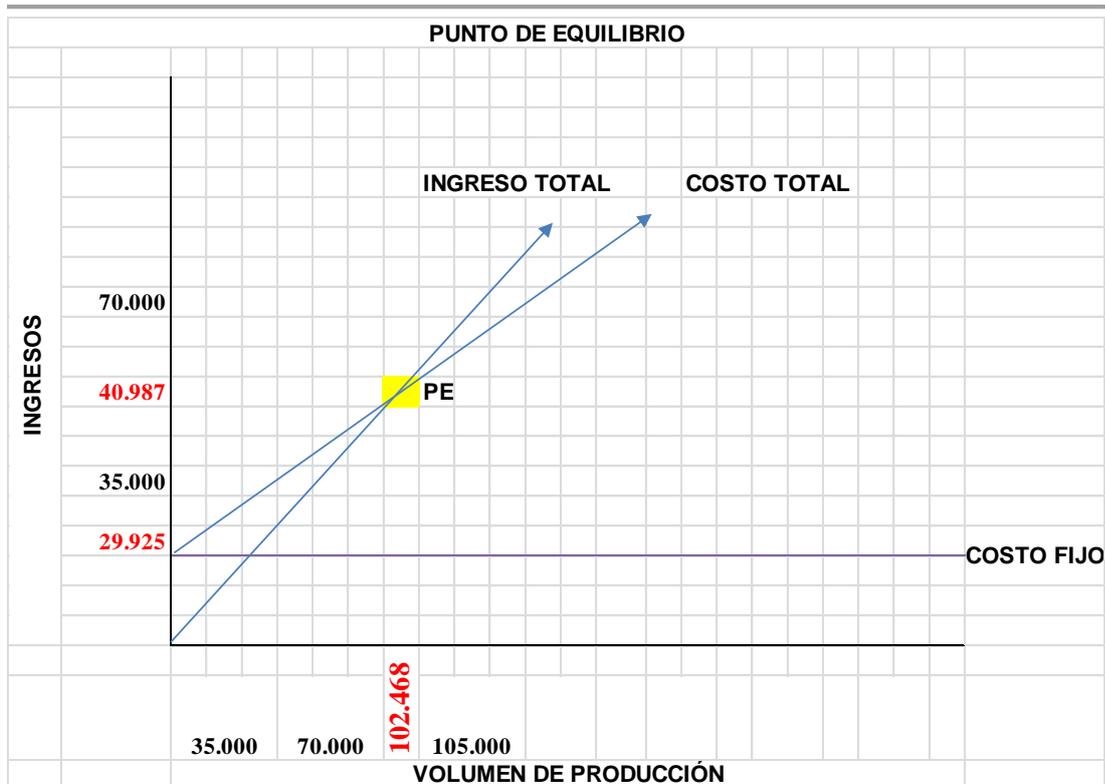


Figura 54: Punto de Equilibrio
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Tamayo

Según el cálculo del punto de equilibrio se deberá producir 102.468 unidades y obtener unas ventas de 40.987 dólares para no tener ni pérdidas ni ganancias.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

Los índices financieros son muy importantes ya que sirven para evaluar y analizar la situación financiera de la microempresa.

5.04.07.01 ROA

“El rendimiento de los activos y la rentabilidad de las inversiones son dos medidas básicas y tradicionales. Estas medidas ayudan a dar a los inversionistas las herramientas para comparar entre las empresas, los proyectos y las divisiones de la producción”. (Juma h, 2015, pág. 267)

Mide la eficiencia de la administración de la empresa para generar utilidades a partir de los activos operativos promedio. Cuanto más grande sea el porcentaje del rendimiento sobre activos operativos será mejor.

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos no corrientes}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{16.367,22}{27.471,00}$$

$$\text{R.O.A} = 0,60$$

El aprovechamiento de los activos para obtener beneficios en la microempresa es del 60% lo que indica que por cada dólar invertido se recuperará 0,60 centavos.

5.04.07.02 ROE

“Esta razón la obtenemos dividiendo la utilidad neta entre el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista.” (Aching & Aching, pág. 28)

Este indicador mide el rendimiento del capital.

RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO

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

$$\text{R.O.E} = \frac{16.367,22}{21.501,00}$$

$$\text{R.O.E} = 0,76$$

Este indicador nos indica que por cada dólar invertido de capital propio se recuperará el 76% por tanto es aceptable.

5.04.07.03 ROI

El retorno sobre la inversión (RSI o ROI, por las siglas en inglés de return on investment) es una razón financiera que compara el beneficio o la utilidad obtenida en relación a la inversión realizada. Es decir, “representa una herramienta para analizar el rendimiento que la empresa tiene desde el punto de vista financiero”. (Networks, 2014)

La rentabilidad o rendimiento de la inversión es una medida referida a un determinado periodo de tiempo de rendimiento de los activos de una empresa independientemente de cómo fueron financiados.

RENTABILIDAD SOBRE INVERSIÓN

$$\text{R.O.I} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$\text{R.O.I} = \frac{16.367,22}{44.322,73}$$

$$\text{R.O.I} = 0,37$$

Mide la rentabilidad que tendrá la inversión, el ROI es de 37% que muestra para cubrir los gastos e incluso la ganancia obtenida que tendrá la microempresa

5.04.07.04 Índice de liquidez

“Refleja la capacidad de la empresa para cumplir sus compromisos a corto plazo”. (ALIDE, 1979, pág. 230)

Es la capacidad de liquidez que tiene la microempresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

$$R.L.= \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costo de ventas}}$$

$$R. L. = \frac{101.091,07}{47.636,41}$$

$$R. L. = 2,12$$

5.04.07.05 Índice de Endeudamiento

“Mide el grado y la forma en que participan los acreedores en el financiamiento de una empresa”. (Miranda, 2005, pág. 265)

Este índice nos indica de qué forma participan los acreedores en la microempresa.

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

$$\text{ENDEUDAMIENTO} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \times 100\%$$

$$\text{ENDEUDAMIENTO} = \frac{22821,73}{44.322,73} \times 100\%$$

$$\text{ENDEUDAMIENTO} = 51,49\%$$

Podemos observar que la participación de los acreedores es de un 48,54% sobre el total de activos de la microempresa.

Capítulo VI

6. Análisis de impactos

“El análisis de Impacto debe enfocarse en el contexto de los productos o servicios proporcionados por la organización”. (Martínez, 2004, pág. 56)

Después de realizar la investigación para el presente proyecto, se puede concluir que se debe tomar en cuenta cuatro aspectos muy importantes para el proyecto que pueden ser determinantes tanto de manera positiva como negativa los cuales son: impacto ambiental, impacto económico, impacto productivo e impacto social.

6.01 Impacto Ambiental

“De forma general, entendemos por impacto ambiental cualquier alteración del medio derivada de la acción humana. Dicha alteración se expresa por la diferencia entre los cambios del medio a lo largo del tiempo “con” y “sin” la actuación responsable del impacto”. (Abellán, 2006, pág. 134)

El impacto ambiental que generara la microempresa Honey Jen es mínimo ya que el producto al ser preparado con materia prima natural no contara con químicos

perjudiciales para la salud del ser humano. Por otra parte, la utilización de la maquinaria no generara tanta contaminación por el sonido de las máquinas, ni emanará gases tóxicos que moleste a la comunidad cercana a la microempresa.

Además, Honey Jen realizará campañas de reciclajes y tratará de hacer conciencia al cuidado del medio ambiente en sus clientes.

6.02 Impacto Económico

Sabiendo que el PIB manufacturero en el país ha estado en constante crecimiento, Honey Jen aportara a este sector de la economía ya que tendrá un impacto positivo, por otra parte, fomentara a la agricultura ya que los campesinos serán los proveedores de la materia prima para la microempresa.

Además, se creará plazas de trabajo ayudando a generar ingresos y su comercialización será en el Distrito Metropolitano de Quito utilizando estrategias para que el producto sea introducido en los puntos de más concurrencia por la población de la capital.

Con el buen desarrollo económico de la microempresa no solo se espera comercializar en la ciudad, sino poder expandirse a las diferentes provincias del país.

6.03 Impacto Productivo

El impacto productivo que generara el presente proyecto será positivo ya que está enfocado en el Plan Nacional del Buen Vivir que a su vez aportara al cambio de la matriz productiva debido a que no se importara materia prima sino se utilizara la de origen ecuatoriano, elaborando el producto con propiedades terapéuticas y nutritivas con estándares de calidad.

Honey Jen será una microempresa que invertirá en tecnología para aumentar el nivel de productividad para priorizar el consumo de productos nacionales logrando de esa manera sustituir las importaciones valorando de esa manera lo que se fabrica en el país. Por otra parte, es un producto que puede ser exportado a diferentes partes del mundo.

6.04 Impacto Social

Honey Jen generará un impacto social positivo ya que busca introducir al mercado un producto nuevo con propiedades saludables para el ser humano sin químicos. Además, creará fuentes de trabajo para la realización de las diferentes funciones establecidas y a su vez contribuirá a la mejora en la calidad de vida de la población.

Al ser un proyecto de emprendimiento ayudará a que las personas se atrevan a emprender un negocio sirviendo de guía para que busquen opciones de aumentar sus ingresos y además favorecerá al sector agrícola de la costa norte ecuatoriana quienes serán los proveedores de la materia prima.

Capítulo VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- La creación de la microempresa productora y comercializadora de cristales inmediatos de Jengibre aportara de gran manera a la economía del país específicamente al sector manufacturero, un sector que ha venido en constante crecimiento durante los últimos años, por otra parte, contribuirá al cambio de la matriz productiva generando nuevas plazas de empleo.
- Es significativo realizar un estudio de mercado ya que es elemental conocer la oferta y demanda existente en el producto. Así este proyecto se da por la baja oferta de la competencia y es por ello que se puede invertir en este producto.
- En el estudio técnico se realizó un estudio muy detallado para seleccionar los proveedores de materia prima y maquinaria con la que se va a producir los cristales inmediatos de jengibre verificando que cumplan con los requisitos que exige la ley. También se pudo determinar el tamaño de la producción de

forma real, su capacidad instalada y su capacidad óptima el cual reflejo en una capacidad instalada del 80% cuya producción será de 662.400 fundas por año.

- En cuanto al estudio financiero del proyecto se concluyó que tendrá una inversión total de 40.811,79 dólares, cuyo financiamiento será a través de BanEcuador quien otorgará un crédito de 19.810,79 dólares y el resto de la inversión es por fondos propios.
- El análisis de los índices financieros, presentan resultados óptimos para poder llevar a cabo el proyecto, entre ellos está la TIR del 73,83%, VAN de 75.902,88 dólares y un PRI de un año y medio aproximado para poder recuperar la inversión.

7.02 Recomendaciones

- Fortificar el emprendimiento en el país, sobre todo en proyectos que sean factibles, aprovechando los recursos naturales propios que ofrece para la producción de productos como es el caso de este.
- Al finalizar el estudio del proyecto se recomienda ponerlo en marcha lo más pronto posible ya que su proyección es viable.
- Estudiar a la posible competencia que puede surgir para así poder actuar de la mejor manera con una innovación en los productos y a su vez ampliar la capacidad de producción.
- Invertir las utilidades en la misma empresa con el propósito de crecer tanto económicamente como socialmente.

-
- Es recomendable analizar con frecuencia los indicadores financieros y todo lo que pueda influir en la microempresa para evitar problemas y seguir con éxito las actividades.

ANEXOS

Anexo 1 Maquinaria

TS-M600 Jengibre pelado y limpieza



TS-M600 potato peeling and washing machine

Detalles rápidos

Condición:	Nuevo	Lugar del origen:	Guangdong, China (Mainland)	Marca:	Tengheng
Número de Mo.:	TS-M600	Tipo:	desprendedor	Voltaje:	380 V
Energía (W):	1.5kw	Peso:	260 kg	Dimensión (L*):	1980*650*780mm
Garantía:	1 año	Servicio After-s.	Dirige disponible para mantene...	Nombre:	TS-M600 jengibre pelado y lim..
Materia:	Acero inoxidable	Función:	Lavado y stripper	Capacidad:	1000-1500 kg/h
Aplicación:	Tubérculos y frutas oveladas	Uso:	Reaurentes, procesamiento d..	Ventaja:	Alta eficiencia, se puede perso..
Artículo:	Máquina peladora de patatas	Característica:	Alta eficiencia	Color:	Plata

Ajo Jengibre maquina desintegradora



Multi uso ajo jengibre máquina de proceso frío pasta que hace la máquina

Multi uso ajo jengibre máquina de proceso frío pasta que hace la máquina
Introducción: Esta máquina se utiliza para moler la verdura en barro. El material puede ser ajo, jengibre, Cebolla, espinacas, raíces de loto y así sucesivamente.

Modelo	Capacidad	Motor	Dimensión
Yzdn380	100-200 kg/h	0.75kw/1hp	560*300*700
Yzdn508	500-800 kg/h	1.1kw/3Hp	800*380*1000

Multi uso ajo jengibre máquina de proceso frío pasta que hace la máquina
Fotos:



Maquina Secadora por tambor



Modelo	HT-SQJ4E
Capacidad	50-80Kg/h
Tipo de calefacción	Eléctrica
Potencia	18kw
Tensión	380 V 50Hz 3 Fase
Tamaño del tambor	052*2.7 m
Dimensión	2700*810*1200mm
Peso	500 kg

Maquina empacadora



Parámetro técnico:

Modelo	YB-150K café vertical máquina de envasado stick
Capacidad	30-80 bags/min
Gama de embalaje	5-200 ml
Anchura de la película	&Le; 280mm
Haciendo tamaño de la bolsa	L: 50-150mm, W: 15-130mm
Embalaje precisión	&Le; &Plusmn; 1%(Depende del producto)
Potencia	1.6 kW
Fuente de alimentación	AC220V, 50/60Hz
Tipo de sello	3/4 lados sellado, almohada sello
Peso neto	250 kg
Dimensión de la máquina	L600 × W790 × H1800mm

Anexo 2 Vehículo



Anexo 3 Equipos de oficina

Teléfono



Calculadora



Anexo 4 Muebles y enseres

Escritorio



Archivador



Silla



Estanterías



Mostrador



Anexo 5 Balanza Analítica de precisión



Anexo 6 Material Publicitario



Honey Jen
instant tea

MISION

Ser una empresa líder en la producción y comercialización de cristales inmediatos de la miel de jengibre, destacándose por producir y proveer un producto de alta calidad, con propiedades terapéuticas y nutricionales, con un toque casero para el consumo del cliente".

VISION

Alcanzar el reconocimiento a nivel nacional en el 2020 y especializarnos en cada segmento de mercado que estés en la actualidad cumpliendo cada requerimiento que nos exige el cliente en el menor tiempo posible".

Honey Jen

El jengibre conocido científicamente como "Zingiber Officinale" nombre botánico pensado por Linneo, es una planta originaria del sur oriente asiático para ser específicos de China y una parte de la India. Esta planta no fue exclusiva de Asia ya que en Europa fue usada por griegos y Romanos y en la caída del imperio fue comercializada por los árabes.



OBJETIVOS

Apertar al desarrollo económico del país mediante la implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cristales inmediatos de la miel de jengibre a través de un estudio de factibilidad utilizando herramientas de investigación en la que se obtendrá un producto con propiedades terapéuticas y nutricionales.




Este se creó un recordador conocido como el migrador Yang que aproximadamente vivió hace unos 5000 años, él es un hombre al que lo pueblo pactar la agricultura y enseñar los beneficios que las plantas producen en la salud con su consumo.

Legenda que describe la imagen o el gráfico

Anexo 7 Proceso de Producción



Plantas de Jengibre



Cosecha de Jengibre



Lavado y Pelado de Jengibre



Desintegrado



Mezcla



Secado

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) TAMAYO MENA SERGIO ALEXANDER, portador de la cédula de identidad N° 1723013486, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 7 de mayo del 2018



Sra. Mariela Balseca
CAJA VISTO FINANCIERO



Ing. Angelica Aldaz
A. Delegado de la Unidad de Titulación



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



07 MAY 2018

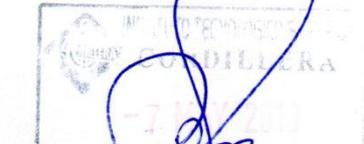
g. H. PBS
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



07 MAY 2018

Dr. Patricio Guanopatin
DIRECTOR DE CARRERA



Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARÍA ACADÉMICA

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis Sergio Alexander Tamayo Mena urkund.docx (D38682139)
Submitted: 5/15/2018 2:38:00 AM
Submitted By: sergio.alexander.tm@gmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

elizabeth gualavisi tutillo.pdf (D37047201)

Instances where selected sources appear:

1



Bibliografía

- Abascal, E., & Grande, I. (2005, Pág. 87). *Análisis de Encuestas*. Madrid: ESIC Editorial.
- Abellán, M. (2006, Pág. 134). *La evaluación del impacto ambiental de proyectos y actividades agroforestales*. La Mancha: Universidad de Castilla.
- Aching, C., & Aching, J. (2005, Pág. 28). *Ratios Financieros y Matemáticos de la Información*. Madrid.
- Aguirre, J. (1981, Pág. 21). *Introducción a la Evaluación Económica y Financiera de Inversiones*. Costa Rica: Guillermo Marin.
- Alcarria, J. (2009, Pág. 231). *Contabilidad Financiera*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume.
- Alide. (1979, Pág. 230). *Curso Internacional sobre preparación y evaluación de proyectos de crédito rural*. Colombia : Ministerio de Agricultura.
- Amaya, C. (2003). *Visión*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2013, Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/concepto-de-vision/>
- Andrade, S. (2011, Pág.37). *Diccionario de economía*. Colombia: S/E.
- Anyi, A. (2011). *Factores Internos y Externos*. Recuperado el 4 de Noviembre de 2017, Obtenido de mercadoprecio.blogspot.com/2011/06/factores-internos-y-externos-para-la.html?m=1
- Anzil. (2016). *Productos Sustitutos*. Recuperado el 24 de Abril del 2018, Obtenido de <https://www.econlink.com.ar/bienes-sustitutos>
- Arellano, R. (2002, Pág, 25). *Consumer*. Mexco: MC Graw Hill.
- Arjona, M. (1999, Pág, 113). *Dirección Estratégica un Enfoque Práctico*. Madrid.
- Baca, G. (2009, Pág, 65). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Ballou, R. (2004, Pág. 185). *Logística: Administración de la cadena de suministros*. México: Pearson Educación.
- Bernal, M. (2004, Pág. 110). *Constabilidad, Sistema y gerencia*. Caracas: CEC S.A.
- Bigné , E., Font, X., & Simó , I. (2000, Pág. 26). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESID editorial.
- Brock, H., & Earl, C. (1987, Pág. 337). *Contabilidad: Principios y Aplicaciones*. Barcelona: Reverté S.A.
- Bustamante, N. (2012, Pág, 47). *Locuciones Latinas En Materia Jurídica*. Palibrio.
- Cardenas, J. (2010, Pág. 59). *Conceptos Contables*. Mexico: Gredos.
- Carreño, J. (2009, Pag. 34). *Proyectos*. Peru: Norma.

- Ccaccya, D. (2016). *El Riesgo País*. Recuperado el 13 de Octubre de 2017, Obtenido de http://aempresarial.com/web/revitem/2_18508_60774.pdf
- Central, B. (2015). *Inflación*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2017, Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Cervera. (2013). *Conceptos Básicos en la Empresa*. Recuperado el 13 de Noviembre del 2017, Obtenido de <https://susanacervera.wordpress.com/2013/09/18/los-tres-conceptos-basicos-en-la-empresa-mision-vision-y-valores/>
- Cervera. (2013). *Manual de Funciones*. Recuperado el 13 de Noviembre del 2017, Obtenido de http://gestio.suport.org/index.php?option=com_content&view=article&id=105%3Aque-es-el-pla-estrategic&catid=34%3Apmfactivitats&Itemid=44&lang=es
- Chambi. (2012). *Cursos de Empresa: Contabilidad y Finanzas*. Recuperado el 30 de Noviembre del 2017, Obtenido de http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demandaestudio-mercado_h
- Chambi, G. (2012, Pág. 36). *Proyeccion de la oferta y la demanda. Estudio de mercado*. Bogota: S/E.
- Churión. (2001, Pág,71). *Economía al alcance de todos*. Caracas: Grupo Alfa.
- Churión, J. R. (2001, Pág 56). *Economía al alcance de todos*. Caracas: Grupo Alfa.
- Convenio, S. (1988, Pág. 22). *Taller para la preparacion de proyectos de inversion*. México.
- Cooper, B., Floody, B., & Mc Neill, G. (2002, Pág. 52). *Como iniciar y administrar un restaurante*. Colombia: Norma S.S.
- Cuatrecasas, L. (2012, Pág. 59). *La Produccion Procesos. Relación entre productos y procesos*. Madrid: Diaz de Santos.
- Da Silva, O. (2002, Pág, 124). *Teoria de la Administracion*. México: Thompson 1 Edition.
- de Fisher, L., & Espejo, J. (2004, Pág. 49). *Mercadotecnia. Barcelona*. McGraw-Hill.
- Dávila, J. (2017). *Definicion Demanda Actual*. Recuperado el 30 de Noviembre del 2017, Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/demanda.php>
- Del Pozo, H. (2015). *Buenas Prácticas de Manufactura*. Recuperado el 13 de Marzo del 2018, Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/08/Registro-Oficial-Res-042-BPM-Alimentos.pdf>
- Derkra, C. (2010). *Proceso Administrativo*. Recuperado el 30 de Noviembre del 2017, Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/el-control-como-fase-del-proceso-administrativo/>
- Domínguez. (2006). *El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa*. Recuperado el 27 de Noviembre del 2017, Obtenido de http://bvs.sld.cu/revistas/spu/vol33_3_07/spu20207.htm

- EAE Vilá, Jordi. (2017). *6 tipos de liderazgo empresarial*. Recuperado el 6 de Noviembre del 2017, Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/5-tipos-de-liderazgo-empresarial-que-clase-de-jefe-eres/>
- Earl, H. B. (1987, Pág. 8). *Contabilidad: Principios y Aplicaciones*. Barcelona: Reverte S.A.
- Eco-finanzas. (2016). *Gastos de Venta*. Recuperado el 3 de Enero del 2018, Obtenido de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/G/GASTOS_DE_VENTA.htm
- Ecuador, B. C. (2016). *Tasa de Interés Activa*. Recuperado el 23 de Octubre del 2017, Obtenido de contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa
- EcuRed. (2018). *Balanza Comercial*. Recuperado el 5 de Marzo de 2018, Obtenido de https://www.ecured.cu/Balanza_Comercial
- ESFA, E. S. (2011). *Capacidad Optima*. Recuperado el 2 de Diciembre del 2017, Obtenido de Academia EDU ESFA: http://www.academia.edu/9675837/CAPACIDAD_OPTIMA_DE_PLANTA_DE_PROD_UCCI%C3%93N
- Everett., A., & Ebert., J. (2010, Pág. 72). *Administración de la producción y de las operaciones: conceptos, modelos y funcionamiento*. México.
- Fernández, S. (2007, Pág. 132). *Los proyectos de Inversión. Evaluación financiera*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Figueros, S. (2011). Importancia de los Clientes. Recuperado el 23 de Noviembre de 2017, Obtenido de salvadorfigueros.com/¿importancia-de-los-clientes/
- Fred, D. R. (2003, Pág. 77). *Administración Estratégica* (Novena ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Frias, C. (2010, Pág. 45). *Sistemas de Amortización de deudas*. Barcelona
- Fuentelsaz, C., Icart, M. T., & Pulpón, A. M. (2006, Pág.132). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona: Edicions Universitat.
- Gardey, P. (2008). *Definición de Propuesta Estratégica*. Recuperado el 15 de Diciembre del 2017 Obtenido de DEFINICON.DE.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012, Pág. 179). *Principios de Administración Financiera* (Décimo Segunda Edición ed.). Pittsburgh: Pearson.
- Google, D. (2017). *Análisis de la Demanda*. Recuperado el 29 de Noviembre del 2017, Obtenido de <https://docs.google.com/document/d/1gSe5BHgKx3fQLYoE4kqcbnQU5Sch>
- Guadalupe, P. (2012, Pág. 11). *Dirección*. México: Red Tercer Milenio S.C.
- Hamilton, M., & Pezo, A. (2005, Pág. 245). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Hernández, B. (2000, Pág. 116). *Bolsa y Estadística Bursátil*. Madrid: Diaz de Santos.
- Herrera, P. (2001, Pág. 106). *Administración, gestión y organización*. Panamá: Paraninfo.

- Hill, G. (1985, Pág. 210). *Economía*. Buenos Aires: Bunken.
- Himmelblau, D. (2009, Pág 147). *Principios de Contabilidad*. Murcia: La Candela.
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (2014). Permiso de Marca. Recuperado el 7 de Noviembre del 2017, Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2013). *Seguro del Empleador*. Recuperado el 7 de Noviembre del 2017, Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/en/web/guest/instquienes-somos>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). *Anuario de estadísticas vitales nacimientos y defunciones 2013*. Recuperado el 7 de Noviembre del 2017, Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Poblacion_y_Demografia/Nacimientos_Defunciones/Publicaciones/Anuario_Nacimientos_y_Defunciones_2013.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2017). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Recuperado el 7 de Noviembre del 2017, Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/EMPLEO/2017/Septiembre/092017_M.Laboral.pdf
- Jara, L. (2015). *Capacidad Instalada en la Industria*. Recuperado el 3 de Diciembre del 2017, Obtenido de <http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>
- Jimenez, F., & Espinoza, C. (2007, Pág. 125). *Costos Industriales*. Costa Rica.
- Johnston, D., & Madrigal, G. (1977, Pág. 15-51). *Metodología para el estudio del punto de equilibrio aplicada a una fábrica de chips y harina de yuca en San Carlos de Alajuela*. Costa Rica: Biblioteca del IICA-CIDIA.
- Juma'h, A. (2015, Pág. 267). *Introducción a la Contabilidad para la Toma de Decisiones*. Area de Innovacion y Desarrollo S.L.
- Kiziryan, M. (2010). *Bienes*. Recuperado el 23 de Diciembre del 2017, Obtenido de ECONOMIPEDIA: <http://economipedia.com/definiciones/bienes-de-consumo.html>
- Laseter, T. M. (2000, Pág, 65). *Alianzas estrategicas con proveedores*. Barcelona: Norma.
- Leiva, J. (2007, Pág. 102). *Los emprendedores y la creacion de empresas*. Costa Rica: Tecnologica de Costa Rica.
- López, J. (2001). *Oferta y Demanda*. Recuperado el 15 de Noviembre del 2017, Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/1357/1/UNACH-EC-AGR-2016-001.pdf>
- Macchia, J. (2005, Pág.132). *C+mputos, costos y presupuestos*. Argentina: Rosana Cabrera.
- Mamani, J. (2003). *Balance Oferta y Demanda*. Recuperado el 29 de Noviembre del 2017, Obtenido de Biblioteca Virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/527/BALANCE%20OFERTA%20DEMANDA.htm>

-
- Manene, L. M. (2012, Pág. 56). *Marketing*. Bogota: s/e.
- Marketing, P. (1994, Pág. 34). *Plan de Negocios*. España: Día de Santos.
- Martínez, J. G. (2004, Pág. 56). *Planes de Contingencia: la continuidad del negocio en las organizaciones*. Ediciones Díaz de Santos.
- Melgar, G. C. (2011). *Marketing Internacional*. Recuperado el 7 de Octubre del 2017, Obtenido de <https://gloriacalderon.wordpress.com/tag/entorno-politico-legal/>
- Mercado, E. d. (2008). *Estudio de Mercado*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2017, Obtenido de Emprendedores: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- Merino. (2011). *Mano de Obra*. Recuperado el 23 de Abril del 2018, Obtenido de <https://definicion.de/mano-de-obra/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2016). *Pólíticas Agropecuarias*. Recuperado el 7 de Mayo de 2018, Obtenido de <http://servicios.agricultura.gob.ec/politicas/La%20Pol%C3%ADticas%20Agropecuarias%20al%20%202025%20I%20parte.pdf>
- Ministerio del Ambiente. (2016). *Prefectura del Guayas*. Recuperado el 26 de Noviembre del 2017, Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/medioambiente/licencia-ambiental>
- Ministerio del Trabajo. (2014). *Seguridad Industrial*. Recuperado el 7 de Marzo del 2018, Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/#>
- Miranda, J. (2005, Pág. 63). *Gestión de proyectos*. Bogota: MM Editores.
- Miranda, J. (2005, Pág. 265). *Gestión de proyectos identificación formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. Bogotá: Guadalupe Ltda.
- Muther, R. (1970, Pág. 17). Distribución en planta. En *Distribución en planta*. Barcelona: Hispano Europea.
- Nations, U. (2009, Pág. 145). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas*. United Nations Publications.
- Networks, R. (2014). *Roi*. Recuperado el 22 de Marzo del 2018, Obtenido de https://raiolanetworks.es/blog/roi-o-retorno-de-la-inversion/#que_es_el_roi_o_return_on_investment
- Obando, R. (2006, Pág. 40). *Análisis de la Oferta*. Bogotá. MM Editores.
- Ortiz, J. G. (2014). *Finanzas y Proyectos*. Recuperado el 27 de Octubre del 2017, Obtenido de <http://finanzasyproyectos.net/tasa-de-interespasiva-y-activa/>
- Palacios, H. (2006, Pág.128). *Fundamentos técnicos de la matemática financiera*. Perú: Fondo Editorial.
- Páramos, C. (2015). *Identidad Corporativa*. Recuperado el 27 de Noviembre del 2017, Obtenido de <https://www.lancetalent.com/blog/como-se-crea-el-manual-de-identidad-corporativa/>

-
- Porter, M. (1991, Pág. 66). *Ventaja Competitiva*. México: Continental.
- Pro Ecuador. (2013, Pág. 45). *Instituto de promoción de exportación e inversiones*. Quito.
- Reliability. (2015). *Los Indicadores de Gestión*. Recuperado el 24 de Noviembre del 2017, Obtenido de <https://reliabilityweb.com/sp/articles/entry/los-indicadores-de-gestion>
- Rey, F. (2001, Pág.58). *Mantenimiento Total de la Producción*. MADRID: FUNDACION CONFEMETAL.
- Robles, J. (2000, Pág 89). *Elementos de la Economía*. Quito.
- Roque, A. (1997, Pág, 52). *Metodología para el Desarrollo Económico Local, Dirección de Desarrollo y Gestión Local*. México.
- Sabato, A. (1982, Pág. 123). *La Producción de Tecnología*. Autónoma o transnacional.
- Salas, Y. (2014). *Emprendimiento Educativo*. Recuperado el 1 de Diciembre del 2017, Obtenido de <http://emprendemares.blogspot.com/2014/06/estudio-tecnico.html>
- Salazar, I. (2004, Pág. 15). *Gestión Estratégica*. México: MBA.
- Salgado, G. (2015). Recuperado el 7 de Noviembre del 2017, Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/2/T-ESPE-021513-2.pdf>.
- Sanchez, G. (2016). *Factor Social*. Recuperado el 1 de Noviembre del 2017, Obtenido de <http://alternopolis.com/factor-social-determinante-para-impulso-de-la-lectura-orbital/>
- Sánchez, V. (2006, Pág. 218). *Introducción a la Teoría Económica*. México: Industria Editorial Mexicana.
- School, B. (2015). *Elementos de la Ingeniería*. Recuperado el 2 de Diciembre del 2017, Obtenido de OBS: <http://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/ingenieria/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos>
- Servicios de Rentas Internas. (2016). *Historia SRI*. Recuperado el 17 de Noviembre del 2017, Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67>
- Social, I. (2006, Pág. 94). *Guía para la presentación de proyectos*. México.
- Spencer, M. (1993, Pág. 33). *Economía Contemporánea*. Mexico: Reverte S.A.
- Stanton, W., Etzel, M., & Bruce, W. (2004, Págs. 333-334). *Fundamentos de Marketing*.
- Superintendencia de Bancos. (2016). *Tasa Activa*. Recuperado el 17 de Noviembre del 2017 Obtenido de <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/?s=tasa+activa>
- Tanaka, G. (2005, Pág. 210). *Análisis de Estados Financieros para la toma de decisiones*. Perú: Fondo Editorial 2005.

-
- Toledo, B. (2014). *Activos Fijos y Pasivos*. Recuperado el 23 de Enero del 2018, Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos82/fuentes-formas-financiamientoempresarial/>
- Tomas, U. S. (2015). *Requerimientos de Proyectos*. Recuperado el 1 de Diciembre del 2017, Obtenido de Univerdidad Santo Tomas: http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/requerimientos_de_recursos.html
- Trinidad, M.. (2005, Pág. 7). *Precios Unitarios*. Caundacan: ISBN.
- Trinidad, L., & Rodriguez , L. (2014). *Metodologia de la investigacion Cientifica*. Recuperado el 29 de Noviembre del 2017, Obtenido de <https://shailtrinidad.wordpress.com/2014/03/25/tecnicas-de-investigacion/>
- Urbina, G. (2009). *Ingenieria del Proyecto*. Recuperado el 1 de Diciembre del 2017, Obtenido de GESTION DE PROYECTOS: <http://www.aulafacil.com/cursos/l19693/empresa/organizacion/gestion-de-proyectos/ingenieria-del-proyecto>
- Vanaclocha, A. C. (2004, Pág,41). *Diseño de industrias agroalimentarias*. Mundi-Prensa Libros.
- Vásquez, G., & Romero, C. (2005, Pág. 34). *Contabilidad Financiera*. Bogotá: Javegraf.
- Velez, I. (2003, Pág. 57). *Decisiones empresariales bajo riesgo e incertidumbre*. Bogotá: Norma.
- Wigodski, J. (2010). *Metodologia de la Investigacion*. Recuperado el 28 de Noviembre del 2017, Obtenido de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>