

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se realiza con el fin de determinar la factibilidad de una microempresa dedicada al procesamiento y comercialización de frutas deshidratadas en la parroquia de Guayllabamba. Ya que en dicha parroquia actualmente no se encuentra este producto. Permitiendo así la comercialización de frutas deshidratadas y a su vez dar a conocer las bondades nutritivas de este producto las cuales son aliviar problemas como la anemia, el estreñimiento, desordenes de la piel.

En el presente proyecto se desarrollara los siguientes aspectos:

Capítulo I se enfoca en temas como la elección y al planteamiento del problema, quizás el más importante para su desarrollo ya que se conoce básicamente el por qué y donde surge las necesidades relacionadas con la importancia que se quiere obtener mediante la investigación.

Capítulo II hace énfasis al análisis situacional, el cual si no se evalúa el entorno es probable quedar fuera del mercado, aquí se encontró los factores externos que afectan directa o indirectamente a la ejecución del proyecto.

Este análisis nos revela las oportunidades y amenazas claves del presente proyecto, así como la situación de los competidores en el sector servicios, esta información es de vital importancia al momento de la formulación de estrategias que permita obtener oportunidades evitando reducir el impacto de las amenazas.

Capítulo III hace referencia al estudio de mercado, el cual ayudara a realizar un estudio sistemático de los datos e información acerca de los clientes, a descubrir los gustos de la gente, lo que quiere, necesita o cree, lo cual ayudará a determinar la factibilidad del presente proyecto.

Este capítulo se enfoca en cuanto a caracterizar la modalidad que tendrá la investigación al momento de determinar la población y muestra,

Capítulo IV ayudará a obtener una localización óptima del presente proyecto. La decisión de donde ubicar la planta no se centra solo en análisis económicos, hace referencia en análisis estratégicos para enlazar a los clientes facilitando rutas de comercialización de fácil acceso, con esto se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

Capítulo V analizará la viabilidad financiera del presente proyecto, enfocándose en costos, inversiones a realizar, ventas futuras. Este análisis facilita aspectos y elementos que conforman la realidad financiera del presente proyecto en la cual veremos la relación costo/beneficio.

1.01. Justificación

El presente proyecto se ha desarrollado debido a que es un requisito indispensable para obtener el título de tecnólogo en contabilidad bancaria y financiera, éste proyecto busca un desarrollo en la sociedad brindando productos de calidad especializados en procesamiento y comercialización de frutas deshidratadas, además de crear fuentes de empleo.

La parroquia de Guayllabamba no cuenta con microempresas que procesen ni comercialicen frutas deshidratadas, eso hace que las personas del sector no tengan conocimiento de la existencia de este producto, sus beneficios y se vean inmersas en presentar enfermedades tales como anemias, colesterol en la sangre, diabetes.

Los procedimientos y técnicas de procesar y comercializar frutas deshidratadas contribuyen uno de los enfoques más importantes para mejorar la alimentación de los clientes. En general, es garantizar el flujo de los productos con la calidad requerida por el consumidor en el lugar y tiempo establecido a distribución al mismo costo. Uno de los problemas que se tiene que enfrentar las microempresas es la carencia de procedimientos de una estructura organizativa, esta estructura hace referencia en como escoger y unir a los miembros de una organización, como escoger líderes que en un futuro tomen decisiones acertadas.

En nuestro país estas frutas se han vuelto muy cotizadas ya que se puede encontrar todo el año, debido a que su cosecha en algunos frutos no es frecuente y solo se la puede obtener cada año.

1.02. Antecedentes

La deshidratación de alimentos que se remonta al Neolítico, época en que el hombre deja la vida nómada (caza y recolección de lo que encuentra a su paso) forma comunidades, siendo la agricultura una de sus principales actividades. Todas las civilizaciones han desarrollado en menor o mayor medida formas de conservar los alimentos de acuerdo a sus necesidades. El más utilizado por todas ellas es la deshidratación / secado de los alimentos, otros métodos como; salados, salmueras, encurtidos, pasteurización, conservantes, y más recientemente, hace tan sólo algunos años la radiación con sus enrevesadas técnicas que desnaturalizan y eliminan la mayoría de los nutrientes de los alimentos. Todos esos sistemas o métodos gozan de más o menos adeptos, dependiendo en gran medida del tipo de alimento a conservar. El que se adapta mejor a cualquier tipo de producto alimenticio y proporciona una gran estabilidad microbiológica, debido a su reducción de la actividad del agua es la deshidratación además de aportar otras ventajas como la reducción del peso facilitando a su vez el almacenaje, manipulación y transporte de los productos finales deshidratados.

Pueden deshidratar: carnes, pescados, frutas, verduras, hierbas aromáticas, te, café, azúcar, sopas, comidas ya cocinadas, pre-cocinados, especias, etc. Además es la solución para todos aquéllos que tienen su propio huerto, de pronto les invaden los excedentes de tomates, calabacines, manzanas, ciruelas, etc., deshidratando esos excedentes dispondrán de sus propios productos cuando escasean. También es una económica solución para aquellas personas que les gusta consumir productos de calidad en cualquier época del año, se compran baratos en el mercado en plena temporada los deshidratan y los consumen en cualquier época del año.

La deshidratación se encuentra bajo una serie de condiciones controladas como temperatura, humedad, velocidad y circulación del aire. El agua es el elemento básico para la vida humana, pero también para la vida microbiana, por lo que, al retirarla, ayuda a darle una vida útil y más prolongada al alimento.

Es muy importante para una perfecta deshidratación que la temperatura sea constante y el aire circule libremente entre los alimentos. Hay que tener en cuenta que dentro de la estructura molecular de cada fruta, verdura, carne, etc. la cantidad de agua / humedad es distinta. De esa diferencia dependerá la temperatura y el periodo de tiempo necesarios, para que obtengamos una perfecta deshidratación del alimento o alimentos.

La preparación de todos los alimentos para deshidratar es muy simple. Una vez deshidratados mantienen todo el sabor incluso muchas veces se realza y los nutrientes prácticamente no sufren variaciones. (Chobas, 2010)

Otra de las múltiples facetas de la deshidratación, y que fascina a muchas personas, es que pueden servir en formas diferentes que podrán comer al medio día, a media tarde, etc., o enérgicas mezclas para consumirse en lugar de comidas cuando viajan, practican algún deporte, salen a las montañas, playas, hacen turismo o simplemente van de compras. Pueden crear sus propias mezclas para las sopas, bases para sales con hierbas, infusiones, bases para guisos, y como no frutas que después pueden convertir en decorativos centros de chocolate.

Las ventajas de la deshidratación de alimentos son:

- Pueden conservar gran porcentaje de su sabor, color, consistencia y aspecto durante largo tiempo.

- Se pueden volver a re hidratar para su consumo.
- Sus propiedades nutritivas se conservan casi en su totalidad.
- Su tamaño es más pequeño y son de menor peso que en su estado natural.
- Son de fácil transportación y almacenamiento.
- Hacen mucho más costoso el transporte y reducen espacios en los almacenes.
- Tiempo prolongado de conservación.
- Se pueden encontrar en cualquier temporada.
- Son una buena opción para personas muy ocupadas.
- Son un buen y saludable tentempié o botana.
- Excelente como alimento para salir de excursión, campamento, etc.
- Los alimentos que se utilizan en la deshidratación son de muy buena calidad, están en su mejor momento de madurez.
- Se pueden deshidratar todo tipo de alimentos como: frutas, vegetales, algas, semillas, granos, carnes, etc. (Monica, 2012)

En la actualidad existen cerca de 15 empresas en el país que se dedican a la producción de frutas deshidratadas y casi todas exportan el producto. Pero también abastecen el mercado nacional en autoservicios, supermercados y tiendas especializadas. El consumidor acogió el producto por su sabor y la facilidad de consumirlo. Es más fácil abrir un paquete y comer una piña o mango que pelar la fruta.

La primera empresa que se encuentran inmiscuidas en el procesamiento y comercialización de frutas deshidratadas es La firma Sweet Fruits (Guayaquil), liderada por Ramiro Hernández, está en el mercado desde el 2002. Ese año procesaba unas 15 toneladas anuales de banano, mango, papaya, uvilla y piña. Hoy procesa 90

toneladas. De esta cantidad, el 10% se vende en Machala, Guayaquil, Cuenca, Azogues y Loja.

La fruta ecuatoriana es dulce por el clima y los empresarios, relacionados con el negocio, notaron el potencial de la deshidratación, para exportar hacia Canadá, EEUU, Alemania, Suiza, Inglaterra y Rusia, que son los países que más demandan este producto.

Algo similar ocurre con la fruta deshidratada de la firma Biolcom (Puembo, en el nororiente de Quito). Su gerente Peter Bachmann asegura que desde el 2003 elabora este producto para exportar. Sin embargo, tres años más tarde vio que el consumidor local se interesó por estas frutas. Por ello, ese año inició en el país, la distribución del 10% de su producción.

Hay un crecimiento del consumo interno, porque en el 2006 procesaba cerca de 90 toneladas al año y en la actualidad son 600 toneladas. El perfil del consumidor tiene ingresos medios y altos, porque son personas que pagan por productos de calidad. No obstante, los productores quieren promocionar más el consumo, ya que un paquete de 50 gramos cuesta, en promedio, USD 1,20. (Chobas, 2010)

CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL

El análisis situacional es el fundamento de la definición del Pensamiento Estratégico, dado que mediante el mismo se produce la vinculación de la empresa con su contexto y su competencia.

El sistema macro-micro ambiente constituye los factores externos e internos que intervienen en la formación y crecimiento de la microempresa, que resultan relevantes para su operación de forma directa e indirecta, es decir define los procesos futuros de las empresas. (Mejia, 2011)

2.01. Análisis Externo

2.01.01. Entorno económico

El entorno económico ayuda a ver los fenómenos que ejercen mayor influencia en el desarrollo financiero de un país, tales como tasas de inflación y de interés, producto interno bruto, balanza de pagos.

2.01.01.01. Inflación

La inflación se refiere al aumento de precios de bienes y servicios en un periodo de tiempo. Otra forma de definirlo es como la disminución del valor del

dinero respecto a la cantidad de bienes o servicios que se pueden comprar con dicho dinero, es un sistema de elevación continuada y sostenida del nivel general en una economía, o un descenso continuado en el valor del dinero. El dinero pierde valor cuando con el no se puede comprar la misma cantidad de bienes que con anterioridad. Se refiere al aumento del nivel general de los precios, denominándose tasa de inflación al porcentaje de variación de este nivel general de precios, y para calcularlos se utiliza índices de precios que son medidas ponderadas de la evolución de un conjunto de bienes y servicios representativos tanto del consumo de las familias, como al por mayor.

La inflación produce efectos muy negativos sobre la distribución de la renta y la riqueza entre la población, sobre la presión fiscal y sobre la compatibilidad de la economía. (Mejía, 2011).

Tabla 1:
Inflación Anual Acumulada

Año	Porcentaje
2013	2.73%
2012	4.16%
2011	5.41%
2010	3.33 %

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

Grafico 1:
Inflación Anual Acumulada



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis: Se puede observar la variación que ha sufrido en los últimos años la inflación debiendo mencionar que en el año 2010 se registró el 3.33%, 2012 se ha registrado un 4.16% de inflación, es decir 1.25% menos en relación al año 2011, y en el 2013 se ha obtenido una reducción de 1.43% llegando a un valor real de 2.73%, es un porcentaje inestable por lo que es una Amenaza para el proyecto ya que los precios de productos y servicios se elevan ocasionando que los clientes consuman lo necesario en su diario vivir.

2.01.01.02. Tasas De Interés

La tasa de interés se refiere al precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube. (Mejía, 2011)

2.01.01.02. 01. Tasa De Interés Activa

La tasa activa es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados permitiendo al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando además una utilidad. (GestioPolis, 2011)

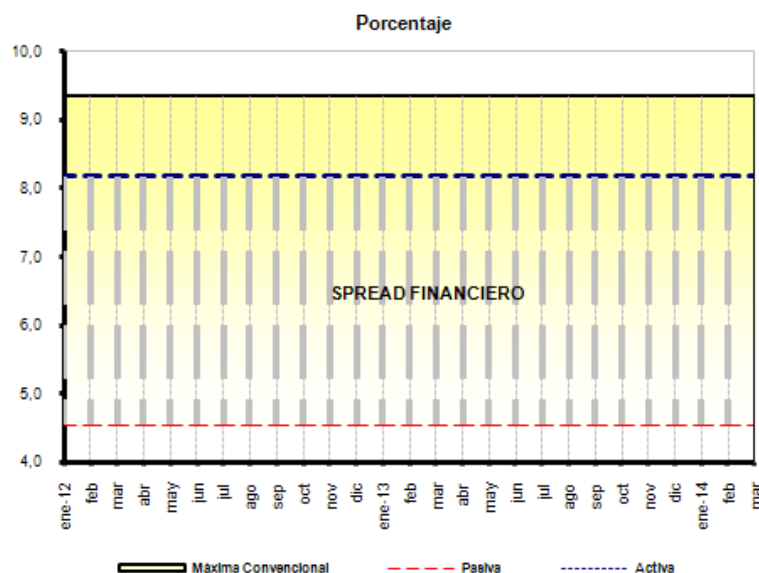
Tabla 2:
Tasa De Interés Activa

Año	Porcentaje
2013	8,17%
2012	8,17%
2011	8,32%
2010	9,02%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

Grafico 2: Tasa de Interés Activa



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis: Según el Banco Central Del Ecuador, en el año 2010 el porcentaje de la tasas de interés activa estuvo en 9,02%, para el siguiente año tubo una disminución de 0,67 puntos, llegando al 8,35% en el 2011, en los dos últimos años estos porcentajes no ha sufrido cambios ni con tendencia alta ni baja. Llegando a mantenerse en un 8.17%. Esto representa una amenaza de financiamiento para la instalación de la empresa, ya que no existe una economía estable.

2.01.01.02. 02. Tasa de Interés Pasiva

La tasa pasiva, también llamada de captación, es la que paga los intermediarios financieros a los ofertantes de recursos por el dinero captado.

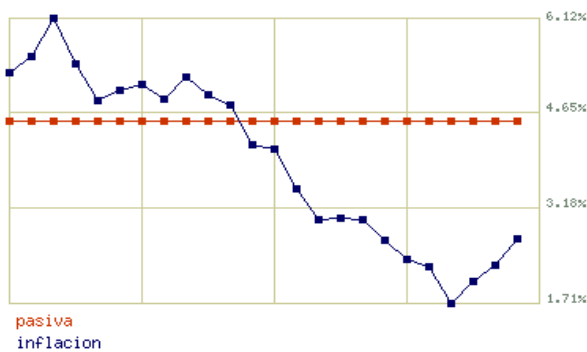
(Mejia, 2011)

Tabla 3:
Tasa De Interés Pasiva

Año	Porcentaje
2013	4,53%
2012	4,53%
2011	4,56%
2010	9,02%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Grafico 3:
Tasa De Interés Pasiva



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis: La tasa de interés pasiva se ha mantenido estática en los últimos dos años, en un porcentaje del 4.53%, no tiende a subir ni a bajar, que da como resultado una amenaza ya que los empresarios prefieren invertir su dinero y generar ganancia a invertir en un ente financiero.

2.01.01.03. Producto Interno Bruto

Es un indicador económico utilizado para medir la producción en un país dado. Se define como el valor total de la producción de riqueza (valor de los bienes y servicios producidos - valor de los bienes y servicios destruidos o transformados durante el proceso de producción) en un determinado país en un año determinado por los agentes económicos que residen dentro del territorio nacional. También es la medida de los ingresos procedentes de la producción en un país determinado. En macroeconomía también es llamado producción económica o de producción simplemente anual.

Tabla 4:
Producto interno bruto

Año	Porcentaje
2013	5,6%
2012	5,6%
2011	5,7%
2010	5,1%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Grafico 4:
Producto Interno Bruto



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Investigador

Análisis: Se puede observar que el PIB para el 2013 es de 3.98%, de esa manera las diferentes personas tienen mayores ingresos y a la vez pueden adquirir el servicio, este indicador representa una oportunidad para el desarrollo del proyecto que contribuirá de manera positiva en el crecimiento del mismo.

2.01.01.04. Riesgo País

El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras. Los inversores, al momento de realizar sus elecciones de dónde y cómo invertir, buscan maximizar sus ganancias, pero además tienen en cuenta el riesgo, esto es, la probabilidad de que las ganancias sean menor que lo esperado o que existan pérdidas. (Econlink, 2010)

Tabla 5: Riesgo País

Fecha	Valor
Enero-14-2014	569.00
Enero-13-2014	569.00
Enero-12-2014	568.00
Enero-09-2014	550.00

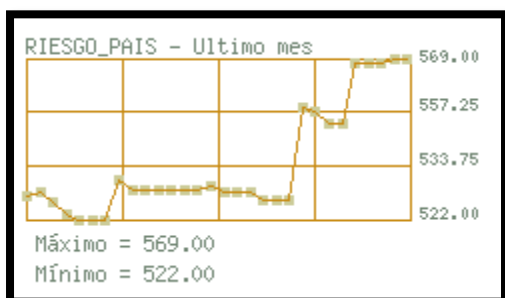
Enero-07-2014	554.00
Enero-06-2014	555.00
Enero-05-2014	528.00
Diciembre-31-2013	530.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Grafico 5:

Riesgo País



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis: El riesgo país en el mes de diciembre y enero, ha sufrido variaciones, por lo cual se tiene una variación de 20 puntos desde enero-1 a enero-14, estas variaciones del riesgo país son una amenaza ya que generan una inestabilidad, queriendo decir que por cada \$ 100.00 invertidos se obtiene \$5.69 de riesgo para inversiones extranjeras.

2.01.02 Factor Social

Aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sean en el lugar y el espacio en el que se encuentren. (Arroyo, 2011)

2.01.02.01 Tasa de natalidad

Esta variable da el número promedio anual de nacimientos durante un año por cada 1000 habitantes, también conocida como tasa bruta de natalidad. La tasa de natalidad suele ser el factor decisivo para determinar la tasa de crecimiento de la población.

Depende tanto del nivel de fertilidad y de la estructura por edades de la población. (Muñoz, 2009)

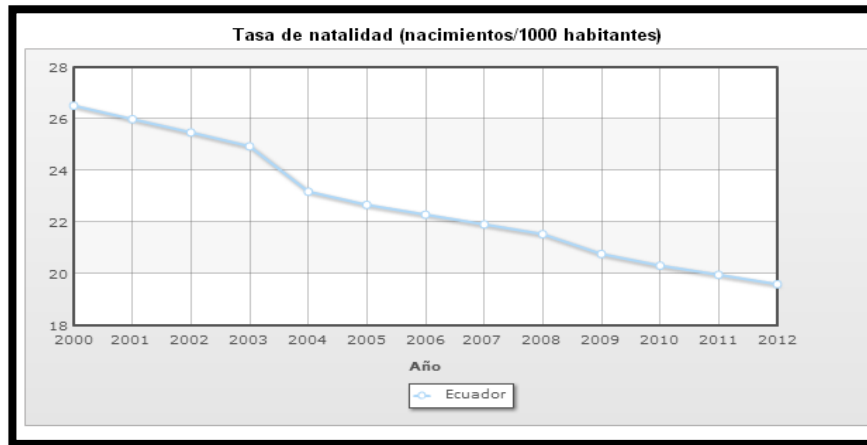
Tabla 6:
Tasa de natalidad

Año	Tasa natalidad	Índice de fecund.
2012	19,06‰	2,44
2011	19,96‰	2,48
2010	20,32‰	2,52
2009	20,77‰	2,56
2008	21,54‰	2,60
2007	21,91‰	2,64
2006	22,29‰	2,69
2005	22,67‰	2,74
2004	23,18‰	2,79

Fuente: datosmacro.com

Elaborado por: datosmacro.com

Grafico 6:
Tasa de Natalidad



Fuente: datosmacro.com

Elaborado por: datosmacro.com

Análisis: En el grafico se puede observar que la natalidad en el 2000 presenta un alto índice de 26.51%, presentando una disminuido de natalidad de 6.91% al 2012 llegando a 19.6%, causando una amenaza para la empresa ya que no existiría demanda.

2.01.02.02 Tasa de mortalidad

Esta variable da el número medio anual de muertes durante un año por cada 1000 habitantes, también conocida como tasa bruta de mortalidad. La tasa de mortalidad, a pesar de ser sólo un indicador aproximado de la situación de mortalidad en un país, indica con precisión el impacto actual de mortalidad en el crecimiento de la población. Este indicador es significativamente afectado por la distribución por edades. (Muñoz, 2009)

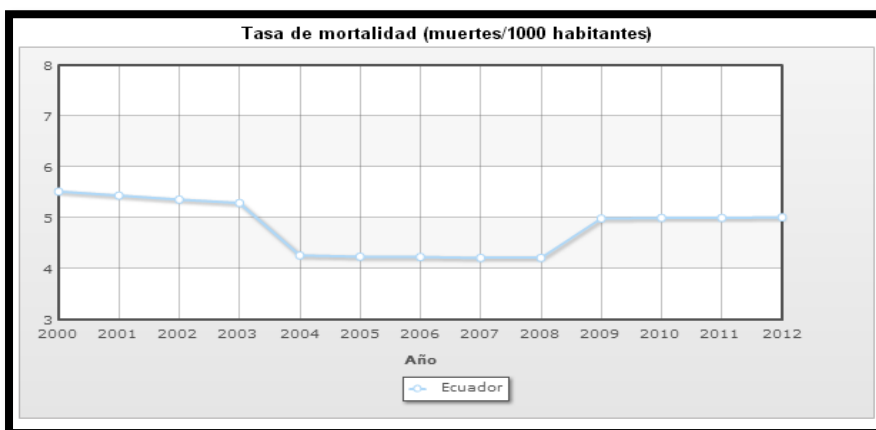
Tabla 7:
Tasa de Mortalidad

Año	Tasa de mortalidad
2012	5,01‰
2011	5,00‰
2010	5,00‰
2009	4,99‰
2008	4,21‰
2007	4,21‰

Fuente: Indexmundi

Elaborado por: Indexmundi

Grafico 7:
Tasa de mortalidad



Fuente: Indexmundi

Elaborado por: Indexmundi

Análisis: En el grafico se puede observar que el porcentaje de mortalidad en el 2000 se encontraba en 5.52%, en el año 2004 a disminuido, llegando a 4.26% manteniéndose en una porcentaje estable, en el año 2009 vuelve a incrementarse en 4.99% llegando al 2012 a un índice de 5.01%. Llegando a ser una amenaza debida a que el índice de mortalidad esta en aumento y esto afectaría a la demanda.

2.01.02.03 Tasa de desempleo

Esta variable incluye el porcentaje de la fuerza laboral que está sin empleo.

Expresa el nivel de desocupación entre la población económicamente activa.

(celade.cepal.org)

Tabla 8:

Tasa de Desempleo

Fecha	Valor
Sept-30-2013	4.55 %
Sept-30-2012	4.60 %
Sept-30-2011	5.52 %
Sept-30-2010	7.44 %
Sept-30-2009	9.06 %
Sept-30-2008	7.06 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Grafico 8:

Tasa de Desempleo



Fuente: Trading Economics

Elaborado por: Investigado

Análisis: Se puede observar en el gráfico la variación que ha sufrido en los últimos años la tasa de desempleo debiendo mencionar que en año 2012 se ha registrado 4.92%, es decir 1.08% menos en relación al año 2011, en el año 2013 se observa el descenso que ha sufrido la tasa de desempleo, cerrando este año en un 4.69%, dando como resultado una oportunidad generando un mayor rendimiento de poder adquisitivo para las familias.

2.01.03 Factor Legal

Según la autora Paola Hernández nos dice que el factor legal “Son todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tienen que pasar para entrar en operaciones en ese país.

Son distintos los mecanismos de normatividad en cada país ya que son influenciados por el tipo de gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga.”

2.01.03.01 Ley de régimen tributario interno

Regula las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos.

Para estos efectos, entiéndase por tributo los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora. Los tributos son la presentación o entrega de valores pecuniarios, fiduciarios o en bienes o servicios exigidos por el Estado

a las personas naturales o jurídicas en virtud de su potestad, destinados para obra de beneficio social, desarrollo general y seguridad para la comunidad, sin que el Estado sea obligado a una contraprestación directa o equivalente.. (Ramos, 2012)

2.01.03.02 Ley de gestión ambiental

La Ley de Gestión Ambiental constituye el cuerpo legal específico más importante atinente a la protección ambiental en el país. 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.

La promulgación de la Ley de Gestión Ambiental en el año de 1999, confirmó que el Ministerio del Ambiente, creado en el año de 1996, es la autoridad nacional ambiental y estableció un Marco general para el desarrollo y aprobación de la normativa ambiental, dentro de los principios de desarrollo sustentable, establecidos en la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, y ratificados en la Constitución Política de la República.

Dispone que el Ministerio del Ambiente, por su parte, deba coordinar con los organismos competentes sistemas de control para la verificación del cumplimiento de las normas de calidad ambiental referentes al aire, agua, suelo, ruido, desechos y agentes contaminantes. Por otro lado, se establece que las obras públicas, privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, deben previamente a su ejecución ser

calificados, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental. (www.tecnologiaslimpias.cl)

2.01.03.03 Código de trabajo

Es un documento creado por el Congreso Nacional con la constitución política de la República con la finalidad regular las relaciones entre empleadores y trabajadores, señala los principios y normativas relacionados con las disposiciones fundamentales, con la capacidad para contratar, las modalidades de trabajo, las jornadas de trabajo, las indemnizaciones los conflictos colectivos y a prescripción. (Ramos, 2012)

2.01.03.04 Derechos del Buen Vivir

El buen vivir o Sumak Kawsay es un concepto que se ha venido desarrollando a lo largo de los últimos años dentro del Ecuador, modificando la antigua idea del desarrollo por separado entre la sociedad y la naturaleza. Esta nueva idea nos trae como premisa fundamental el desarrollo de los pueblos armonizando sus actividades diarias con la naturaleza para vivir en un equilibrio que nos permita un avance simultáneo con ella y que no perjudique por ningún motivo la armonía que debe existir entre medio ambiente y persona.

El buen vivir, es la satisfacción plena de las necesidades básicas de toda la población, es decir dotarle de todo aquello que ayer le fue negado en los gobiernos excluyentes. El buen vivir, un término que nos hace meditar y pensar, que el Gobierno se preocupa por el bienestar de su gente, de las comunidades, campesinos, trabajadores, maestros. Proporcionándoles, en primer lugar,

seguridad laboral, fuentes de trabajo para los desempleados y subempleados, salario justo para los albañiles, empleadas domésticas y los demás sectores que han sido excluidos de percibir una justa remuneración, que no les permite ni siquiera tener un acceso digno a la alimentación, peor a la salud, educación, vivienda, vestido etc. Poniéndolo a cientos de kilómetros del “buen vivir”.

(Ramos, 2012)

2.01.03.04.01 Derecho al agua y alimentación.

Art. 12.- El derecho humano al agua es fundamental e irrenunciable. El agua constituye patrimonio nacional estratégico de uso público, inalienable, imprescriptible, inembargable y esencial para la vida.

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

2.01.03.04.02 Ambiente sano.

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del

país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

2.01.03.04.03 Comunicación e Información.

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

2.01.03.04.04 Educación

Art. 26.- La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir.

Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar.

La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.

Art. 28.- La educación responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantizará el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en el nivel inicial, básico y bachillerato o su equivalente.

Es derecho de toda persona y comunidad interactuar entre culturas y participar en una sociedad que aprende. El Estado promoverá el diálogo intercultural en sus múltiples dimensiones.

El aprendizaje se desarrollará de forma escolarizada y no escolarizada.

La educación pública será universal y laica en todos sus niveles, y gratuita hasta el tercer nivel de educación superior inclusive. (www.eruditos.net)

Análisis: El factor legal ha llegado a constituir una amenaza, debido a que en nuestro país las normativas están sufriendo cambios, los cuales tienen por objetivo proteger de una u otra manera la producción nacional. Las nuevas empresas como tal deben someterse a nuevas leyes, a cambios gubernamentales, a diferentes permisos que son necesarios para su funcionamiento

2.01.04 Factor Tecnológico.

Es uno de los factores de mayor efecto sobre la actividad empresarial. La ciencia proporciona el conocimiento y la tecnología lo usa. Tecnología se refiere a la suma total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer las cosas. Sin embargo su principal influencia es sobre la forma de hacer las cosas, cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y los servicios. La repercusión de la tecnología se manifiesta en nuevos productos, nuevas máquinas, nuevas herramientas, nuevos materiales y nuevos servicios. Algunos beneficios de la tecnología son: mayor productividad, estándares más altos de vida, más tiempo de descanso y una mayor variedad de productos. Hablar de la tecnología en el Ecuador, es poder aplicar en todo lo que hacemos, ayudando y facilitando nuestro diario vivir, desarrollar nuevas capacidades y a la vez nuevas tecnologías que

sirven para brindar soluciones a las empresas, entidades o beneficiarios de esta.
(CRISOSTOMO, 2010)

En un mundo globalizado donde el avance tecnológico es cada vez más vertiginoso, las empresas están obligadas a contar con tecnología de punta para poder ser competitivos en el mercado.

A pesar de que la tecnología no es el único factor que determina la competitividad, hoy está muy extendido el criterio de que entre todas las cosas que pueden cambiar las reglas de la competencia, el cambio tecnológico figura como la más importante. Las ventajas competitivas derivan hoy del conocimiento científico convertido en tecnologías.

En el diseño de nuevos modelos la tecnología se ha desarrollado de manera impresionante, existen equipos de alta tecnología que realizan el trabajo casi sin mano de obra.

Es imprescindible que se observe este desarrollo tecnológico y se apunte a implementar negocios que optimicen tiempo y dinero.

2.01.04.01 Tecnología existente

En un mundo actual la respuesta cada vez es menor, la calidad de tecnología que se posee es lo principal, la tecnología existente es la que puede encontrar a nivel mundial, las que nos ayuda a optimizar y ampliar nuestras oportunidades.

2.01.04.01.01 Deshidratador eléctrico de policarbonato



Características:

Deshidratador de policarbonato Conair CD-400, incluye tolva principal, tolva secundaria, bomba de vacío, control de bomba de vacío, banco de válvulas, plataforma y polipasto

2.01.04.01.02 Horno deshidratador hdc-10.



Características:

Horno deshidratador de mediana escala. Incluye Medidor de Temperatura digital y diez charolas de Aluminio con malla galvanizada. Opera con energía eléctrica 227 vca monofásica. De muy Bajo consumo energético.

2.01.04.01.03 Horno deshidratador eléctrico



Características:

Horno 18-14 -VL 9.500 kg día.

2.01.04.01.04 Deshidratador acero inoxidable profesional 10 charolas**Características:**

Cuenta con 10 bastidores de acero, más de 15 pies cuadrados de espacio de secado, 1000 vatios, Temporizador de 10 horas, Ultra silencioso ventilador de 6,5", Cada bandeja de secado mide 41.3 x 35 cm, Sistema de montaje trasero hace circular el aire de atrás hacia adelante a través de cada bandeja, Termostato con códigos de colores de 84 a 155 grados F, Material: acero inoxidable de alta resistencia para años de uso,

2.01.04.01.05 Deshidratador de frutas de acero al carbono& de acero inoxidable**Características:**

Número de Modelo: Ha-hx
Tipo: deshidratador.
Fuente de energía: De vapor, eléctrica, infrarrojo lejano o de vapor, y eléctricos que se elija.
Energía (W): 9-45kw
Material: De acero al carbono& de acero inoxidable.
Capacidad: 50-400kg/de proceso por lotes.

2.01.04.02 Tecnología disponible.

Es aquella tecnología que se encuentra en el mercado nacional.

2.01.04.02.01 Equipo Deshidratador.



Características:

20 m.40, bandejas de 50cm x 100 cm

2.01.04.02.02 Deshidratador 6 Bandejas L´ Equip

Características:



500-watt deshidratador de frutas, comida, secado,

flores y hierbas Termostato

ajustable con sensor controlado por ordenador 6

bandejas apilables para un total de 12 pies

cuadrados de espacio de secado. Folleto de

instrucciones con recetas y tiempos de

secado incluido. Mide 17 por 11-4/5 por 10-

1/2 pulgadas; 12 años de garantía limitad

2.01.04.03 Tecnología accesible

Es aquella tecnología que el ejecutor del proyecto puede acceder ya sea por precio o calidad



Características:

9 bandejas de policarbonato con
inserciones Polyscreen: 15 pies cuadrados de
espacio de la bandeja

Análisis: La tecnología es una amenaza de carácter alto para emprender este tipo de empresa ya que el Ecuador no es creador de tecnologías, esto hace que nuestro país debe estar sujeto a los cambios tecnológicos que presenta el mundo.

2.02 Entorno Local

2.02.01 Clientes

Es la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago.
Existen clientes constantes, que acceden a dicho bien de forma ocasional, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual.
(definicion.de)

El presente proyecto está enfocado al sector de Guayllabamba, siendo los principales clientes niños, jóvenes y adultos desde los 5 años hasta los adultos mayores ayudando a que tengan una alimentación balanceada.

Tabla 9:

Rango De Edades

Genero	Edades
5-10	niños
11-15	adolescentes
16-18	jóvenes
19-65	adultos

Elaborado por: Omar Ponce

Análisis: despues de haber analizado a los clientes podemos decir que este indicador genera una oportunidad ya que es el factor más importante que hace que una empresa prospere o fracase. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia los clientes ya que ellos son el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa.

2.02.02 Proveedores

Los proveedores de una empresa son todos aquellos que le proporcionan a ésta los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación diaria.

Los recursos materiales pueden ser: materias primas, equipos, herramientas, refacciones, luz, agua, gas, etc. (SMEToolkit, 2011)

2.02.02.01 Proveedores directos

Son los que nos proveen la mercadería y la maquinaria de forma directa entre el Fabricante y el Consumidor.

Tabla 10:

Proveedores Directos

Empresas	Dirección	Teléfono
TROPIFRUTAS S.A.	Guayaquil - Av. Marcel Laniado Km 12.5 Vía a Daule	(04) 2115044 (04) 2115057
SIEMBRANUEVA S.A.	Guayaquil Las Monjas 10 y Carlos Julio Arosemena	(04) 2204850 (04) 2200688
Hornos y Servicios Felix:	MZ G 9 lote 2 Bocanegra Callao Col.	(55)2881-2257 (55)1941-4279
MAQUINARIA	Emiliano Zapata No. 51 Col. San Jose	(55) 5889-0006
JERSA	Buenavista, Cuautitlán Izcalli, México	(55)5889-0234

Elaborado por: Omar Ponce

2.02.02.02 Proveedores Indirectos.

Son los que nos proveen la mercadería y la maquinaria de forma directa entre el Fabricante y el Consumidor.

Tabla 11:

Proveedores Indirectos.

Nombres	Dirección	Teléfono
Plastigomez s. A.,	Tomás Bermur y motilones	(593-2) 3344013 (593-2) 3344051
Cnt	Veintimilla E4-66 y Av. Amazonas, Edificio Studio Z	(593) (2) 396 61 00 (593) (2) 256 54 66
Empresa electrica	Avenida 10 de Agosto y las Casas	(02) 3964 - 700
Emaap	Sn Juan de Dios y Pto. Rico	(2) 861-352

Elaborado por: Omar Ponce

Análisis: Los proveedores son una oportunidad ya que ellos nos suministra nuestras empresas, brindando equipos de calidad, cantidad. Constituye muchas veces un factor importante para determinar la viabilidad del proyecto, en casos en los que se dependa de la calidad, cantidad, oportunidad de la recepción, costo de los materiales.

2.02.03 Competencia

Es la rivalidad que se genera entre empresas que contienden en un mercado para vender sus bienes o servicios.

La libre concurrencia es la posibilidad que tienen las empresas para tener un negocio y competir en el mercado, en las mismas condiciones que las demás.
(García, 2010)

Tabla 12:
Competencia.

Nombres	Dirección	Teléfono
Sweet Fruits	KM 56 VIA A SALINAS,	(4) 2239291
(Guayaquil),	Guayaquil, Guayas	(4) 6459830
Biolcom(Quito)	Corea y Nuñez de Vela 318 EC	(2) 238-1556
Bachmann (Quito)	Corea, 318 y Nuñez De Vela	2447-665 2447-662

Elaborado por: Omar Ponce.

2.03 Matriz FODA.

Matriz FODA				
Fortalezas	Oportunidades	Impactos		
		Alto	Medio	Bajo
	PIB		X	
	Tasa de interés activa		X	
	Proveedores		X	
	Clientes		X	
Debilidades	Amenazas			
	Inflación		X	
	Tasa de interés pasiva			X
	Riesgo país	X		
	Tasa de natalidad		X	
	Tasa de mortalidad			X
	Factor legal		X	X
	Factor tecnológico	X		
	Competencia		X	
ALTA	2			
MEDIA	8			
BAJA	3			

Análisis.- Los resultados obtenidos de la matriz FODA ha determinado que las Oportunidades son favorables para el presente proyecto con un puntaje mayoritario en las oportunidades con 8 puntos de oportunidad media y 3 puntos de baja de acuerdo a los indicadores establecidos.

2.04 Análisis Interno

La evaluación interna está enfocada en encontrar estrategias para capitalizar las fortalezas y neutralizar las debilidades. En consecuencia, lo más importante para una organización es identificar sus competencias distintivas, las cuales son las fortalezas de una compañía, que no pueden fácilmente igualarse o ser imitadas por la competencia. (Copyrigh, 2008)

2.04.01 Propuesta Estratégica

Es un punto de partida del proceso de planificación de una organización. 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. (Lawrence, 2009)

El presente proyecto está enfocado en procesar frutas deshidratadas con estándares de calidad, creando una ventaja competitiva y liderazgo empresarial, enfocándonos en mejorar la alimentación nutritiva de los clientes, ofreciéndoles un producto diferente y mejorado a lo existente en el mercado proporcionando diseños que sean llamativos en su parte visual con estilos exclusivos y personalizados acorde a los clientes, consiguiendo con esto una mayor competencia dentro del mercado.

2.04.01.01 Misión

“La empresa Nutritious Fruits producirá frutas deshidratadas con estándares de calidad en los procesos de transformación, distribución, y atención al cliente para satisfacer las necesidades alimenticias de las personas, cumpliendo normas de calidad con un equipo humano capaz, honesto y comprometido”.

2.03.01.02 Visión

“Para diciembre 2020 Nutritious Fruits será líder en el mercado local y tendrá captado los mercados de Guayllabamba y Quito, siendo una marca reconocida a nivel provincial”.

2.03.01.03 Objetivos

Es un logro que nos proponemos en un plazo determinado. (Navarro, 2009)

2.03.01.03.01 Objetivo general

- Determinar la factibilidad del proyecto para la creación de una microempresa especializada en la transformación y comercialización de frutas deshidratadas en la parroquia de Guayllabamba, que permita dar a conocer las bondades nutritivas que presentan estas frutas.

2.03.01.03.02 Objetivo específico

- Elaborar un diagnóstico situacional a través del macro y micro entorno para determinar el impacto que generara la empresa.

- Establecer un estudio financiero que permita un control y organización en las actividades tanto de transformación como comercialización.
- Elaborar un estudio de mercado el cual permita conocer gustos y preferencias del cliente.
- Implementar un plan de Marketing que dé a conocer al mercado los productos deshidratados y sus bondades nutritivas.

2.03.01.04 Principios y Valores Corporativos

Un principio es la norma o idea fundamental que rige el pensamiento o la conducta. Los principios empresariales unen las razones de ser o de existir de una empresa con la forma en que ésta desempeña su función en la sociedad. (Mizquiz, 2010)

Los valores son aquellas formas de ser y de actuar de las personas, que son altamente deseables como atributos o cualidades nuestras y de los demás, por cuanto posibilitan la construcción de una convivencia gratificante en el marco de la dignidad humana, los valores son aquellos que nos enseña a ser mejores personas en el mundo (grandes ideas, 2011).

2.03.01.04.01 Compromiso.

Es la capacidad de alinearse y tomar como propios los proyectos y propósitos de una empresa para alcanzar sus objetivos.

2.03.01.04.02 Honestidad.

La honestidad se basa en decir la verdad a todas las personas de esa manera una empresa que desea estar en el mercado ofrece solo productos que puede generar y establecer tiempos de entrega

2.03.01.04.03 Responsabilidad.

Es la capacidad para reconocer y hacerse cargo de las consecuencias de sus actuaciones y omisiones las cuales generaran mejor enfoque en cada proceso.

2.03.01.04.04 Respeto.

Es la aplicación de la ética y de la moral que tiene cada persona, consiste en el reconocimiento de los intereses y sentimientos del otro en una relación, de esta manera se consigue la confianza de los clientes al demostrar el grado de educación que tiene cada persona.

2.03.01.04.05 Trabajo en Equipo

Garantiza el compañerismo en una empresa, dado a que un trabajo en equipo da buenos resultados, generando un entusiasmo y un buen ambiente laboral.

2.03.02 Gestión Administrativa

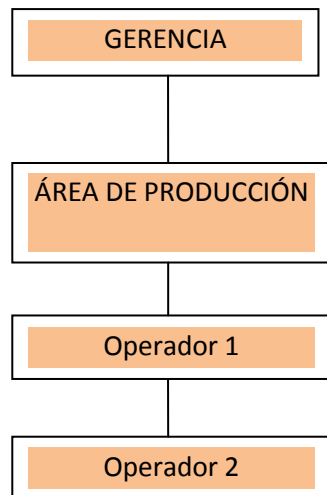
Es el conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo:

Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. (Muñoz, 2009)

2.03.02.01 Organigrama estructural

Contienen información representativa de una organización de cada nivel jerárquico, (Thompson, 2009)

Grafico 9:
Organigrama Estructural

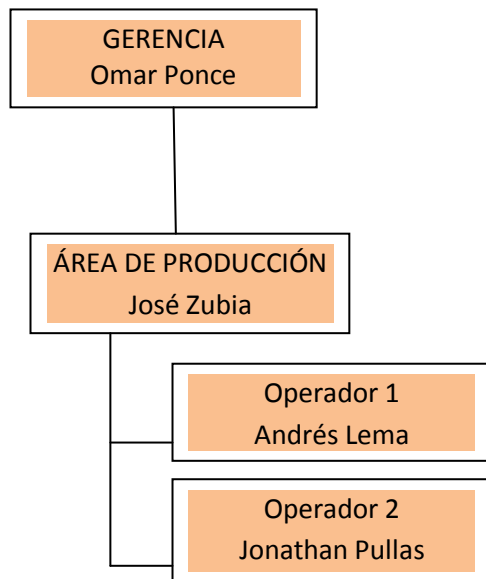


Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Omar Ponce.

2.03.02.02 Organigrama funcional

Determina la existencia de diversos supervisores, cada cual especializado en determinadas áreas. Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general. (Thompson, 2009)

Grafico 10:
Organigrama Funcional.



Fuente: Estudio de Mercado.
Elaborado por: Omar Ponce.

2.03.02.02.01 Funciones departamentales.

Muestra las principales funciones de cada departamento.

2.03.02.02.01.01 Gerencia

Se encarga de organizar, controlar y evaluar el área administrativa, área financiera, área del talento humano, lo cual le permita tomar decisiones asertivas.

La parte contable se establece un registro y control sistemático de todas las operaciones que se realicen en la empresa, dando soluciones a problemas, los cuales permitirá alcanzar los objetivos y metas empresariales.

En el departamento de ventas se desarrollan las estrategias de marketing para atraer a los clientes, estas tácticas se desarrollan de acuerdo a la competencia existente estableciendo diferentes promociones, se deberá estudiar e implantar los

medios necesarios para poder efectuar la venta de la forma más rentable y beneficiosa para la empresa. Su gestión debe alcanzar todo el proceso de la venta, de ahí que sea imprescindible contar con una experiencia muy amplia.

2.03.02.02.01.02 área de producción.

En esta área se desarrolla la transformación de la fruta siguiendo una serie de procesos, como son: después de la recepción de la fruta, se debe seleccionar y apartar frutas que presenten algún daño físico, después se procede a lavar y cortar la fruta en trozos pequeños y que sean llamativos al cliente. Luego es sometido a la deshidratación en equipos especializados.

2.03.02.03 Proceso de reclutamiento y selección de personal

Este proceso de reclutamiento se detalla a continuación:

2.03.02.03.01 Aprobación de la requisición por parte del Socio:

La requisición del personal contiene los requerimientos y el perfil del candidato que se está solicitando.

2.03.02.03.02 Búsqueda de los candidatos:

El reclutador busca los candidatos a través de fuentes internas y externas, agotando así todas las posibilidades para seleccionar a los mejores candidatos que deseen iniciar proceso con nosotros.

2.03.02.03.03 Contacto con los candidatos preseleccionados:

Se contacta telefónicamente a los candidatos para evaluar sus intereses y citarlos a evaluación.

2.03.02.03.04 Aplicación de pruebas (evaluaciones):

Dependiendo del cargo y área, se aplicarán distintas pruebas a los candidatos.

2.03.02.03.05 Entrevista con Capital Humano:

Los candidatos evaluados serán seleccionados para la entrevista con Capital Humano.

2.03.02.03.06 Selección de los candidatos entrevistados:

Se conforma una terna de candidatos en función de los intereses y requerimientos del cliente.

2.03.02.03.07 Realización de entrevista técnica con el área:

El candidato se citará a entrevista con el encargado del área solicitante.

2.03.02.03.08 Selección del candidato:

Tanto el reclutador como el encargado del área, deberán tomar la decisión de la selección del candidato que ocupará la vacante disponible.

2.03.02.03.09 Oferta Salarial:

Al candidato seleccionado se le presentará la oferta salarial correspondiente al cargo, la cual contiene todos aquellos beneficios que ofrece la empresa.

2.03.02.03.10 Activación del proceso de ingreso:

Se incluye administrativamente dentro del sistema al candidato seleccionado.

2.03.03 Gestión Operativa

Se refiere al día a día, esto quiere decir que son acciones realizadas para que la empresa sobreviva, siga existiendo, al día siguiente, son las diferentes gestiones que realiza cada departamento.

2.03.03.01 Registro Único Contribuyentes (RUC).

Requisitos:

- Original y copia de cédula y papeleta de votación del representante
- Cartilla de servicios básicos de uno de los tres meses anteriores.

2.03.03.02 Patente Municipal.

Requisitos:

- Llenar el formulario de la solicitud de la patente
- Original y copia de cédula y papeleta de votación del representante

- Permiso de bomberos
- Permiso del medio ambiente
- Copia del registro único de contribuyente

2.03.03.03 permisos de funcionamiento.

Requisitos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Copia del RUC
- Copia del cédula y papeleta de votación del representante
- Plano del establecimiento a escala 1.50
- Croquis de la ubicación del establecimiento
- Permiso del Cuerpo de bomberos
- Permiso del medio ambiente

2.03.04 Gestión Comercial

Es una de las actividades más importantes para la producción de cualquier producto. El contacto entre fabricante y consumidor final se hace prácticamente imposible sin un departamento comercial entre medio. Es un término relacionado con el marketing, es decir la forma como se va a promover un producto o servicio ofrecido por una persona a través de una empresa mercantil.

2.03.04.01 Nombre de la empresa

"Nutritious Fruits"Cltda.

2.03.04.02 El Eslogan

Con Frutas secas-vida sana.

2.03.04.03 El logotipo

Grafico 11:
Logotipo



Elaborado por: Omar Ponce.

2.03.04.04 Producto

Se denomina producto a todo lo que la organización ofrece en el mercado para ser usado o consumido. (Muñoz, 2009)

Se ofrecerán productos deshidratados de piña, manzana, mango, melocotón, membrillo, papaya, banano, pera, etc. En todos los casos, la fruta mantendrá su aroma, su concentración de vitaminas, su fibra y sus minerales. Será un producto de sabor y textura muy agradables.

Las frutas deshidratadas podrán ser consumidas en cualquier momento del año, dado su facilidad de almacenamiento y su conservación a temperatura de ambiente.

Estos productos pueden ser combinados con lácteos o cereales, estas frutas son un buen suplemento alimenticio para niños y adultos mayores. Se podría iniciar la familiarización de los niños con estos productos a manera de bocaditos para la lonchera escolar.

Este producto se ofrecerá en distintas formas como: flores, corazones, lengüitas, animales, etc. dependiendo al gusto del cliente. Se envasarán en bolsas de polipropileno. Los empaques en que se presentarán son de 50g, 150g. Estos empaques deberán presentar claramente la marca de la empresa y cumplir con todas las normas de calidad.

Estos productos ayudan a prevenir calambres musculares, gracias a su alto contenido de potasio, también fortalece el revestimiento del estómago haciéndolo más resistente a los ácidos gástricos, disminuye el nivel de colesterol y azúcares en la sangre, posee fibra.

2.03.04.05 Precio

El precio hace referencia a la cantidad de dinero que el consumidor tiene que pagar por la adquisición del producto. (Barragán, 2012)

Se debe tener en cuenta varios aspectos e iniciar un estudio de mercado para valorar como opera la competencia. Para fijar el precio debemos determinar el costo total del producto, en esto se incluye la distribución, descuentos,

garantías, rebajas, etc. llegando a identificar cual es el mínimo precio al que es posible comercializarlo sin perder nada.

2.03.04.06 Promoción

Es una herramienta de la mezcla o mix de promoción que se emplea para apoyar a la publicidad y a las ventas personales; de tal manera, que la mezcla comunicacional resulte mucho más efectiva. Es decir, que mientras la publicidad y las ventas personales dan las razones por las que se debe comprar un producto o servicio, la promoción de ventas da los motivos por los que se debe comprar lo más antes posible. (Longoria, 2011)

Las promociones dirigidas hacia el cliente son las siguientes:

2.03.04.06.01 Hojas Volantes.

Son folletos de pequeñas dimensiones que se utiliza para transmitir información publicitaria sobre producto o información de una empresa. (Mesa, 2011)

2.03.04.06.02 Regalos.

Son premios, obsequios u otras ofertas especiales que los consumidores reciben cuando compran productos.

Tipos de regalos:

- Por correo.
- Anexos, o dentro del paquete. (Longoria, 2011)

2.03.04.06.03 Muestras

Con las muestras inducimos al cliente o clientes potenciales a probar nuevos productos.

Estos productos se los ofrecen de forma gratuita para así llamar la atención del cliente.

Tipos de muestra:

- Muestra cruzada: Se incluyen muestras de un producto en el paquete de otro.
- Muestras en medios: Significa simplemente que la muestra se incluye en el medio de comunicación. (Longoria, 2011).

2.03.04.06.04 Paquetes de oferta.

Se coloca un número adicional en un paquete especial del producto. (Longoria, 2011).

2.03.04.07 Plaza

Es el lugar físico o área geográfica en donde se va a distribuir, promocionar y vender cierto producto o servicio, la cual es formada por una cadena distributiva por la que estos llegan al consumidor. (Creativo, 2012)

La empresa se ubicará en el sector de Guayllabamba, ya que este sector no cuenta con una empresa especializada en ofrecer productos deshidratados, en este sector se posee un espacio físico propio y es de fácil acceso, el cual facilitara la implementación de la misma.

CAPITULO III: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El estudio de mercado es un mecanismo que permite determinar la aceptación de un bien o servicio en un lugar específico con la ley de la oferta y la demanda de esa manera tener una noción clara de la cantidad de consumidores que adquirirán el servicio que se espera ofrecer.

El estudio de mercado sirve para tener una noción clara del número de consumidores que adquirirán el servicio que se espera ofrecer dentro de un espacio físico definido, durante un periodo determinado de tiempo a un precio menor al de la competencia para de esa manera establecerse más rápido en el mercado al cual se va a ingresar. (Pizzo, 2012)

3.01. Análisis del consumidor

El análisis del consumidor determina cuales son los demandantes del presente proyecto y permite establecer un grupo objetivo de clientes de acuerdo al nivel socioeconómico al que pertenece. (Pizzo, 2012)

3.01.01. Determinación de la población y muestra.

El objetivo de la determinación de la población y la muestra es determinar cuál va a ser el sector y el número de habitantes que pertenecen a ese espacio demográfico, de esa manera establecer la cantidad de encuestas a realizar y proporcionar la información pertinente para la determinación de la oferta y la demand

3.01.01.01 Población.

La población es el conjunto de individuos que están asentadas en un lugar determinado, esta población puede ser finita o infinita, para la presente investigación se utilizara una población finita ya que se ha determinado el lugar de la investigación, como es la parroquia de Guayllabamba.

3.01.01.02. Muestra.

La muestra es definida es en base de una población determinada para de esa manera obtener resultados reales de la investigación.

El presente proyecto de procesamiento y comercialización de frutas deshidratadas está determinada en la parroquia de Guayllabamba.

Según los datos obtenidos de la INEC (Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos) la parroquia de Guayllabamba cuenta con 16213 habitantes para lo cual se realizara la formula correspondiente para determinar el numero indicado de encuestas.

Según los datos obtenidos en las diferentes fuentes de investigación, se procede a realizar los cálculos para la muestra:

Formula.

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

Donde:

n = El tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población o universo.

E = Margen de error se utilizara un margen de error del 5%

P = Probabilidad de éxito se utiliza el 50%

Q = Probabilidad de fracasos es el 50%

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

3.01.01.02. Calculo de la muestra:

N	=	10278	Q	=	0.50%
E	=	0.05%	Z	=	1.96%
P	=	0.50%			

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

$$n = \frac{(10278)(0,50)(0,50)(1,96)^2}{(0,05)^2(10278-1) + (0,50)(0,50)(1,96)^2}$$

$$n = 370$$

El número de encuestas a realizar en la parroquia de Guayllabamba es de 370 que se realizarán en diferentes lugares que estén sujetos al sector de la investigación a realizar.

3.01.02 Técnicas de la obtención de la información

Existen diferentes maneras para la obtención de la información las cuales son:

- Técnica de observación
- Entrevistas
- Encuestas
- Focus group

3.01.02.01 Datos secundarios

Son aquellos que el investigador obtiene directamente de la realidad, recolectándolos con sus propios instrumentos. En otras palabras, son los que el

investigador o sus auxiliares recogen por sí mismos, en contacto con los hechos que se investigan. (Castillo, 2010)

3.01.02.02 Datos primarios

Son registros escritos que proceden también de un contacto con la práctica, pero que ya han sido recogidos y muchas veces procesados por otros investigadores. (Castillo, 2010)

3.01.02.03 Entrevista.

La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto.

La entrevista consiste en obtención de información oral de parte de una persona (entrevistado) lograda por el entrevistador directamente, en una situación de cara a cara, a veces la información no se transmite en un solo sentido, sino en ambos, por lo tanto una entrevista es una conversación entre el investigador y una persona que responde a preguntas orientadas a obtener información exigida por los objetivos específicos del estudio. (Galan Amador, 2009)

3.01.02.04 Encuesta

Es un tipo de investigación para obtener información. Consiste en formular una serie de preguntas recogidas en un cuestionario para conocer la opinión del público sobre un asunto determinado y reflejarla mediante estadísticas. (Ávila, 2006)

La encuesta es uno de los métodos mas utilizados de la investigación descriptiva, para el presente proyecto se realizara el método de la encuesta porque permite obtener amplia información. La realización de encuestas siempre debe proteger los derechos de la persona y el de las sociedades.

3.01.02.04.01 Formato de Encuesta

“Nutritious Fruits”

La presente encuesta tiene la finalidad recoger información referente al procesamiento y comercialización de frutas deshidratadas en el sector de Guayllabamba, con fines académicos.

Señale con una x la lo opción que se adapte a su preferencia.

PARTE I: DATOS GENERALES

Género:

Masculino

☐

Femenino

☐

Edad:

a) De 18 a 28años

☐

b) de 29 a 38 años

☐

c) De 39 a 48 años

☐

d) de 49 en adelante

☐

Estado civil:

a) Soltero

☐

b) Casado

☐

c) Divorciado

☐

d) Viudo

☐

e) Unión libre

☐

PARTE II: PREGUNTAS

1. ¿Sabía usted que los frutas deshidratadas (frutos secos) poseen potasio, magnesio, fosforo, y evitan que su cuerpo aumente de peso?

a) SI ☐b) NO ☐

2. ¿Conoce o ha consumido frutas deshidratadas?

a) SI ☐b) NO ☐

Si su respuesta fue Si responda la siguiente pregunta, caso contrario pase a la pregunta 5:

3. ¿Dónde adquiere usted este tipo de productos?

a) Supermercados: ☐b) Tiendas: ☐c) Otros: ☐

4. ¿Con qué frecuencia compra frutas deshidratadas?

a) Semanalmente: ☐b) Quincenalmente: ☐b) Mensualmente: ☐

5. ¿Estaría usted de acuerdo que en el sector de Guayllabamba se implemente una microempresa que procese y comercialice frutas deshidratadas?

a) SI ☐b) NO ☐

6. ¿Qué precio estaría dispuesto usted a pagar por un paquete de frutas deshidratadas?

a) \$ 1 – 1.50 ☐b) \$ 1.50 – 2.00 ☐c) \$ 200 - 250 ☐

7. ¿Está usted de acuerdo con los productos y precios que le ofrece la competencia?



a) SI ☐

b) NO ☐

8. ¿En qué presentación le gustaría a usted el producto?

a) Bolsas plásticas ☐

b) Envases de vidrio ☐

c) Reposteros de plástico ☐

9. ¿Le gustaría consumir en su vida cotidiana frutas deshidratadas para una mejor nutrición?

a) SI ☐

b) NO ☐

10. ¿Le gustaría que las frutas deshidratadas estén a la venta en escuelas y colegios?

a) SI ☐

b) NO ☐

“Gracias por la atención prestada”

3.01.03 Análisis de la Información.

- Determinación de la población y muestra.
- Elaboración de la encuesta.
- Aplicación de la encuesta.
- Tabulación de los resultados.
- Presentación de los resultados en cuadros y gráficos.
- Análisis de los mismos.

3.01.04 Resultados de la encuesta.

En el presente proyecto se realizó una encuesta con preguntas cerradas, la cual fue aplicada a la parroquia de Guayllabamba con un total de 370 encuestas.

Las cuales arrojaron la siguiente información:

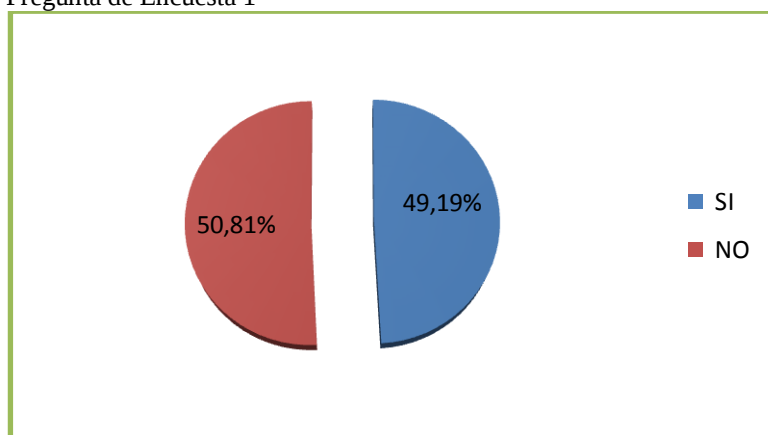
3.01.04.01 ¿Sabía usted que las frutas deshidratadas (frutos secos) poseen potasio, magnesio, fósforo, y evitan que su cuerpo aumente de peso?

Tabla 13:
Pregunta de Encuesta 1

Concepto	Cantidad	Porcentaje
SI	182	49.19%
NO	188	50.81%
TOTAL	370	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Omar Ponce.

Grafico 12:
Pregunta de Encuesta 1



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Omar Ponce.

Análisis: Los resultados de la investigación reflejan que el 50.81% de la población en la parroquia de Guayllabamba no está informada sobre las proteínas y beneficios de las frutas deshidratadas, mientras que el 49.19% de la población conoce sus beneficios. Lo que significaría que al 50.81% de la población podremos dar a conocer nuestro producto mediante publicidades.

3.01.04.02 ¿Conoce o ha consumido frutas deshidratadas?

Tabla 14:

Pregunta de Encuesta 2

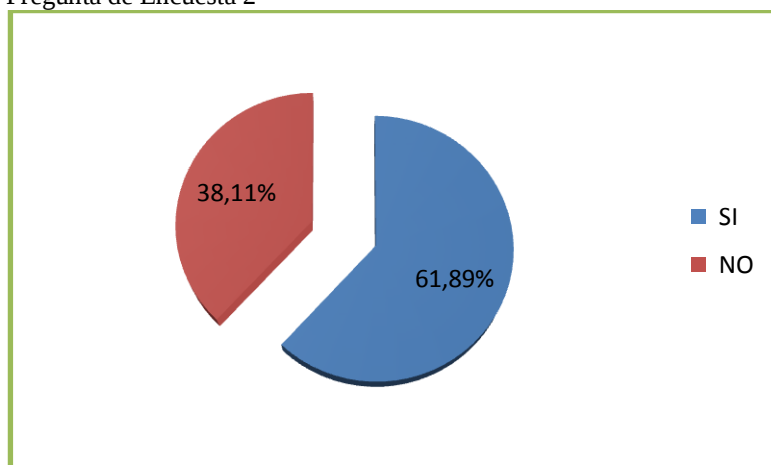
Concepto	Cantidad	Porcentaje
SI	229	61.89%
NO	141	38.11%
TOTAL	370	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Omar Ponce.

Grafico 13:

Pregunta de Encuesta 2



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Omar Ponce.

Análisis: De acuerdo a la información obtenida en la pregunta dos, se puede observar que el 61.89% de la población en la parroquia de Guayllabamba conoce o ha consumido frutas deshidratadas, lo cual es beneficioso para la implementación de este proyecto, mientras que el 38.11% no ha consumido frutas deshidratadas, a los cuales podríamos ofertar este nuevo producto.

3.01.04.03 ¿Dónde adquiere usted este tipo de productos?

Tabla 15:

Pregunta de Encuesta 3

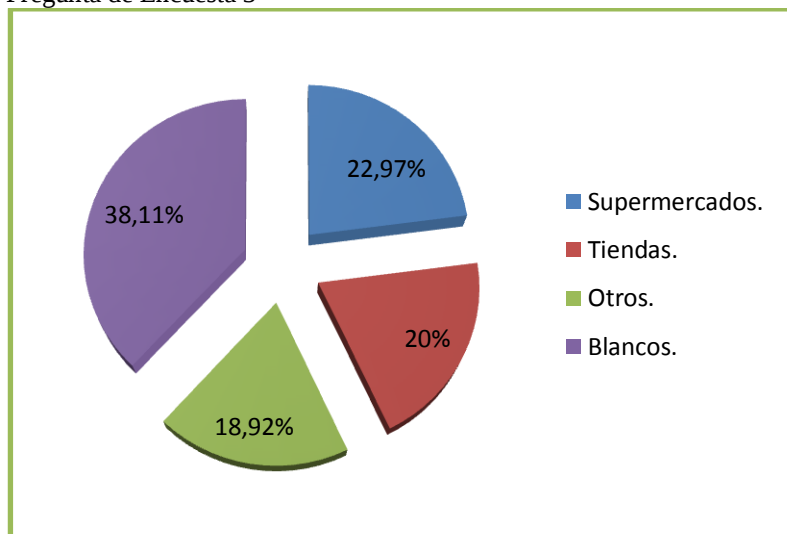
Concepto	Cantidad	Porcentaje
Supermercados.	85	22.97%
Tiendas.	74	20%
Otros.	70	18.92%
Blancos.	141	38.11%
TOTAL	370	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Omar Ponce.

Grafico 14:

Pregunta de Encuesta 3



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Omar Ponce.

Análisis: De acuerdo a la información obtenida en la pregunta 3, a las personas de este sector con un porcentaje del 22.97% les gustaría adquirir este producto en supermercado, y con una diferencia del 2.97% en segundo lugar esta las tiendas con un porcentaje del 20%.

3.01.04.04 ¿Con qué frecuencia compra frutas deshidratadas?

Tabla 16:

Pregunta de Encuesta 4

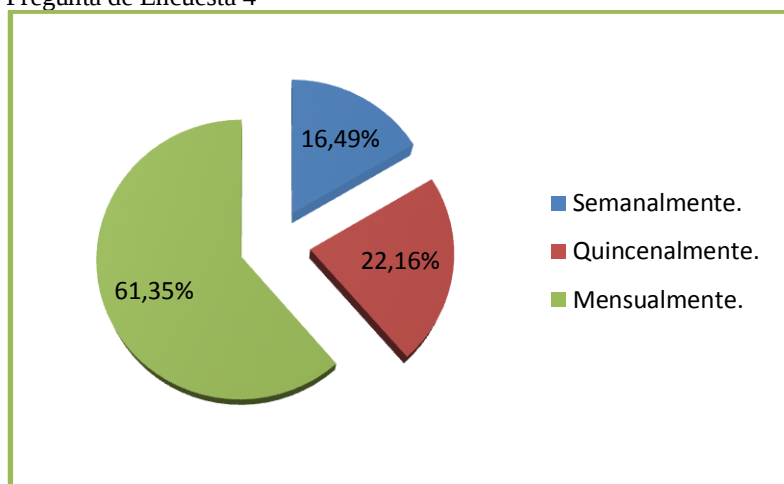
Concepto	Cantidad	Porcentaje
Semanalmente.	61	16.49%
Quincenalmente.	82	22.16%
Mensualmente.	227	61.35%
TOTAL	370	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Omar Ponce.

Grafico 15:

Pregunta de Encuesta 4



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Omar Ponce.

Análisis: En base a los datos obtenidos sobre la frecuencia de compra, se puede observar que el 61.35% de la población compra mensualmente, el 22.16% lo realiza quincenalmente, y el 16.49% lo hace semanalmente. Mediante este análisis se observa que la mayoría de la población compra mensualmente lo cual es favorable para el proyecto.

3.01.04.05 ¿Estaría usted de acuerdo que en el sector de Guayllabamba se implemente una microempresa que procese y comercialice frutas deshidratadas?

Tabla 17:

Pregunta de Encuesta 5

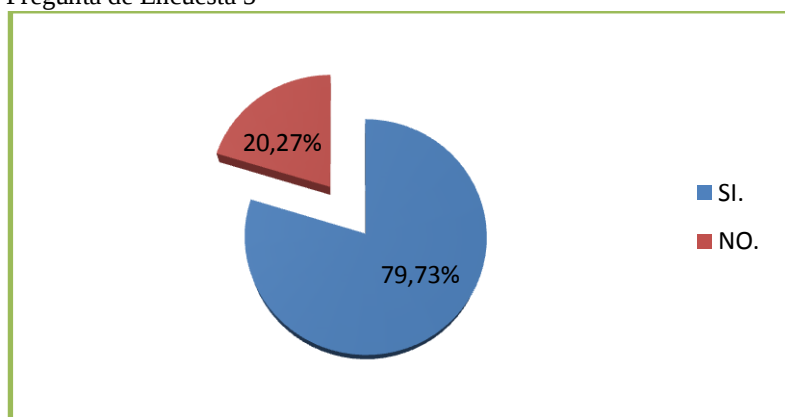
Concepto	Cantidad	Porcentaje
SI.	295	79.73%
NO.	75	20.27%
TOTAL	370	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Omar Ponce.

Grafico 16:

Pregunta de Encuesta 5



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Omar Ponce.

Análisis: De acuerdo a la información obtenida en esta pregunta observamos que el 79.73% considera que en el sector de Guayllabamba se implemente una microempresa procesadora y comercializadora de frutas deshidratadas. Mientras que el 20.27% piensan que no es necesaria la creación de la microempresa. Mediante este análisis la opinión es positiva para la creación de la microempresa.

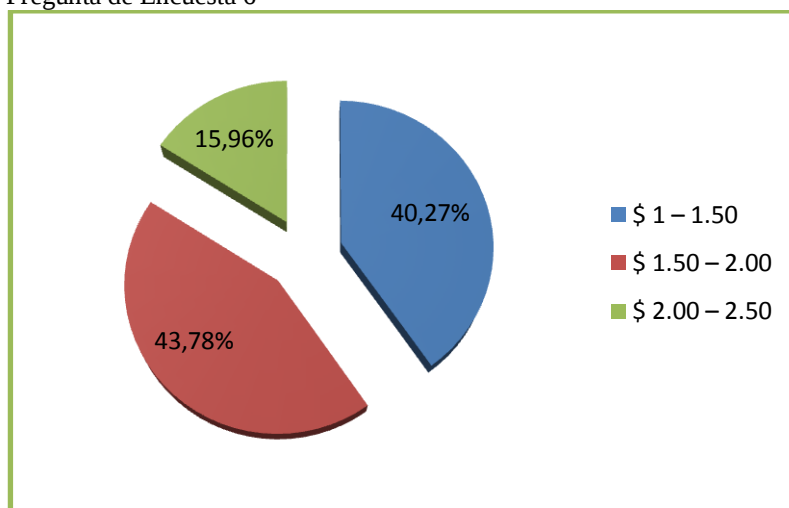
3.01.04.06 ¿Qué precio estaría dispuesto usted a pagar por un paquete de frutas deshidratadas?

Tabla 18:
Pregunta de Encuesta 6

Concepto	Cantidad	Porcentaje
\$ 1 – 1.50	149	40.27%
\$ 1.50 – 2.00	162	43.78%
\$ 2.00 – 2.50	59	15.96%
TOTAL	370	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Omar Ponce.

Grafico 17:
Pregunta de Encuesta 6



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Omar Ponce.

Análisis: De acuerdo al cuadro se observa que el 43.78% prefieren pagar por este producto de \$ 1.50 – 2.00, el 40.27% prefiere pagar \$ 1 – 1.50, mientras que el 15.96% pagaría \$ 2.00 – 2.50, llegando así a un valor real de pago el cual es \$ 1.50 – 2.00, el cual es un precio razonable.

3.01.04.07 ¿Está usted de acuerdo con los productos y precios que le ofrece la competencia?

Tabla 19:

Pregunta de Encuesta 7

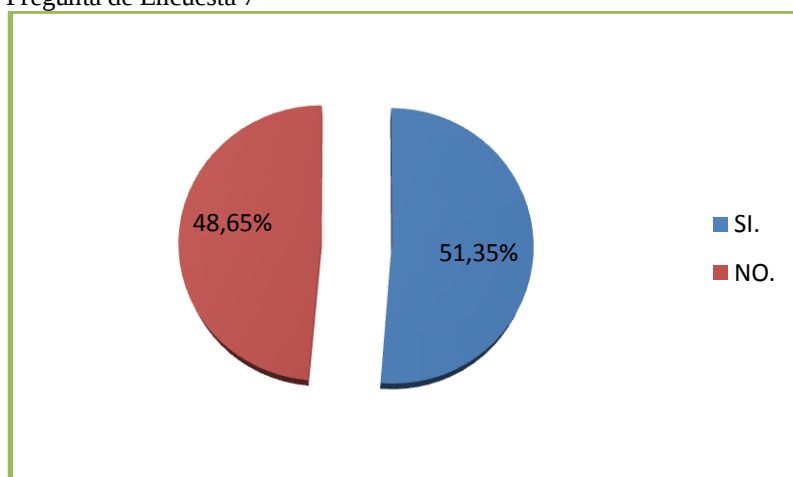
Concepto	Cantidad	Porcentaje
SI.	190	51.35%
NO.	180	48.65%
TOTAL	370	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Omar Ponce.

Grafico 18:

Pregunta de Encuesta 7



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Omar Ponce.

Análisis: De acuerdo a la información obtenida se muestra que el 51.35% de la población está de acuerdo con los productos que ofrece la competencia, mientras que el 48.65% no lo está. Lo cual muestra que hay una oportunidad para la creación de la microempresa procesadora y comercializadora de frutas deshidratadas que tendría acogida en el mercado.

3.01.04.08 ¿En qué presentación le gustaría a usted el producto?

Tabla 20:

Pregunta de Encuesta 8

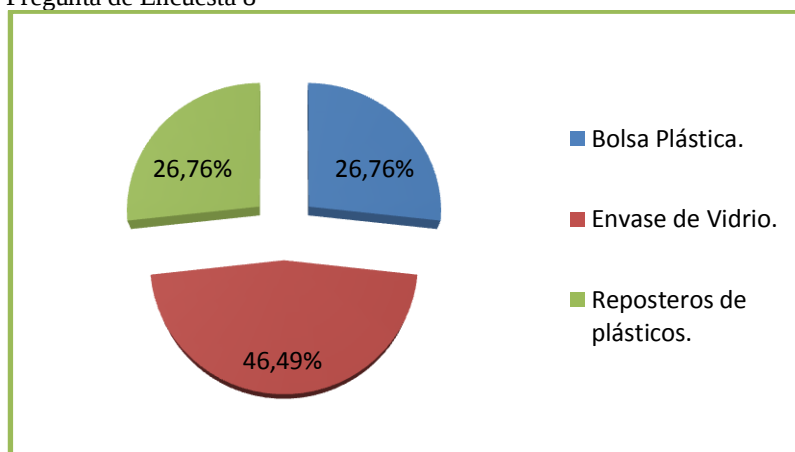
Concepto	Cantidad	Porcentaje
Bolsa Plástica.	99	26.76%
Envase de Vidrio.	172	46.49%
Repostereros de plásticos.	99	26.76%
TOTAL	370	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Omar Ponce.

Grafico 19:

Pregunta de Encuesta 8



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Omar Ponce.

Análisis: De acuerdo a la información obtenida se muestra que el 46.49% de la población está de acuerdo que los productos que se ofrece estén en envase de vidrio, lo cual permite que se conserve de mejor manera.

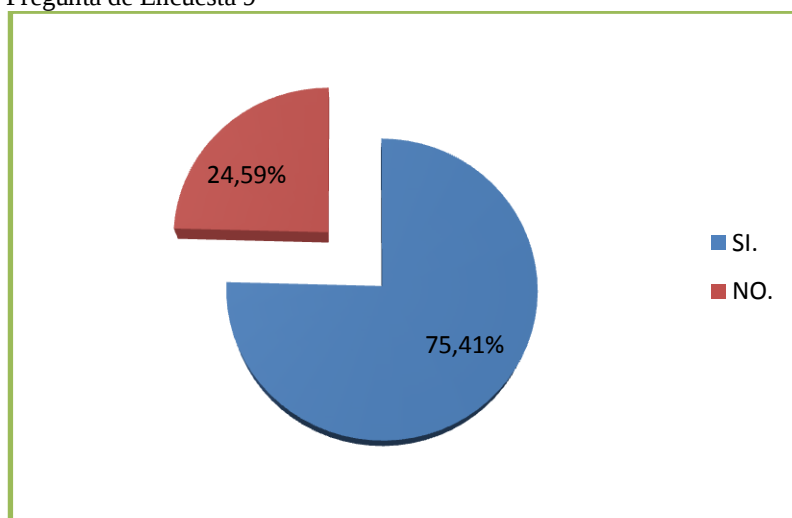
3.01.04.09 ¿Le gustaría consumir en su vida cotidiana frutas deshidratadas para una mejor nutrición?

Tabla 21:
Pregunta de Encuesta 9

Concepto	Cantidad	Porcentaje
SI.	279	75.41%
NO.	91	24.59%
TOTAL	370	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Omar Ponce.

Grafico 20:
Pregunta de Encuesta 9



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Omar Ponce.

Análisis: De acuerdo a la información obtenida en esta pregunta podemos observar con el 75.41% considera que en el sector de Guayllabamba se comercialice frutas deshidratadas. Mientras que el 24.59% piensan que no es necesario comercializar frutas deshidratadas. Mediante este análisis la opinión es positiva para comercializar frutas deshidratadas.

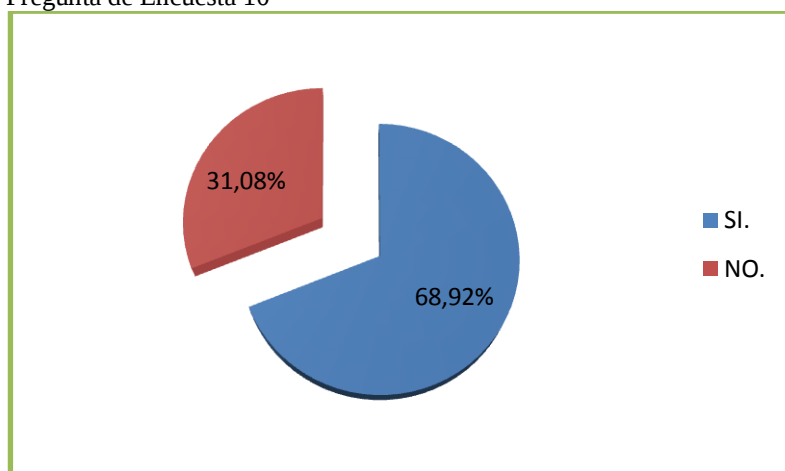
3.01.04.10 ¿Le gustaría que las frutas deshidratadas estén a la venta en escuelas y colegios?

Tabla 22:
Pregunta de Encuesta 10

Concepto	Cantidad	Porcentaje
SI.	255	68.92%
NO.	115	31.08%
TOTAL	370	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Omar Ponce.

Grafico 21:
Pregunta de Encuesta 10



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Omar Ponce.

Análisis: De acuerdo a la información obtenida en esta pregunta podemos observar que el 68.92% considera que estén a la venta en escuelas y colegios. Lo cual sería favorable para la implementación de este proyecto.

3.02 Oferta

Es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.

3.02.01 Oferta histórica

La oferta histórica se ha calculado de el PIB por industria del sector de manufactura, que según el Banco Central del Ecuador es del 5.6%.

Tabla 23:
Oferta Histórica

Período	Tasa	Oferta
2009	5.6 %	2096
2010	5.6 %	2108
2011	5.6 %	2120
2012	5.6 %	2132
2013	5.6 %	2143

Elaborado por: Omar Ponce.

3.02.02 Oferta Actual

La oferta actual se ha calculado de el PIB por industria del sector de manufactura, que según el Banco Central del Ecuador es del 5.6%

Tabla 24:
Oferta Actual.

Período	Tasa	Oferta Actual
2014	5.6 %	2156

Elaborado por: Omar Ponce.

3.02.03 Oferta Proyectada

Se toma como referencia el índice de crecimiento industrial para el presente proyecto que según el Banco Central del Ecuador es del 5.6%.

Tabla 25:
Oferta Proyectada

Período	Tasa de Crecimiento	Oferta Proyectada
2015	5.6%	2168
2016	5.6%	2180
2017	5.6%	2192
2018	5.6%	2204
2019	5.6%	2217

Elaborado por: Omar Ponce.

3.03 Demanda

Es la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones. El precio es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta de un determinado bien en un mercado. (Arango, 2010)

3.03.01 Demanda Histórica

La demanda histórica se ha calculado mediante de la tasa poblacional la cual es 3.2 %, que según el Banco Central del Ecuador.

Tabla 26:
Demanda Histórica

Período	Tasa	Demanda Histórica
2009	3.2 %	2681
2010	3.2 %	2689
2011	3.2 %	2698
2012	3.2 %	2707
2013	3.2 %	2715

Elaborado por: Omar Ponce.

3.03.02 Demanda Actual

La demanda actual se ha calculado mediante de la tasa poblacional la cual es 3.2 %, que según el Banco Central del Ecuador.

Tabla 27:
Demanda Actual

Período	Tasa	Demanda Actual
2014	3.2 %	2724

Elaborado por: Omar Ponce.

3.03.03 Demanda Proyectada

Permite establecer la aceptación del producto mediante el paso del tiempo para que un proyecto sea rentable se toma como referencia 5 años de proyección.

Se toma como referencia el índice de crecimiento poblacional para el presente proyecto que según el Banco Central del Ecuador es del 3.2%.

Tabla 28:
Demanda Proyectada

Período	Tasa	Demanda Proyectada
2015	5.6%	2733
2016	5.6%	2741
2017	5.6%	2750
2018	5.6%	2759
2019	5.6%	2768

Elaborado por: Omar Ponce.

3.04 Balance Oferta-Demanda

Este balance permite examinar cual va a ser la demanda insatisfecha en un sector económico, de esa manera mediante las proyecciones determinar cuál va a ser el mercado libre de competencia y las posibilidades que tiene el presente proyecto de subsistir en la plaza establecida.

3.04.01 Balance Actual

Tabla 29:
Balance Actual

AÑOS	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2014	2724	2156	568

Elaborado por: Omar Ponce

3.04.02 Balance proyectado

Tabla 30:

Balance Proyectado

Período	Demanda Proyectada	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha
2015	2733	2168	565
2016	2741	2180	562
2017	2750	2192	558
2018	2759	2204	555
2019	2768	2217	551

Elaborado por: Omar Ponce

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción. (Fernando, 2008)

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.

Los Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta que se implementará con la propuesta del proyecto, es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas, y las alternativas de tamaño entre las cuáles se puede escoger, se van reduciendo a

medida que se examinan los factores condicionantes mencionados, y que detallaremos a continuación. (Rojas, 2011)

El presente proyecto contara con 80m² totales, los cuales estarán distribuidos de la mejor manera ya que una empresa bien distribuida genera un mayor rendimiento y no existiría inconvenientes en los procesos.

4.01.02 Capacidad máxima de producción del proyecto.

Es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse 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.

Ferre T. (2008). *Marketing y Ventas*. Capacidad máxima, Barcelona España: OCEANO. pp. 314.

4.01.03 Capacidad técnica.

Es aquella realización de las labores de un proyecto, determinado en factor tiempo, y conocer la ejecución de las labores en un día, mensual y anual.

Ferre T. (2008). *Marketing y Ventas*. Capacidad técnica, Barcelona España: OCEANO. pp. 318.

Producto	Tiempo de producción (minutos)	1 día (8 Horas)	%	Producción.	Producción Mensual (26 días)	Nº personas (3)	Producción Anual
Manzanas	25	19	20%	4	100	200	2396
Piñas	25	19	20%	4	100	200	2396
Duraznos	18	27	20%	5	139	277	3328
Peras	18	27	20%	5	139	277	3328
Uvillas	5	96	20%	19	499	998	11981
Total de producción					976	1952	23429

Tabla 31: Capacidad Técnica

Elaborado por: Omar Ponce

4.01.04 Capacidad teórica

Es aquella producción que se puede alcanzar si siempre se tuviera ocupando el cien por ciento de la capacidad instalada, es decir, que la maquinaria siempre estuviera trabajando, que los empleados no tuvieran descanso ni errores, por ello se le llama capacidad teórica.

Ferre T. (2008). *Marketing y Ventas*. Capacidad teórica, Barcelona España: OCEANO. pp. 323.

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

Javier. N (2012) Empresa desde adentro, revista virtual. México

<http://es.scribd.com/doc/16264172/Vision-Empresarial>

Tabla 32:
Capacidad Teórica

Producto	Tiempo de producción (minutos)	1 día (8 Horas)	%	Producción	Producción Mensual (26 días)	Nº personas (3)	Producción Anual
Manzanas	20	24	20%	5	125	250	2995
Piñas	20	24	20%	5	125	250	2995
Duraznos	13	37	20%	7	192	384	4608
Peras	13	37	20%	7	192	384	4608
Uvillas	3	160	20%	32	832	1664	19968

Elaborado por: Omar Ponce

4.01.05 Capacidad Óptima

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

Javier. N (2012) Empresa desde adentro, revista virtual. México

<http://es.scribd.com/doc/16264172/Vision-Empresarial>

Tabla 33:
Capacidad Óptima

Producto	Capacidad teórica	Capacidad técnica	Capacidad óptima
Manzanas	2.995	2.396	2695,68
Piñas	2.995	2.396	2696
Duraznos	4.608	3.328	3968
Peras	4.608	3.328	3968
Uvillas	19.968	11.981	15974,4

Elaborado por: Omar Ponce

4.01.06 Capacidad ociosa

Se entiende por capacidad ociosa, aquella capacidad instalada de producción de una empresa que no se utiliza o que se subutiliza.

$$\text{Capacidad Teórica} - \text{Capacidad óptima} = \text{Capacidad ociosa}$$

Ferre T. (2008). *Marketing y Ventas*. Capacidad ociosa, Barcelona España:

OCEANO. pp. 347.

Tabla 34:
Capacidad Ociosa

Producto	Capacidad teórica	Capacidad óptima	Capacidad Ociosa
Manzanas	2.995	2695,68	299,52
Piñas	2.995	2696	300
Duraznos	4.608	3968	640
Peras	4.608	3968	640
Uvillas	19.968	15974,4	3993,6

Elaborado por: Omar Ponce

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. (Rojas, 2011)

4.02.01 Macro localización

La macro localización tiene el propósito de encontrar la ubicación más ventajosa tomando en consideración las características físicas e indicadores socioeconómicos y de esa manera cubrir las expectativas de la investigación.

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. (Rojas, 2011).

Tabla 35:
Macro localización

País:	Ecuador
Provincia:	Pichincha
Cuidad:	Quito
Región:	Sierra
Parroquia:	Guayllabamba
Cantón:	Quito

Elaborado por: Omar Ponce

Grafico 22:
Macro Localización



Fuente: Google Maps

4.02.02 Micro localización

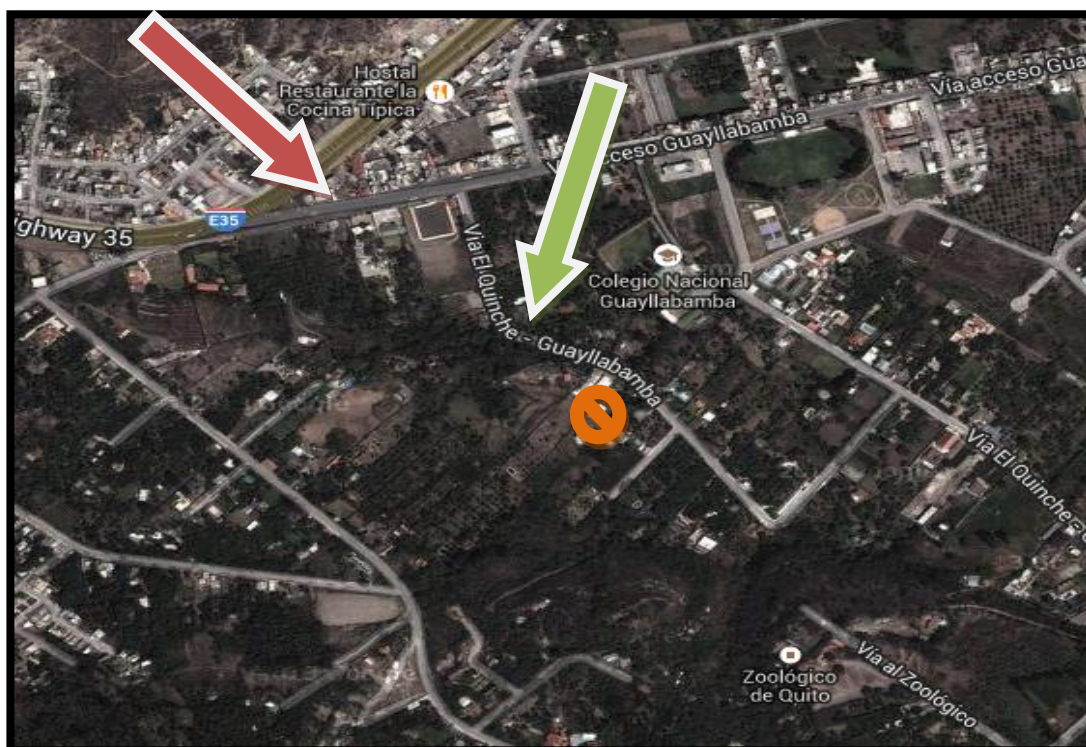
Consiste en la selección puntual del sitio para instalación del proyecto, una vez cumplido el análisis de macro localización.

Tabla 36:
Micro localización

Cuidad:	Quito
Provincia:	Pichincha
Parroquia:	Guayllabamba

Elaborado por: Omar Ponce

Grafico 23:
Micro Localización



Fuente: Google Maps

Tabla 37:
Micro localización

	Calle simón bolívar
	Vía puruhantag
	Localización óptima del proyecto Lote 84

Elaborado por: Omar Ponce

4.02.03. Localización Óptima.

La localización óptima del presente proyecto es en la parroquia de Guayllabamba ya que existen vías accesibles, cercanía al mercado, seguridad, parqueadero, se cuenta con los servicios básicos.

4.03. Ingeniería del proyecto.

La ingeniería del proyecto es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el Proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto. (Emprendedor, 2009)

4.03.01 Definición del Bien y Servicio.

El bien y el servicio son generados en las distintas actividades económicas con el fin de cubrir una necesidad o un deseo, es decir estos se comercian en un mercado y sus precios son definidos por la oferta y la demanda.

La microempresa "Nutritious Fruits" es una empresa innovadora en el mercado, que está enfocada en el procesamiento y comercialización de frutas deshidratadas, tomando en cuenta como punto principal el bienestar y satisfacción del cliente, ya que cada uno de los productos serán elaborados con material de alta calidad y pasaran por procesos estrictos de transformación, que permita conocer y llevar un control de su elaboración, de esta manera cada uno de los productos se introduzcan de forma estratégica al mercado.

4.03.02. Distribución De La Planta.

La distribución de la planta consiste en la ubicación de las áreas considerando la función que va a realizar cada una de ellas determinando el grado de importancia que deben tener para el normal funcionamiento de una empresa y no se generen tiempos muertos en la generación de un servicio. (Peñalver, 2012)

Tabla 38:

Distribución de la planta

Áreas	Dimensiones
Área administrativa	4*2m ² = 8m ²
Secretaría	3*5m ² = 15m ²
Recepción	4*3m ² = 12m ²
Baño administrativo	2*1m ² =2m ²
Bodega de alimentos	5*4m ² = 20m ²
Área de transformación	5*3m ² = 15m ²
Suministros y materiales	3*2m ² = 6m ²
Baño de producción	1*2m ² = 2m ²
TOTAL m²	80 m²

Elaborado por: Omar Ponce

Tabla 39:

Código de cercanía

Códigos de Cercanía			
A	Absolutamente necesario	O	Cercanía ordinaria
E	Especialmente que este cerca	U	No importante
I	Importante que este cerca		

Elaborado por: Omar Ponce

Tabla 40:

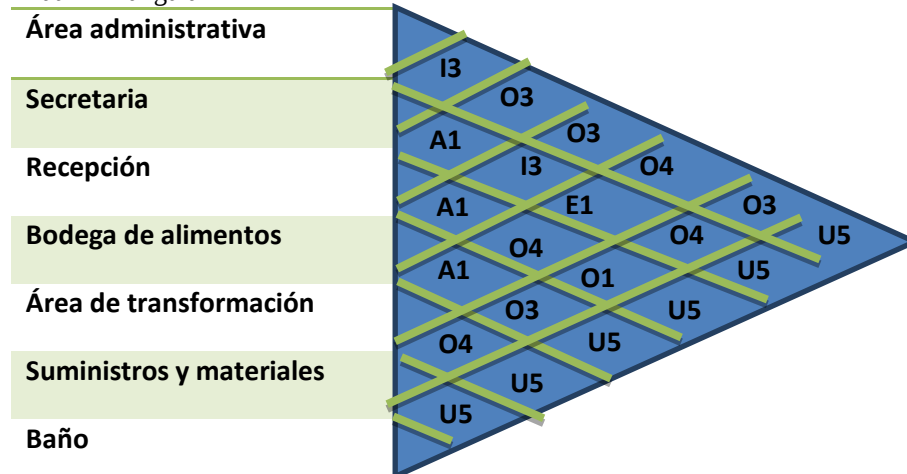
Razones por procesos

Razones por procesos	
1	Por procesos
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Elaborado por: Omar Ponce

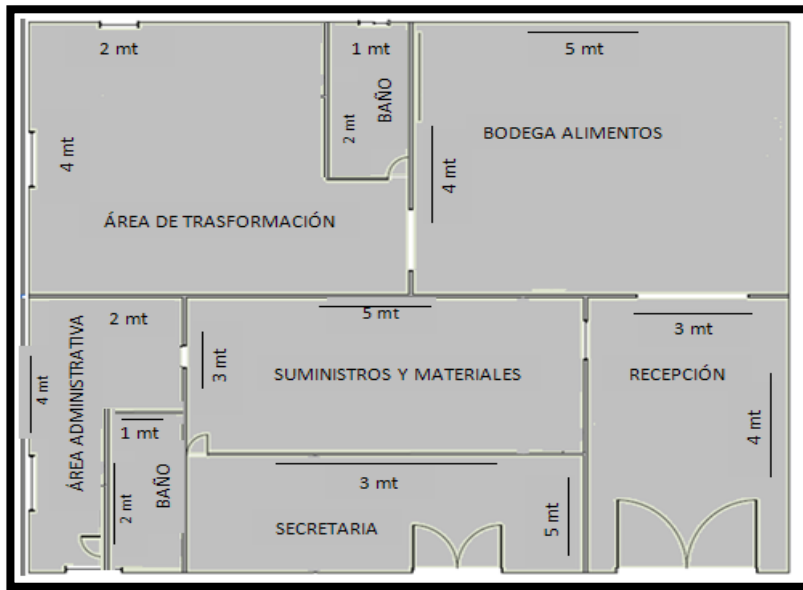
Grafico 24:

Matriz Triangular



Elaborado por: Omar Ponce

Grafico 25:
Distribución de la planta



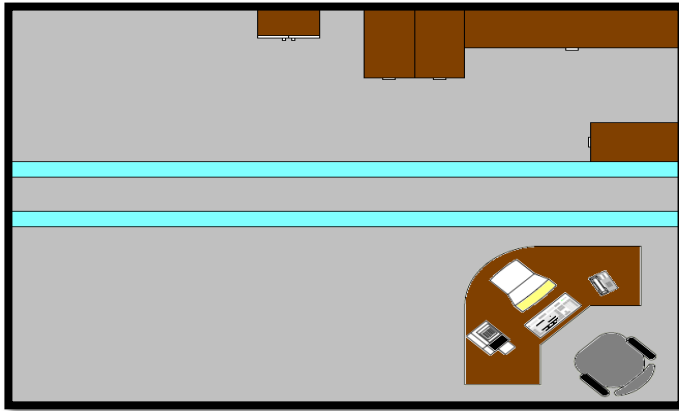
Elaborado por: Omar Ponce

El grafico 22 muestra un esquema de cómo está distribuida la planta con sus respectivas medidas y grados de importancia que cada una tiene, estas áreas son importantes para llevar un correcto funcionamiento del presente proyecto ya que la producción de un producto requiere de varios procesos que deben ser cumplidos correctamente para que no se generen cuellos de botella y de esa manera aumentar el rendimiento de la misma.

4.03.02.01 Área Administrativa

Grafico 26:

Área administrativa



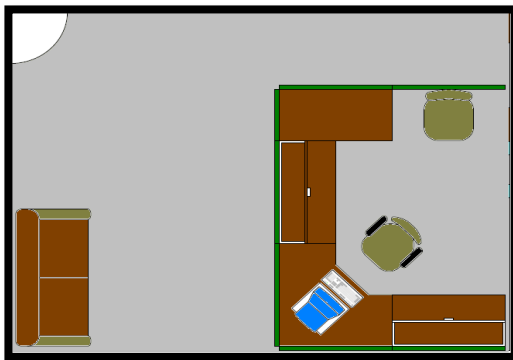
Elaborado por: Omar Ponce

El area administrativa es la encargada de realizar la gestion de pagos, tanto a los proveedores como al personal de esa manera se realiza mas facil la gestion financiera.

4.03.02.02 Área de Secretaria

Grafico 27:

Área de secretaría



Elaborado por: Omar Ponce

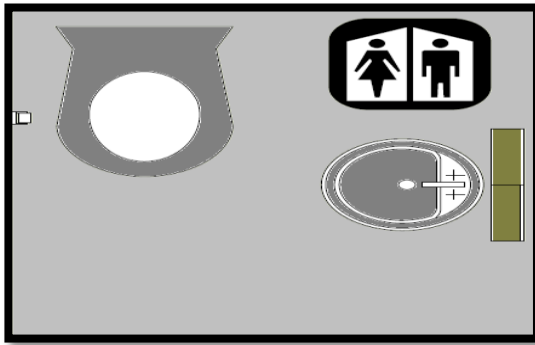
El área de secretaria cuenta con un espacio de 15m². La secretaria es la encargada de recibir a los clientes y de informara si existe una recepción de

materiales, de la misma manera estará a disposición de lo que requiera el área financiera.

4.03.02.03 Baño Administrativo

Grafico 28:

Baño administrativo



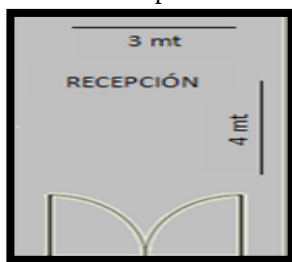
Elaborado por: Omar Ponce

El baño es para uso exclusivo del personal y de los clientes, de esa manera poder establecer las necesidades primordiales de las personas y establecer un lugar óptimo para desempeñar todas las funciones.

4.03.02.04 Área De Recepción

Grafico 29:

Área De Recepción



Elaborado por: Omar Ponce

Las presentes áreas sirven para el almacenamiento de los materiales de transformación y materia prima.

Es una de las más importantes, ya que es la que va a generar los ingresos para el sustento del presente proyectos de transformación y comercialización de frutas deshidratadas.

4.03.03. Proceso Productivo

Según Gabriela Vaca Urbina “el proceso productivo es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de los insumos y se identifica como la transformación de una serie de insumos y convertirlos en productos terminados.

4.03.03.01 Simbología del proceso productivo

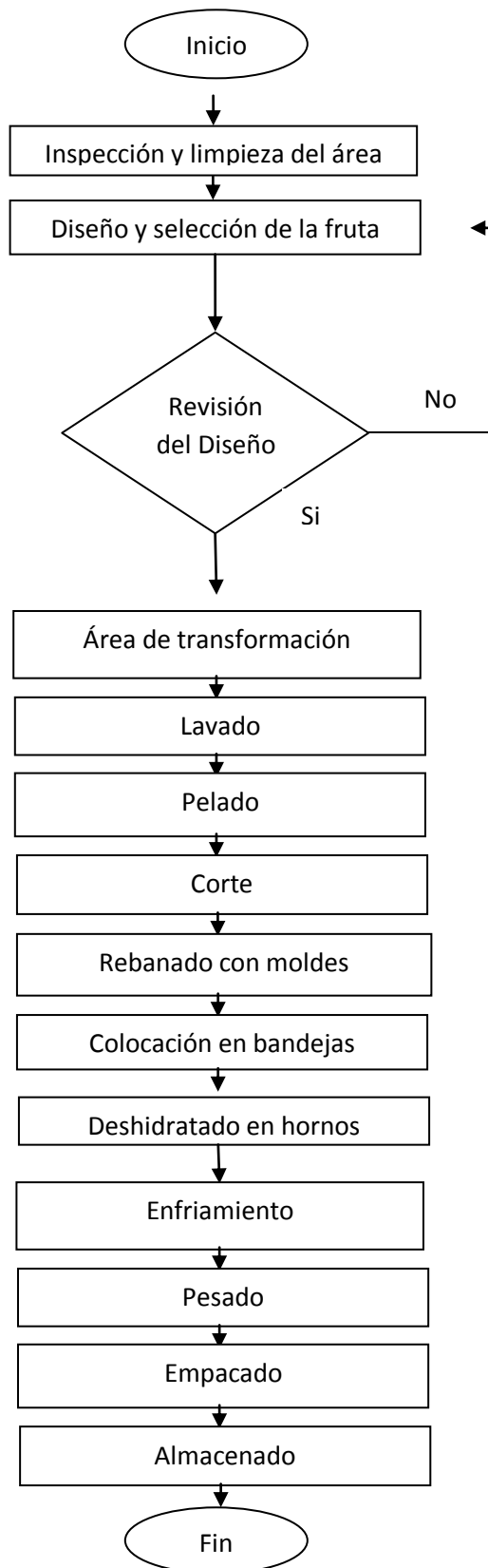
Grafico 30:

Simbología del proceso productivo

	Operación: significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.
	Transporte: Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.
	Demora: Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones, el propio proceso exige una demora.
	Almacenamiento: Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Inspección: Es la acción de controlar que se efectuó correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
	Operación Combinada: Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas

Elaborado por: Omar Ponce

4.03.03.02 Diagrama del proceso productivo



4.03.04. Determinación de Maquinaria y Equipo.

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
ACTIVO FIJO				
<u>Maquinaria y equipos</u>				
Deshidratador eléctrico	UNIDAD	2	500	1000
Deshidratador a gas	UNIDAD	1	700	700
Bascula (pesar)	UNIDAD	2	150	300
Recipientes de plástico	UNIDAD	5000	0.10	500
Cortador	UNIDAD	2	25	50
Peladoras	UNIDAD	2	45	90
Bandejas metálicas	UNIDAD	50	9	450
Moldeadores	UNIDAD	10	5	50
Total maquinaria y equipos			1434.10	3140
<u>Muebles y enseres</u>				
Escritorios	UNIDAD	4	100	400
Mesas	UNIDAD	4	50	200
Sillas	UNIDAD	10	30	300
Archivadores	UNIDAD	2	100	200
Estanterías	UNIDAD	2	70	140
Total muebles y enseres			350	1240
<u>Equipos de computación</u>				
Computadora portátil	UNIDAD	1	700	700
Computadora de mesa	UNIDAD	1	500	500
Total equipos de computación			1200	1200
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$2984.10	\$5580

Tabla 41: Maquinaria y Equipo

Elaborado por: Omar Ponce

4.03.04. 01 Deshidratador Eléctrico



Este deshidratador eléctrico permite secar frutas en gran cantidad a la vez sin tener que estar preocupados en poner uno por uno.

4.03.04. 02 Bascula



Este equipo nos permite determinar un peso exacto en empaques de frutas deshidratadas, lo cual es indispensable para que no exista sobrante o faltante.

4.03.04. 03 Recipientes de Plástico



Estos envases de plástico son de gran utilidad ya que permite proteger el contenido y a la vez se pueden diseñar modelos diferentes.

4.03.04.04 Cortador



Este equipo permite hacer cortes exactos en las frutas el cual nos ayuda a proteger de cortes en nuestras manos y generar una contaminación en el producto.

4.03.04.05 Moldeadores



Este equipo permite sacar varias porciones de frutas lo cual ayudara a generar mayor producción de frutos deshidratados.

CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene por objeto determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, y los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los períodos de vida útil. Los datos que son registrados en los componentes del estudio financieros, son el resultado de los estudios previos de mercado, técnico y organizacional, los cuales van a ser utilizados para determinar la viabilidad económica del proyecto. Este estudio solamente se desarrolla cuando existe un mercado potencial que el proyecto aspira cubrir, y cuando tecnológicamente ha sido determinado factible. Básicamente éste parte de la formulación de un proyecto que se inicia con el cálculo de las inversiones queridas y que están contempladas en la etapa de instalación o ejecución (período 0). (J, 2009)

5.01 Ingresos Operacionales

Tabla 42:
Ingresos Operacionales

CUADRO DE INGRESOS					
PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales de Manzanas	3955,89	4039,27	4092,17	4142,24	4207,45
Ingresos Operacionales de Peras	5823,01	5945,74	6023,62	6097,31	6193,30
Ingresos Operacionales de Uvillas	21506,09	21959,36	22246,99	22519,18	22873,68
Ingresos Operacionales de Piñas	3955,89	3705,64	3754,18	3800,11	3859,93
Ingresos Operacionales de Duraznos	5823,01	5945,74	6023,62	6097,31	6193,30
INGRESOS TOTALES	41063,89	41595,74	42140,58	42656,16	43327,66

Elaborado por: Omar Ponce

5.02 Costos

Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Es decir la inversión de dinero que una empresa hace, con el fin de producir un bien, comercializar un producto o prestar un servicio. (Rivero, 2012)

5.02.01 Costo directo

Son aquellos Costos de los recursos que se incorporan físicamente al producto final y a su empaque. Ambos se comercializan conjuntamente. El costo directo también contempla las labores necesarias para el manipuleo y transformación de dichos recursos. Los Costos directos se transfieren directamente al producto final. (Vargas, 2010)

Tabla 43:
Costos Directos

Costos	Descripción	Valor mensual	Valor anual	Valor total
Materia prima directa		\$ 356,16	\$ 5000	\$ 5356.16
Agua	$\$0.13 \times 12288$	\$ 133.12	\$ 1597.44	\$ 1730.56
Luz	$\$0.18 \times 12288$	\$ 184.32	\$ 2211.84	\$ 2396.16
Mano de obra directa	340	\$ 340	\$ 4080	\$ 4420
Decimo tercer sueldo	$\$ 340 / 12$	\$ 28.33	\$ 339.96	\$ 368.29
Decimo cuarto sueldo	$\$ 340 / 12$	\$ 28.33	\$ 339.96	\$ 368.29
Fondos de reserva	$\$ 340 \times 8.33\%$	\$ 28.32	\$ 339.84	\$ 368.16

Elaborado por: Omar Ponce

5.02.02 Costos Indirectos

Son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero contribuyen y forman parte de los costos de producción.

(Rivero, 2012)

5.02.03 Gastos Administrativos

Son generados por el manejo o dirección de la empresa, es decir, todos los gastos que se generan en las oficinas y por causa del personal administrativo.

(Rivero, 2012)

Tabla 44:
Gastos Administrativos

<i>Cargo</i>	<i>Cant.</i>	<i>SBU mensual</i>	<i>Sueldo total</i>	<i>D 3°</i>	<i>D 4°</i>	<i>Vacaciones</i>	<i>Fondos de reserva</i>	<i>Total rol mensual</i>	<i>Total rol anual</i>
Gerente	1	400	400	33,33	33,33	16,67	16,67	500,00	6000,00

Elaborado por: Omar Ponce

5.02.04 Costo de Ventas

Es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende. (gerencia, 2010)

Tabla 45:
Costo de Ventas

N	Descripción	Total mensual	Anual
1	Publicidad 1000 hojas volantes	\$83.33	\$1000
2	Lubricantes y combustibles	\$125	\$1500
	Total	\$ 208.33	\$ 2500

Elaborado por: Omar Ponce

5.03 Inversión

Es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro. (gerencia, 2010)

5.03.01 Activos fijos

Son los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido. (gerencia, 2010)

Tabla 46:

Activos Fijos

DETALLE	TOTAL
Maquinaria y equipos	\$ 3.140,00
Muebles y enseres	\$ 1.240,00
Vehículos	\$ 5.000,00
Equipos de computación	\$ 1.200,00
TOTAL	\$ 10.580,00

Elaborado por: Omar Ponce

5.03.02 Activos nominales (Diferidos)

Representan costos y gastos que no se cargan en el período en el cual se efectúa el desembolso sino que se pospone para cargarse en períodos futuros, los cuales se beneficiaran con los ingresos producidos por estos desembolsos.

(gerencia, 2010)

Tabla 47:

Activos Nominales

DETALLE	TOTAL
Gastos organización	\$ 250,00
Estudios	\$ 250,00
Interés de pre operación	\$ 507,93
Capacitación	\$ 100,00
Imprevistos	\$ 80,00
TOTAL	\$ 1.187,93

Elaborado por: Omar Ponce

5.03.03 Capital de trabajo

Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente.

(Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios). (Arroyo, 2011)

Tabla 48:
Capital de trabajo

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Materia prima	\$ 356,16	\$ 5.000,00
Materiales indirectos	\$ 106,85	\$ 1.500,00
Mano de obra	\$ 1317,47	\$ 15.809,59
TOTAL	\$ 1780,48	\$ 22.309,59

Elaborado por: Omar Ponce

5.03.04 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Es el detalle global de las inversiones tanto fijas como diferidas, en activos fijos, en financiamiento y capital de trabajo respectivamente con las cuales se iniciaron las operaciones del proyecto. (Rodas, 2012)

Tabla 49:
Fuentes de financiamiento y uso de fondos

INVERSIÓN	VALOR
Inversión Fija	\$ 10.580,00
Activos nominales	\$ 1.187,93
Capital de trabajo	\$ 1.646,16
Total inversión	\$ 13.414,09

Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Nº	DETALLE	TOTAL	APORTE PERSONAL	FINANCIAMIENTO
1	INVERSIÓN (a+b)	\$ 11.767,93	\$ 7.427,93	\$ 4.340,00
a	INVERSIÓN FIJA (a)	\$ 10.580,00	\$ 6.240,00	\$ 4.340,00
	Maquinaria y equipos	\$ 3.140,00		\$ 3.140,00
	Muebles y enseres	\$ 1.240,00	\$ 1.240,00	
	Vehículos	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
	Equipos de computacion	\$ 1.200,00		\$ 1.200,00
b	INVERSIÓN DIFERIDA (b)	\$ 1.187,93	\$ 1.187,93	\$ -
	Gastos organización	\$ 250,00	\$ 250,00	
	Estudios	\$ 250,00	\$ 250,00	
	Interes de preoperación	\$ 507,93	\$ 507,93	
	Capacitación	\$ 100,00	\$ 100,00	
	Imprevistos	\$ 80,00	\$ 80,00	
2	CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.646,16	\$ -	\$ 1.646,16
	Materia prima	\$ 356,16		\$ 356,16
	Materiales indirectos	\$ 106,85		\$ 106,85
	Mano de obra	\$ 1.126,16		\$ 1.126,16
	Otros	\$ 56,99		\$ 56,99
(a+b)+2	INVERSIÓN TOTAL (1+2)	\$ 13.414,09	\$ 7.427,93	\$ 5.986,16

Inversión	Porcentaje	Valor
Capital propio	55,4%	\$ 7.427,93
Financiamiento	44,6%	\$ 5.986,16
Total Inversión	100%	\$ 13.414,09

Elaborado por: Omar Ponce

5.03.05 Amortización de financiamiento

Son aquellos que se realizan para extinguir la deuda adquirida mediante pago periódicos los cuales pueden ser iguales o diferentes.

5.03.05.01 Tabla de amortización

Se detalla mes por mes, pago por pago, como se ira reduciendo la deuda contraída el día del cierre de su transacción, esta tabla contiene los plazos mensuales contratados. (Mortgage, 2012)

Tabla 50:
Tabla de Amortización

CAPITAL	5986,16				
TASA	18%				
PERIODOS	5 años				
PERIODO	SALDO	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA	SALDO INSOLUTO
0	5.986,16	538,75		538,75	5.986,16
1	5.986,16	1.077,51	836,73	1.914,24	5.149,43
2	5.149,43	926,90	987,34	1.914,24	4.162,08
3	4.162,08	749,18	1.165,07	1.914,24	2.997,02
4	2.997,02	539,46	1.374,78	1.914,24	1.622,24
5	1.622,24	292,00	1.622,24	1.914,24	(0,00)

Elaborado por: Omar Ponce

5.03.06 Depreciaciones

Es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de el. (gerencia, 2010)

Tabla 51: Tabla de Depreciación.

TABLA DE DEPRECIACIONES									
ACTIVOS	VALOR INICIAL	Nº AÑOS DEPRECIACION	1	2	3	4	5	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR RESIDUAL
Maquinaria y equipos	\$ 3.140,00	10	314	314	314	314	314	1570	1570
Muebles y enseres	\$ 1.240,00	10	124	124	124	124	124	620	620
Vehículos	\$ 5.000,00	5	1000	1000	1000	1000	1000	5000	0
Equipos de computación	\$ 1.200,00	3	400	400	400			1200	0,00
Equipos de computación 1	\$ 726,00	3				242	242	484	242,00
			1838	1838	1838	1680	1680	8874	2432

Elaborado por: Omar Ponce

5.03.07 Estado de Situación Inicial

Refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales. (Flores, 2011).

Estado de situación inicial
Empresa ***"Nutritious Fruits"***
Al 01 de enero 2015

TOTAL ACTIVOS	\$ 13.414,09
Activos Corrientes	\$ 1.646,16
Materia prima	\$ 356,16
Materiales indirectos	\$ 106,85
Mano de obra	\$ 1.126,16
Activos Fijos	\$ 10.580,00
Maquinaria y equipos	\$ 3.140,00
Muebles y enseres	\$ 1.240,00
Vehículos	\$ 5.000,00
Equipos de computación	\$ 1.200,00
Activos Diferidos	\$ 1.187,93
Gastos organización	\$ 250,00
Gastos de Estudio Factibilidad	

Intereses Pre operacionales	\$ 250,00
Capacitación	\$ 507,93
Imprevistos	\$ 100,00
	\$ 80,00

**TOTAL PASIVOS +
PATRIMONIO \$ 13.414,09**

TOTAL PASIVOS	\$ 5.986,16
Pasivo Largo Plazo	\$ 5.986,16

TOTAL PATRIMONIO \$ 7.427,93
Patrimonio \$ 7.427,93

5.03.08 Estado De Resultados Proyectado

Muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

Tabla 52:
Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS					
	1	2	3	4	5
INGRESOS TOTALES	41063,89	41595,74	42140,58	42656,16	43327,66
COSTOS FIJOS	11872,64	12073,61	11972,34	11830,30	11817,54
Servicios Básicos	800,00	818,40	837,22	856,48	876,18
Arriendo	2100,00	2148,30	2197,71	2248,26	2299,97
Sueldos	6000,00	6279,17	6279,17	6423,60	6571,34
Amortización de la inversión diferida	118,79	118,79	118,79	118,79	118,79
Depreciaciones	1838,00	1838,00	1838,00	1680,00	1680,00
Tasa de interés	1015,85	870,94	701,44	503,18	271,27
COSTOS VARIABLES	25609,59	26198,61	26801,18	27417,61	28048,21
Mano de obra	15809,59	16173,21	16545,20	16925,74	17315,03
Materia prima	5000,00	5115,00	5232,65	5353,00	5476,11
Materiales	1500,00	1534,50	1569,79	1605,90	1642,83
Otros	800,00	818,40	837,22	856,48	876,18
Lubricantes y combustibles	1500,00	1534,50	1569,79	1605,90	1642,83
Publicidad	1000,00	1023,00	1046,53	1070,60	1095,22
COSTOS TOTALES	37482,24	38272,22	38773,52	39247,91	39865,76
UTILIDAD BRUTA	3581,66	3323,52	3367,05	3408,25	3461,90
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	537,25	498,53	505,06	511,24	519,29
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	3044,41	2824,99	2862,00	2897,01	2942,62
IMPUESTO A LA RENTA (25%)	761,10	706,25	715,50	724,25	735,65
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	2283,31	2118,75	2146,50	2172,76	2206,96
RESERVA LEGAL (10%)	228,33	211,87	214,65	217,28	220,70
UTILIDAD NETA	2054,98	1906,87	1931,85	1955,48	1986,27

Elaborado por: Omar Ponce

5.03.09 Flujo de Caja

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa. (El Mundo, 2010).

Tabla 53:
Estado de Flujo Proyectado

FLUJO DE FONDOS FINANCIERO							
Nº	DETALLE	INSTALACION	1	2	3	4	5
1	FUENTES	13414,09	4011,77	3863,66	3888,64	4480,28	3785,06
	Aporte propio	7427,93	0,00	0,00	0,00	726,00	0,00
	Préstamos	5986,16					
	Utilidad neta		2054,98	1906,87	1931,85	1955,48	1986,27
	Depreciación		1838,00	1838,00	1838,00	1680,00	1680,00
	Amortización de la inversión diferida		118,79	118,79	118,79	118,79	118,79
	Otros ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Valor residual						
	Capital de trabajo						
2	USOS	13414,09	853,92	998,83	1168,33	2092,59	1598,50
	Inversión fija	10580,00				726,00	
	Inversión diferida	1187,93					
	Capital de trabajo	1646,16					
	Amortización		853,92	998,83	1168,33	1366,59	1598,50
(1-2)	FLUJO ACTUAL	0,00	3157,85	2864,84	2720,31	2387,68	2186,56
	FLUJO ACUMULADO		3157,85	6022,69	8743,00	11130,69	13317,24
FLUJO DE INVERSIONES AJUSTADO (FINANCIERO)							
Nº	DETALLE	PRODUCCIÓN	1	2	3	4	5
		0	1	2	3	4	5
	Inversión real	(12.275,85)	0,00	0,00	0,00	(726,00)	0,00
	Intereses de preoperación	(507,93)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Préstamos	5986,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Flujo ajustado de inversiones	(6.797,62)	-	-	-	(726,00)	-
FLUJO NETO FINANCIERO							
Nº	DETALLE	PRODUCCIÓN	1	2	3	4	5
		0	1	2	3	4	5
	Flujo de inversiones ajustado	(6.797,62)	-	-	-	(726,00)	-
	Flujo actual	0,00	3157,85	2864,84	2720,31	2387,68	2186,56
	Flujo neto	(6.797,62)	3.157,85	2.864,84	2.720,31	1.661,68	2.186,56

Elaborado por: Omar Ponce

5.04 Evaluación financiera

5.04.01 Tasa de descuento

Muestra la tasa mínima aceptable de rendimiento que también se denomina de descuento, esta tasa mínima de descuento es utilizada para el respectivo calculo del VAN.

Tabla 54:

TMAR

TMAR= Tasa Activa + Tasa Pasiva	
CONCEPTO	PORCENTAJE
Tasa activa	8,17%
Tasa pasiva	4,53%
TMAR	12,70%

Elaborado por: Omar Ponce

5.04.02 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

5.04.02.01 Valor Actual Neto (VAN)

Es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (Campo J. I., 2010)

5.04.02.02 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es el porcentaje de interés que se genera sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento determinado dentro de la duración del proyecto de acuerdo a la medida y condiciones, estos deben evaluarse de acuerdo a sus características. (Campo J. I., 2010)

5.04.02.03 Formula VAN

$$VPN = P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = 6.797,62 + (3157.85/(1+0.127)^1) + (2864.84/(1+0.127)^2) + (2720.31/(1+0.127)^3) + (1661.68/(1+0.127)^4) + (2186.56/(1+0.127)^5)$$

$$VAN = 2393.03$$

$$VAN = 6.797,62 + (3157.85/(1+0.2775)^1) + (2864.84/(1+0.2775)^2) + (2720.31/(1+0.2775)^3) + (1661.68/(1+0.2775)^4) + (2186.56/(1+0.2775)^5)$$

$$VAN = 0$$

$$TIR = 27.75\%$$

Análisis.- El valor del van es de \$2393.03 lo que representa que es factible invertir en el presente estudio de factibilidad.

El valor del TIR es de 27.7% lo que representa que este valor del 27.7% del van se hace cero.

5.04.03 Periodo de Recuperación del Capital

Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto.

$$PRC = \frac{I_o}{\sum \text{Flujos Efectivo} / N \text{ años del proyecto}}$$

$$PRC = \frac{13.414,09}{42371.47 / 5}$$

$$PRC = 1.58$$

Análisis.- el tiempo de recuperación de la inversión del presente proyecto será 1 año, 5 meses.

5.04.04 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio determina el nivel de producción y venta mínima que debe generar la microempresa para no tener pérdida ni ganancia pero que aun así se pueda cubrir los costos.

5.04.04.01 Fórmula del punto de equilibrio

DETALLE	
Total costos fijos	8.756,79
Precio unitario	1,43
Costo variable unitario	1.17

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

$$PE = \frac{11872}{0.19} = 62484.21 \text{ Unidades}$$

La cantidad e frutos secos que se debe producir son de **62484.21** para no ganar ni perder

5.04.04.02 Calculo para el punto de equilibrio

5.04.04.02.01 MANZANAS

Tabla 55:
Punto de Equilibrio en Manzanas

Ventas	Costo total	Costo variable	Costo fijo	Producto
0	1978,77	0,00	1978,77	(2.426,11)
395,59	2125,72	146,95	1978,77	-2156,544
791,18	2272,67	293,90	1978,77	-1886,976
1186,77	2419,62	440,85	1978,77	-1617,408
1582,36	2566,57	587,79	1978,77	-1347,84
1977,95	2713,52	734,74	1978,77	-1078,272
2373,53	2860,47	881,69	1978,77	-808,704
2769,12	3007,41	1028,64	1978,77	-539,136
3164,71	3154,36	1175,59	1978,77	-269,568
3560,30	3301,31	1322,54	1978,77	0
3955,89	3448,26	1469,49	1978,77	2696
4351,48	3595,21	1616,44	1978,77	2965,25
4747,07	3742,16	1763,38	1978,77	3234,82
5142,66	3889,11	1910,33	1978,77	3504,38
5538,25	4036,06	2057,28	1978,77	3773,95
5933,84	4183,00	2204,23	1978,77	4043,52
6329,42	4329,95	2351,18	1978,77	4313,09
6725,01	4476,90	2498,13	1978,77	4582,66
7120,60	4623,85	2645,08	1978,77	4852,22
7516,19	4770,80	2792,03	1978,77	5121,79
7911,78	4917,75	2938,97	1978,77	5391,36

Elaborado por: Omar Ponce

5.04.04.02.02 PERAS

Tabla 56:
Punto de Equilibrio en Peras

ventas	costo total	costo variable	costo fijo	producción
0	1978,77407	0	1978,77407	(2.426,11)
582,301009	2288,47543	309,7013669	1978,77407	-2156,544
1164,60202	2598,1768	619,4027337	1978,77407	-1886,976
1746,90303	2907,87817	929,1041006	1978,77407	-1617,408
2329,20404	3217,57953	1238,805467	1978,77407	-1347,84
2911,50505	3527,2809	1548,506834	1978,77407	-1078,272
3493,80606	3836,98227	1858,208201	1978,77407	-808,704
4076,10706	4146,68364	2167,909568	1978,77407	-539,136
4658,40807	4456,385	2477,610935	1978,77407	-269,568
5240,70908	4766,08637	2787,312302	1978,77407	0
5823,01	5075,79	3097,01	1978,77	2696
6405,3111	5385,4891	3406,715036	1978,77407	2965,248
6987,61211	5695,19047	3716,416402	1978,77407	3234,816
7569,91312	6004,89184	4026,117769	1978,77407	3504,384
8152,21413	6314,5932	4335,819136	1978,77407	3773,952
8734,51514	6624,29457	4645,520503	1978,77407	4043,52
9316,81615	6933,99594	4955,22187	1978,77407	4313,088
9899,11716	7243,6973	5264,923237	1978,77407	4582,656
10481,4182	7553,39867	5574,624604	1978,77407	4852,224
11063,7192	7863,10004	5884,32597	1978,77407	5121,792
11646,0202	8172,8014	6194,027337	1978,77407	5391,36

Elaborado por: Omar Ponce

5.04.04.02.03 UVILLAS

Tabla 57:
Punto de Equilibrio en Uvillas

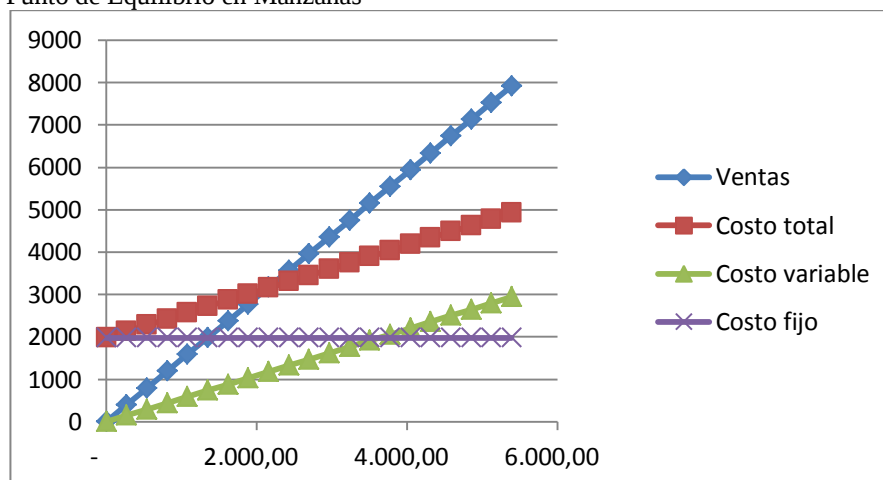
ventas	costo total	costo variable	costo fijo	Producto
0	1978,77	0,00	1978,77	(3.571,20)
2150,61	3824,31	1845,54	1978,77	-3174,4
4301,22	5669,85	3691,07	1978,77	-2777,6
6451,83	7515,38	5536,61	1978,77	-2380,8
8602,44	9360,92	7382,15	1978,77	-1984
10753,05	11206,46	9227,68	1978,77	-1587,2
12903,66	13051,99	11073,22	1978,77	-1190,4
15054,27	14897,53	12918,76	1978,77	-793,6
17204,87	16743,07	14764,29	1978,77	-396,8
19355,48	18588,60	16609,83	1978,77	0
21506,09	20434,14	18455,36	1978,77	3968
23656,70	22279,68	20300,90	1978,77	4364,80
25807,31	24125,21	22146,44	1978,77	4761,60
27957,92	25970,75	23991,97	1978,77	5158,40
30108,53	27816,28	25837,51	1978,77	5555,20
32259,14	29661,82	27683,05	1978,77	5952,00
34409,75	31507,36	29528,58	1978,77	6348,80
36560,36	33352,89	31374,12	1978,77	6745,60
38710,97	35198,43	33219,66	1978,77	7142,40
40861,58	37043,97	35065,19	1978,77	7539,20
43012,19	38889,50	36910,73	1978,77	7936,00

Elaborado por: Omar Ponce

5.04.04.03 Gráfico del punto de equilibrio

5.04.04.03.01 Punto de Equilibrio de Manzanas

Gráfico 31:
Punto de Equilibrio en Manzanas

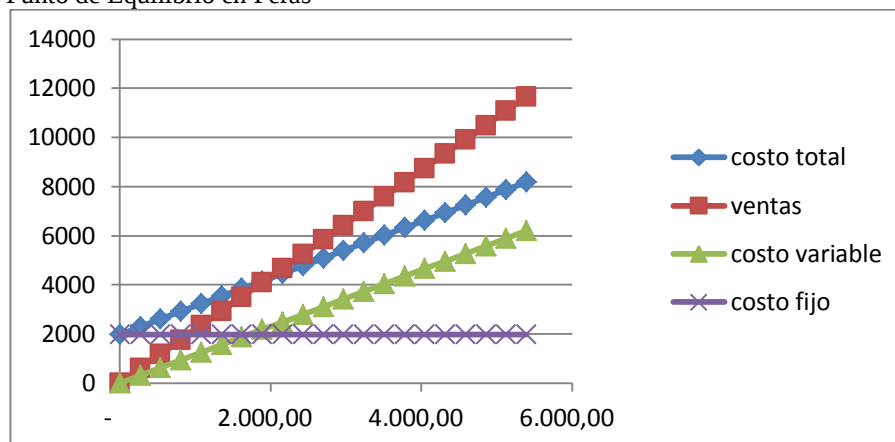


Elaborado por: Omar Ponce

5.04.04.03.02 Punto de Equilibrio de Peras

Grafico 32:

Punto de Equilibrio en Peras

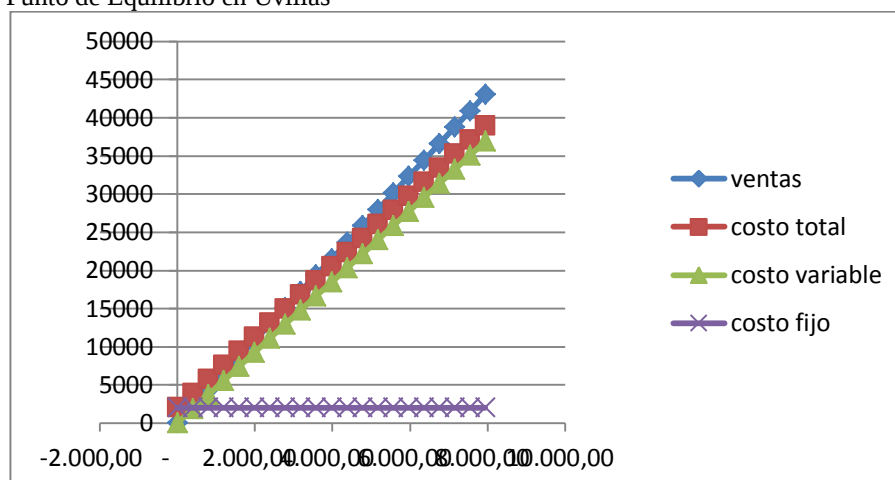


Elaborado por: Omar Ponce

5.04.04.03.03 Punto de Equilibrio de Uvillas

Grafico 33:

Punto de Equilibrio en Uvillas



Elaborado por: Omar Ponce

5.05 Índices financieros

5.05.01 Rentabilidad sobre el patrimonio

ROE= Utilidad Neta/ Patrimonio

ROE= 2054.98/7.427,93

ROE= 0.28

Análisis.- De acuerdo a los análisis realizados se puede observar que la utilidad obtenida sobre el patrimonio es de 0.28 ctvs., esto quiere decir que la empresa por cada dólar que invierta tiene como rentabilidad 0.28 ctvs.

5.05.02 Rentabilidad Sobre Activos

ROA= Utilidad neta/ activos

ROA= 2054.98/13.414,09

ROA= 0.15

Análisis.- de acuerdo a los datos podemos observar que por la utilidad invertida sobre el activo total se cuenta con un 0.15% de rentabilidad para solventar los gastos.

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.01 Impacto Ambiental.

La implementación de una microempresa dedicada al procesamiento y comercialización de frutas deshidratadas tendrá un impacto positivo, ya que a la sociedad ayudara a tener una mejor alimentación, mejorará la calidad de vida del sector.

6.02 Impacto Económico

Una vez realizado los capítulos anteriores se puede observar que los indicadores financieros son positivos, lo cual representa una rentabilidad del proyecto.

La implementación del proyecto se considera de gran importancia por ser un proyecto de inversión que incide directamente en el crecimiento del PIB, en el sector manufacturero, contribuyendo en el crecimiento del sector de Guayllabamba.

6.03 Impacto Productivo.

El presente proyecto tendrá un impacto positivo ya que este producto será comercializado en la parroquia de Guayllabamba, lo cual ayudara a generar mayor aceptación y generara solidez

6.04 Impacto Social.

El presente proyecto pretende contribuir en lo social mediante la generación de fuentes de empleo, de esta manera contrarrestar el desempleo en nuestro país generando un nivel económico el cual permita sustentar a cada familia.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

- La implementación de una microempresa dedicada al procesamiento y comercialización de frutas deshidratadas será una actividad rentable y se constituye en una alternativa económica generando nuevas fuentes de trabajo, disminuyendo el desempleo.
- El monto final para la implementación del presente proyecto es de \$ 13.414,09, el cual el 55.4% corresponde a 7427.93 es propio y el 44.6% corresponde a 5986.16 es financiado mediante un crédito.
- El presente proyecto presenta una rentabilidad, ya que la utilidad obtenida sobre el patrimonio es de 0.35 ctvs., esto quiere decir que la empresa por cada dólar que invierta tiene como rentabilidad 0.35 ctvs.
- Para la implementación del presente proyecto se tomara en cuenta requisitos y obligaciones que están establecidos en el Ecuador, generando así la confianza en el cliente.

7.02 Recomendaciones.

- Estudiar y analizar nuevas técnicas de marketing los cuales permitan generar nuevas estrategias permitiendo a su vez generar oportunidades evitando reducir el impacto de las amenazas.
- Realizar un estudio sistemático a los clientes, los cuales ayuden a descubrir los gustos de la gente, lo que quiere, necesita o cree, lo cual ayudará a determinar la factibilidad del presente proyecto.
- Realizar un fortalecimiento y posicionamiento de la imagen de la marca a través de la estrategia de comunicación basada en medios masivos como radio y prensa, hojas volantes, además buscar realizar convenios con instituciones educativas.

7.03 Net grafía

Emprendedor. (2012). Recuperado el 2014, de www.elemprendedor.ec:

<http://www.elemprendedor.ec/obtener-patente-municipal/>

abydoscorp.com. (s.f.). Recuperado el 2014, de AbydosCorp:

http://abydoscorp.com/index.php?option=com_content&view=article&id=26:codigo-de-trabajo-del-ecuador&catid=3:preguntas&Itemid=7

Arango, L. Á. (2010). <http://www.banrepcultural.org/>. Recuperado el 2014, de Biblioteca Virtual:

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo16.htm>

Arroyo, A. (2011). *Gerencia.com*. Recuperado el 2014, de

<http://www.gerencie.com/>: <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>

Ávila, H. L. (2006). *Enciclopedia Virtual*. Recuperado el 2014, de

www.eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/2e.htm>

B., J. (2011). *es.scribd.com*. Recuperado el 2014, de Scribd:

<http://es.scribd.com/doc/56501945/Tasas-de-interes>

Barragán, A. (2012). *www.pymerang.com*. Recuperado el 2014, de Pymerang,

Tips, guías y herramientas pra el desarrollo.: <http://www.pymerang.com/gestion-y-administracion-de-negocios/marketing/373-el-marketing-mix-las-cuatro-p>

Buebas Tareas. (2011). Recuperado el 2014, de www.buenastareas.com:

[http://www.buenastareas.com/ensayos/Factores-Sociales-Politicos-](http://www.buenastareas.com/ensayos/Factores-Sociales-Politicos-Economicos/4048993.html)

[Economicos/4048993.html](http://www.buenastareas.com/ensayos/Factores-Sociales-Politicos-Economicos/4048993.html)

Campo, J. I. (2010). *Expansión.com*. Recuperado el 2010, de [www.expansion.com: http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html](http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html)

Campo, J. I. (2010). *Expansión.com*. Recuperado el 2014, de [www.expansion.com: http://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-interna-de-retorno-o-rentabilidad-tir.html](http://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-interna-de-retorno-o-rentabilidad-tir.html)

García, A. (2010). *Comisión Federal de Copetencia Económica*. Recuperado el 2014, de www.cfc.gob.mx:
<http://www.cfc.gob.mx/index.php/transparencia/transparencia-focalizada/que-es-la-competencia-economica-y-libre-concurrencia>

gerencia. (2010). *www.gerencie.com*. Recuperado el 2014, de <http://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>

GestioPolis. (2011). Recuperado el 2013, de www.gestiopolis.com:
<http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/no7/tasa%20activa.htm>

Gonzales, A. N. (17 de Septiembre de 2008). *www.elblogsalmon.com*. Recuperado el 2013, de El Blog Salomón, Economía y finanzas en su color natural: <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-inflacion>

grandes ideas. (2011). Recuperado el 2014, de www.juguemos.com:
<http://www.juguemos.com.co/es/nosotros/juguemos/valores-y-principios-corporativos.html>

Index Mundi. (2011). Recuperado el 2014, de www.indexmundi.com:

http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa_de_natalidad.html

J, C. (2009). www.slideshare.net. Recuperado el 2014, de Slide Share:

<http://www.slideshare.net/fcarvajals/estudio-financiero-2114226>

Lawrence, M. (2009). lawrencemz.wordpress.com. Recuperado el 2014, de El Mundo Empresial: <http://lawrencemz.wordpress.com/2009/08/29/una-propuesta-estrategica-innovadora-parte-i/>

Longoria, S. (2011). www.slideshare.net. Recuperado el 2014, de Slideshare:

<http://www.slideshare.net/gabigallardotello/promocion-de-ventas>

Mejia, M. R. (sabado, 29 de Enero de 2011). www.blog.orientaronline.com.

Recuperado el 2013, de Un Blog Para Orientar:

<http://blog.orientaronline.com.ar/?p=752>

Ministerio de Salud Pulica. (2013). Recuperado el 2014, de www.salud.gob.ec:

<http://www.salud.gob.ec/conozca-los-requisitos-y-valores-a-pagar-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento-de-establecimientos-comerciales-y-de-servicios/>

Mizquiz. (2010). www.buenastareas.com. Recuperado el 2014, de Buenas Tareas:

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Princip%C3%ADos-y-Valores-Empresariales/1253647.html>

Mortage, S. (2012). <http://www.realityrealtypr.com/>. Recuperado el 2014, de

Reality Reality: <http://www.realityrealtypr.com/blog/2012/04/%C2%BFque-es-una-tabla-de-amortizacion/>

7.05 Anexos.

Anexo A: Formulario de solicitud de la patente.



**Dirección
Metropolitana
Tributaria**
**Administración
General**

DECLARACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE

Personas Naturales NO obligadas a llevar contabilidad

Quito, de de 20

En cumplimiento a lo que determina el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en sus artículos 546 al 551, la Ordenanza Metropolitana No. 157 sancionada el 23 de diciembre de 2011, que establecen, regulan y reglamentan la declaración y pago del Impuesto de Patente Municipal y la Ordenanza Metropolitana No. 181 sancionada el 23 de febrero de 2012, que regula el sentido de aplicación del cobro del impuesto de Patente Municipal que establecía la Ordenanza Metropolitana No. 135, sancionada el 17 de diciembre de 2004; inscribo y declaro:

Apellidos y Nombres completos del Contribuyente:	Cédula de Identidad
Nombre Comercial	Número de RUC
Dirección Principal	Número de Predio Teléfono
Actividad Económica Principal	Fecha de inicio de actividad
¿Posee establecimiento, local u oficina en la cual realiza su actividad económica? Si No Fecha de apertura	
☐ ☐	
Fecha de Nacimiento	Porcentaje de Discapacidad No. Carnet

ARTESANOS CALIFICADOS

Acuerdo Ministerial No.:	Fecha de Resolución:
I.N.D Artesano No.:	Fecha de Calificación:

SUCURSALES (en el caso de poseer)

Dirección 1:	
Actividad Económica:	
Dirección 2:	
Actividad Económica:	
Dirección 3:	
Actividad Económica:	

Contribuyente	Funcionario Receptor de la Declaración
Nombre:	Nombre:
Cédula:	Cédula:
Firma:	Firma:

Fecha de Inscripción	NÚMERO DE REGISTRO DE COMERCIANTE	
/ /		

Anexo B: Formulario de permiso de funcionamiento

SOLICITUD PARA OBTENER LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS


TIPO DE PROCEDIMIENTO:	Emisión LUAE	Cambio de Actividad Económica
	Renovación LUAE	Cambio de Propietario
	Inclusión Autorización Administrativa	Cambio de dirección del establecimiento

Denominación o Nombre Comercial:	Patente actual No.
RUC No.	Establecimiento No.
Predio No.	Establecimiento: Principal ☐
Actividad Económica:	Establecimiento: Sucursal ☐

PERSONA NATURAL	PERSONA JURÍDICA
Nombre y Apellidos:	Razón Social:
C.C. / Pasaporte:	Nombre y Apellidos del Rep. Legal:
Obligado a llevar contabilidad: SI ☐ NO ☐	No. C.I. o Pasaporte Representante Legal:
PARA ARTESANOS CALIFICADOS:	Fecha de nombramiento del representante legal:
Acuerdo Ministerial No.	No. Resolución Superintendencia de Compañías/Bancos (Si aplica):
Certificación Artesanal No.	Fecha Constitución:
Fecha de expedición:	Fecha Resolución:
	Capital suscrito:

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	
SOMBROS (Factores riesgo)	AMBIENTE
Área del local (m ²): Material que utiliza o almacena: ☐ Madera, papel, ropa, similares ☐ Materiales y objetos explosivos ☐ Líquidos o gases inflamables ☐ Productos almacenados en palets de madera o cartón corrugado. ☐ GLP (Cilindro de gas) No. de 15kg No. de 30kg Total cilindros:	Registro Ambiental No.: ☐ Agricultura: Superficie cultivada m ² ☐ Producción animal: Especie: cantidad ☐ Fierroamiento de aves de corral: Especie: cantidad ☐ Explotación de minas y canchales ☐ Industria ☐ Comercio al por mayor ☐ Comercio al por menor Ingresos totales de la Declaración impositiva anual registrada al SRI: Menor a 520.000 USD Mayor a 520.000 USD
☐ Agencias de viaje ☐ Transporte Turístico ☐ Alojamiento ☐ Alimentos y bebidas Categoría Turística:	☐ Manufacturas / Servicios Especializados ☐ Servicios ☐ Clases de cine ☐ Salones de juegos electrónicos ☐ Salones de billar y billares ☐ Estudios o Coliseos

IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN)	
(Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento). LEYENDA Largo Ancho Altura sobre el nivel de la acera Tipo de material	
Utilización del rótulo Tamaño de la fachada m ² Adosado a la fachada frontal m ² Adosado a la pared medianera m ² Adosado a la pared lateral m ² Local: Propio Arrendado	

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
Parroquia	Calle principal	Numero	Calle secundaria
Edificio	Piso	Oficina / Departamento	Sector o Referencia para ubicación
Teléfono 1	Teléfono 2	e-mail	Numero de su preferencia para visita de inspecciones

DECLARACIÓN JURADA / PETICIÓN DE INSPECCIÓN	CRÓQUIS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO
DECLARO BAJO JURAMENTO, que la información consignada es verídica y corresponde a la realidad, que actúo de buena fe y que: a) cumplo con la Ordenanza 309 sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el régimen administrativo de la LUAE; b) cumplo con las Reglas Técnicas aplicables a la actividad económica para la cual solicito licenciamiento, y que conlleva determinadas en los Anexos siguientes de la Ordenanza: 1 (en materia de compatibilidad y uso de suelos; 2 (en materia de seguridad; 3 (en materia de seguridad y prevención de incendios; 4 (en materia de publicidad exterior "rótulos"; 5 (en materia ambiental, para los casos en que no sea necesaria la Licencia Ambiental); y, 6 (en materia de turismo, para el caso de actividades económicas del sector turístico). Brindaré todas las facilidades necesarias a los órganos de control, funcionarios competentes y entidades colaboradoras, para el ejercicio de las potestades de control, INSPECCIÓN y la verificación del cumplimiento de las Reglas Técnicas y de ser el caso adjuntaré información específica.	Grafique con las mejores referencias posibles la ubicación del establecimiento, identifique calles, avenidas, edificios, etc.

Yo, _____ portador del documento de identificación No. _____, por mis propios derechos (o en legal representación de la persona jurídica identificada líneas arriba) tengo conocimiento: (1) que la LUAE se entiende otorgada dejando a salvo las potestades de la autoridad pública y los derechos de terceros; y, no podrá ser invocada para excluir o disminuir la responsabilidad en que hubiere incurrido en el ejercicio de la actividad económica autorizada; y, (2) que la LUAE podrá ser extinguida en cualquier momento por la Autoridad Administrativa competente, cuando hubiere sido otorgada sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables; por lo cual, en caso de que se demuestre a través de los procedimientos de verificación y control de que he proporcionado información no verídica, la LUAE podrá ser extinguida, de oficio o a petición de parte, independientemente de la imposición de sanciones a que hubiere lugar.

NOTA: La información presentada no podrá tener enmendaduras o corrección alguna.

FIRMA TITULAR LUAE / REPRESENTANTE LEGAL C.C. / PASAPORTE FECHA dd/mm/aaaa	FIRMA RESPONSABLE (SERVIDOR MUNICIPAL) NOMBRE RESPONSABLE (SERVIDOR MUNICIPAL)
--	---

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA"

Anexo C: Muebles y enseres.

<u>Muebles y enseres</u>				
Escritorios	UNIDAD	4	100	400
Mesas	UNIDAD	4	50	200
Sillas	UNIDAD	10	30	300
Archivadores	UNIDAD	2	100	200
Estanterías	UNIDAD	2	70	140
Total muebles y enseres			350	1240

Anexo D: Equipo de computación.

<u>Equipos de computación</u>				
Computadora portátil	UNIDAD	1	700	700
Computadora de mesa	UNIDAD	1	500	500
Total equipos de computación			1200	1200

Anexo E: Capital de trabajo.

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Materia prima	\$ 356,16	\$ 5.000,00
Materiales indirectos	\$ 106,85	\$ 1.500,00
Mano de obra	\$ 1317,47	\$ 15.809,59
TOTAL	\$ 1780,48	\$ 22.309,59

Anexo F: Costos Fijos

Detalle	Valor mensual	Valor anual	Valor total
Materia prima directa	\$ 356,16	\$ 5000	\$ 5356.16
Agua	\$ 133.12	\$ 1597.44	\$ 1730.56
Luz	\$ 184.32	\$ 2211.84	\$ 2396.16
Mano de obra directa	\$ 340	\$ 4080	\$ 4420
Decimo tercer sueldo	\$ 28.33	\$ 339.96	\$ 368.29
Decimo cuarto sueldo	\$ 28.33	\$ 339.96	\$ 368.29
Fondos de reserva	\$ 28.32	\$ 339.84	\$ 368.16