



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

BRINDAR UN PRODUCTO INNOVADOR MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS CON DISEÑOS EN 3D UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015

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

Autora: Llumipanta Flores Vanessa Carolina

Tutor: Ing. Galo Cisneros

Quito, Octubre 2015

---

BRINDAR UN PRODUCTO INNOVADOR MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS CON DISEÑOS EN 3D UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015

## DECLARATORIA

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

---

Vanessa Carolina Llumipanta Flores

CC 1722702873

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Vanessa Carolina Llumipanta Flores alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

Vanessa Carolina Llumipanta Flores

CC: 1722702873

## CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

**Yo, Llumipanta Flores Vanessa Carolina** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No **1722702873** de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“BRINDAR UN PRODUCTO INNOVADOR MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS CON DISEÑOS EN 3D UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

**FIRMA** \_\_\_\_\_

**NOMBRE** \_\_\_\_\_

**CEDULA** \_\_\_\_\_

Quito, a los .....

---

BRINDAR UN PRODUCTO INNOVADOR MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS CON DISEÑOS EN 3D UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015

## AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primeramente a Dios por darme la vida y permitirme llegar hasta donde estoy ahora, ya que hizo realidad mi sueño tan anhelado.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por haber inculcado en mí, conocimientos adquiridos durante mi vida estudiantil.

Doy gracias al Ing. Galo Cisneros, por su valioso aporte profesional y humano brindado para culminar esta carrera.

## DEDICATORIA

Este proyecto que es producto de mi esfuerzo dedico primeramente a Dios por haberme dado sabiduría y fortaleza que necesitaba para seguir en el camino y vencer todos los obstáculos.

A mis padres Fausto Llumipanta y Elena Flores, que son un eje fundamental en mi vida ya que depositaron su confianza en mí, puesto que sin ayuda de ellos no estaría a punto de culminar mis sueños.

A mi esposo Darío Ruiz, por su apoyo incondicional, ya que con su comprensión y sus palabras de aliento me ayudo a culminar mis estudios.

A mi hijo Alejandro Ruiz, quien me dio las fuerzas y ganas para seguir adelante sin importar lo difícil que haya sido el camino.

A mi hermano Diego Llumipanta por su comprensión y apoyo brindado.

## INDICE GENERAL

CAPITULO I.....	1
1.    Introducción .....	1
1.01.    Justificación .....	1
1.02.    Antecedentes .....	3
CAPITULO II.....	5
2.    Análisis Situacional .....	5
2.01.    Ambiente Externo .....	5
2.01.01. Factor Político.....	6
2.01.01.01. Objetivo del Plan Nacional del buen vivir.....	6
2.01.02.    Factor económico.....	6
2.01.02.01. Producto Interno Bruto (PIB).....	7
2.01.02.02. Inflación.....	8
2.01.02.03. Tasa de interés. ....	9
2.01.02.03.01. Tasa activa. ....	9
Tabla N.- 3: .....	9
2.01.02.03.02. Tasa pasiva. ....	10
2.01.03.    Factor social.....	11
2.01.03.01. Desempleo.....	11
2.01.03.02. Población Económicamente Activa .....	12
2.01.04.    Factor Tecnológico .....	13
2.01.04.01. Página web .....	13
2.01.05.    Factor legal .....	14
2.01.05.01. Las condiciones para sacar el RISE: .....	14
<b>2.01.05.02. Los requisitos para sacar el RISE.....</b>	<b>15</b>
2.02.    Ambiente interno .....	17
2.02.01.    Cliente.....	18
2.02.02.    Proveedores .....	19

2.02.03.	Competidores .....	20
2.03.	Análisis Interno .....	21
2.03.01.	Propuesta Estratégica .....	21
2.03.01.01.	Misión .....	21
2.03.01.02.	Visión .....	22
2.03.01.03.	Principios y Valores Organizacionales .....	22
2.03.01.04.	Objetivos .....	23
2.03.01.04.01.	Objetivo General .....	23
2.03.01.04.02.	Objetivos Específicos .....	23
2.03.02.	Gestión Administrativa .....	24
2.03.02.01.	Proceso Administrativo .....	26
2.03.02.01.01.	Planificación .....	26
2.03.02.01.02.	Organización .....	26
2.03.02.01.03.	Dirección .....	27
2.03.02.01.04.	Control .....	27
2.03.03.	Gestión Operativa .....	28
2.03.04.	Gestión comercial .....	28
2.03.04.01.	Producto .....	29
2.03.04.02.	Precio .....	34
2.03.04.03.	Plaza .....	34
2.03.04.04.	Publicidad .....	34
2.03.04.05.	Logotipo .....	39
2.04.	MATRIZ FODA .....	40
CAPITULO III .....		41
3.	Estudio de Mercado .....	41
3.01.	Análisis del Producto .....	42
3.02.	Análisis del consumidor .....	44
3.02.01.	Determinación de la población y muestra .....	44
3.02.02.	Técnicas de Obtención de la Información .....	47
3.02.02.01.	Técnicas de Investigación .....	47
3.02.02.01.01.	Entrevista .....	47

3.02.02.01.02.	Encuesta .....	47
3.02.02.01.03.	La observación.....	47
3.02.02.02.	Análisis de la información .....	47
3.02.02.03.	Formato de la encuesta.....	48
3.02.02.03.01.	Tabulación de la encuesta.....	52
CAPITULO IV .....		61
4.	Estudio Técnico.....	61
4.01.	Tamaño del proyecto .....	61
4.01.01.	Capacidad Instalada.....	62
4.01.02.	Capacidad Óptima .....	63
4.02.	Localización .....	64
4.02.01.	Macro localización.....	64
4.02.02.	Micro localización.....	65
4.02.03.	Localización Óptima .....	66
4.03.	Ingeniería del producto .....	67
4.03.01.	Definición del bien o servicio .....	68
4.03.02.	Distribución de la planta .....	68
4.03.03.	Proceso Productivo.....	70
4.03.04.	Objetivo del tamaño.....	72
CAPITULO V .....		73
5.	Estudio Financiero .....	73
5.01.	Ingresos Operacionales y no Operacionales .....	74
5.02.	Costos .....	74
5.02.01.	Costo Directo.....	75
5.02.02.	Costos Indirectos .....	75
5.02.03.	Gastos Administrativos.....	76
5.02.04.	Costo de Producción.....	77
5.02.05.	Costos Fijos y Variables .....	78
5.03.	Inversión .....	79
5.03.01.	Inversión Fija .....	79
5.03.01.01.	Activos Nominales .....	81



5.03.02.	Capital de Trabajo .....	81
5.03.03.	Amortización del financiamiento .....	82
5.03.04.	Depreciaciones .....	83
5.03.05.	Estado de Situación Inicial.....	83
5.03.06.	Estado de resultados proyectado.....	84
	5.03.07	85
5.04.	Evaluación .....	85
5.04.01.	Tasa de Descuento (TMAR) .....	85
5.04.02.	Valor Actual Neto (VAN).....	86
5.04.03.	Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	87
5.04.04.	Periodo de recuperación de la Inversión (PRI).....	88
5.04.05.	Relación Costo Beneficio (RCB) .....	89
5.04.06.	Punto de Equilibrio .....	90
5.04.07.	Análisis de Índices Financieros .....	91
5.04.07.01.	ROE .....	91
5.04.07.02.	ROA.....	92
5.04.07.03.	Margen Neto .....	93
CAPITULO VI	.....	94
6.	Análisis de impactos .....	94
6.01.	Impacto Ambiental .....	94
6.02.	Impacto Económico.....	95
6.03.	Impacto Productivo .....	95
6.04.	Impacto Social .....	95
CAPITULO VII	.....	96
7.	Conclusiones y Recomendaciones .....	96
7.01.	Conclusiones.....	96
7.02.	Recomendaciones .....	97
Bibliografía	.....	98

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producto Interno Bruto .....	7
Tabla 2 Inflación .....	8
Tabla 3 Tasa Activa .....	9
Tabla 4 Tasa Pasiva .....	10
Tabla 5 Desempleo .....	11
Tabla 6 Precio.....	34
Tabla 7 Matriz Foda.....	40
Tabla 8 ¿Usted consume Gelatina?.....	52
Tabla 9 ¿En qué condición consume gelatina?.....	53
Tabla 10 ¿Con qué frecuencia consume gelatina.....	54
Tabla 11¿Conoce usted postres a base de gelatina con diseños en 3D?.....	55
Tabla 12¿Para qué tipo de evento social usted preferiría adquirir gelatinas con diseños en 3D?.....	56
Tabla 13¿En qué lugar preferiría adquirir el producto?.....	57
Tabla 14¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este producto? .....	58
Tabla 15¿Cuántas gelatinas en 3D estaría dispuesta adquirir al año?.....	59
Tabla 16¿Aceptaría UD. La implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de gelatinas con diseños florales y frutales en 3D ubicada en el sector de Cotocollao?.....	60
Tabla 17 Maquinaria .....	63
Tabla 18 Capacidad Optima .....	63
Tabla 19 Macro localización.....	65
Tabla 20 Localización Optima.....	66
Tabla 21Proceso.....	68
Tabla 22 Distribución de la planta.....	69
Tabla 23 Maquinaria y Equipo.....	72
Tabla 24 Ingresos.....	74
Tabla 25 Mano de Obra Directa.....	75
Tabla 26 Materia Prima directa.....	75
Tabla 27 Costos Indirectos.....	76
Tabla 28 Gastos Administrativos.....	76
Tabla 29 Costos de Producción.....	77
Tabla 30 Costos Fijos... ..	78

Tabla 31 Inversión Fija.....	79
Tabla 32 Capital de trabajo.....	79
Tabla 33 Capital propio y financiado .....	80
Tabla 34 Activos Fijos.....	80
Tabla 35 Activos Nominales.....	81
Tabla 36 Publicidad .....	81
Tabla 37 Constitución .....	81
Tabla 38 Capital de Trabajo .....	82
Tabla 39 Tabla de Amortización.....	82
Tabla 40 Depreciación.....	83
Tabla 41 Estado de Situación Inicial.....	83
Tabla 42 Estado de Resultados.....	84
Tabla 43 Flujo de Caja.....	85
Tabla 44 TMAR .....	85
Tabla 45 Flujo Neto de Efectivo .....	86
Tabla 46 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	88
Tabla 47 RCB.....	89
Tabla 48 Punto de Equilibrio.....	90
Tabla 49 ROE.....	92
Tabla 50 ROA .....	92
Tabla 51 Margen Neto .....	93

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ambiente Externo.....	5
Figura 2 PEA.....	12
Figura 3 Pagina Web.....	14
Figura 4 RISE.....	16
Figura 5 RISE.....	17
Figura 6 Clientes.....	18
Figura 7 Proveedores.....	19
Figura 8 Competidores.....	20
Figura 9 Cronograma Estructural de la empresa.....	24
Figura 10 Organigrama Funcional.....	25
Figura 11 Producto 1.....	30
Figura 12 Producto 2.....	30
Figura 13 Producto 3.....	31
Figura 14 Producto 4.....	31

Figura 15 Producto 5.....	32
Figura 16 Producto 6.....	32
Figura 17 Producto 7.....	33
Figura 18 Producto 8.....	33
Figura 19 Pagina Web.....	36
Figura 20 Tarjetas de Presentación.....	37
Figura 21 Tríptico.....	38
Figura 22 Logotipo.....	39
Figura 23 Grenetina.....	42
Figura 24 Azúcar.....	42
Figura 25 Saborizantes.....	43
Figura 26 Colorantes Vegetales.....	43
Figura 27 Pregunta 1.....	52
Figura 28 Pregunta 2.....	53
Figura 29 Pregunta 3.....	54
Figura 30 Pregunta 4.....	55
Figura 31 Pregunta 5.....	56
Figura 32 Pregunta 6.....	57
Figura 33 Pregunta 7.....	58
Figura 34 Pregunta 8.....	59
Figura 35 Pregunta 9.....	60
Figura 36 Macro Localización.....	65
Figura 37 Micro Localización.....	66
Figura 38 Localización Optima.....	67
Figura 39 Distribución.....	69
Figura 40 Simbología.....	70
Figura 41 Proceso Creación de gelatinas con diseños en 3D.....	71
Figura 42 Grafico Punto de Equilibrio.....	91

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa productora y comercializadora de gelatinas con diseños en 3D ubicada al norte del distrito Metropolitano de Quito.

Este producto consiste en crear gelatinas de diferentes tamaños a base de grenetina y azúcar, la cual será decorada con frutos secos dentro de la gelatina formando diversos diseños en 3D, el producto puede ser mezclado con pastel, crema de leche, merengue, entre otros, según el pedido del cliente.

Dichos productos serán comercializados como postres o para ser usado en un evento especial. Se creó la microempresa con el fin de cubrir demandas insatisfechas, cuyos datos fueron obtenidos mediante el método de investigación utilizado, que en este caso fue la encuesta, dando como resultado gran acogida del producto por parte del consumidor por ser un producto novedoso.

Mediante un estudio, se determinan los clientes potenciales, la competencia, las condiciones a las que la microempresa debe regirse para poder ser constituida, la planta que se necesita y la ubicación del punto de venta.

Además se puede definir un estudio financiero en el cual se detalla la inversión que se necesita para crear la microempresa, se determina los costos y gastos durante el proceso de producción, además indica los ingresos y la utilidad que se va a obtener en los próximos cinco años, también se define que el proyecto es viable mediante la utilización de técnicas de evaluación.

## ABSTRACT

This project aims to conduct a feasibility study for implementation of a micro producer and marketer of gelatin with 3D designs in the north of the Metropolitan District of Quito. This product is to create gels of different sizes based on gelatin and sugar, which will be decorated with nuts into gelatin to form various designs on 3D, the product can be mixed with cake, cream, meringue, etc., according to the request.

These products will be marketed as dessert or for use in a special event.

microenterprise was created in order to address unmet demands, whose data were collected using the research method used, which in this case was the survey, resulting in great acceptance of the product by the consumer to be a new product.

Through a study, potential customers, competitors, the conditions that must be governed microenterprises to be established, the plant is needed and the location of the point of sale are determined.

In addition you can define a financial study in which the investment needed to create detailed microenterprise, costs and expenses during the production process is determined, further it indicates the revenues and income to be obtained in the next five , also it defined that the project is viable by using valuation techniques.

## CAPITULO I

### 1. Introducción

#### 1.01. Justificación

El presente proyecto se dedicará a la producción y comercialización de gelatinas con diseños en 3d que se llevará a cabo con el fin de satisfacer las necesidades del cliente pero a la vez garantizar un producto que ayude a la nutrición de las personas ya que es esencial para llevar una vida saludable, lo que se busca con esta propuesta es darle una combinación al postre que se usa tradicionalmente en una reunión con diseños personalizados a base de gelatina , es decir , brindar productos que vayan acorde a la ocasión, estos se pueden utilizar en ocasiones como: cumpleaños, bautizo, matrimonio, quince años, san Valentín, día de la madre, de acuerdo al evento, estos postres de gelatina van personalizados y rellenos de frutos secos, pasas, crema de leche, chocolate, entre otros.

El proyecto busca implementarse en el mercado para de esta manera ayudar a cubrir las necesidades que se originan en un evento especial o en el día a día, para esto es necesario analizar cuidadosamente aspectos como:

¿A qué mercado se va a dirigir?

¿A qué se va dedicar?

¿Cuál es la competencia?

¿Cuáles son los productos sustitutos?, la tendencia entre otros

Teniendo en cuenta estos factores se tendrá una visión clara de lo que puede ocurrir.

Por otro lado este producto resulta beneficioso para las personas en lo que es su salud, ya que este producto realizado con gelatina es nutritivo para las personas de todas las edades, y es así como se puede obtener un punto a favor de la nueva microempresa que se va a crear.

La microempresa creará planes estratégicos que le ayude a ser reconocida y así poder ingresar en un mercado competitivo; es así como llegará a obtener un crecimiento constante y a generar empleo que conlleve a reducir el desempleo en nuestro país, por lo que ayudara también a contribuir a los nuevos objetivos que el gobierno está planteando y así poder llevar a cabo las estrategias para mejorar el plan del buen vivir.

## 1.02. Antecedentes

La elaboración de gelatina se remonta a tiempos de los egipcios. Además, existen fuentes que documentan que en los banquetes de siglos pasados las especialidades de gelatina, un postre que, además de delicioso, rico y exquisito, cuenta con importantes beneficios y propiedades.

La gelatina es una proteína muy utilizada como gelificante en preparaciones culinarias y al mismo tiempo es ideal para personas que sufran de indigestión, ya que facilita el proceso de la digestión evitando la aparición de digestiones pesadas, y por ende tener un sistema digestivo sano (medicinas, 2001, pág. 378)

Está compuesta por una sustancia llamada gnetina, esta es una sustancia sólida, translúcida, incolora y quebradiza, casi insípida, que es el resultado de un compuesto elaborado con los huesos y pieles animales, principalmente del cerdo y la res el cual, a través de una serie de procedimientos, es separado de la grasa. (Garcés.G K. L., pág. 1)

Con esta propuesta de realizar gelatinas con diseños en 3d lo que se busca es hacer de aquellas fechas especiales un momento inolvidable y dejar en los invitados un bello recuerdo, ya que las gelatinas en tercera dimensión buscan llenar este espacio.

Al realizar este producto innovador se necesitará contar con creatividad y habilidad en las manos , lo cual llevará a satisfacer al cliente logrando obtener momentos gratos, especiales e inolvidables en familias y público en general

creando así ambientes alegres y divertidos, brindando siempre un momento agradable, generando siempre el esfuerzo y dedicación que sean necesarios para este nuevo producto que se ha implementado en el proyecto.

## CAPITULO II

### 2. Análisis Situacional

#### 2.01. Ambiente Externo

Es todo aquello que está fuera de los límites de la empresa o bien como el conjunto de elementos externos a la organización que son relevantes para su actuación. (Navarrete, 2011)

Figura N.- 1 Ambiente Externo



Fuente: Google

### **2.01.01. Factor Político**

El factor político legal se refiere a las normas legales (Leyes, Decretos, Ordenanzas, resoluciones) que estén en vigencia, o que estén en curso en el Congreso, Asambleas, Municipios, gobierno central o local y las Instituciones descentralizadas o Departamentos administrativos. (Avila, 2009)

#### **2.01.01.01. Objetivo del Plan Nacional del buen vivir**

Objetivo 3.- Mejorar la calidad de vida para la población

La Constitución, en el artículo 66, establece “el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios” (Desarrollo, 2013 - 2017)

#### **Análisis**

El objetivo 3 del Plan Nacional del Buen Vivir se relaciona con el proyecto, ya que las gelatinas con diseños en 3D se crearán pensando en la salud y buena alimentación de las personas para poder así mejorar su calidad de vida y contribuir con su buena alimentación.

#### **2.01.02. Factor económico.**

Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas. (Likano07, 2012)

### 2.01.02.01. Producto Interno Bruto (PIB)

Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. Es importante que crezca el PIB porque:

- Indica la competitividad de las empresas. Si la producción de las empresas no crecen a un ritmo mayor, significa que no se está invirtiendo en la creación de nuevas empresas, y por lo tanto, la generación de empleos tampoco crece al ritmo deseado. (Planeta, PIB, 2006)

**Tabla N.- 1: PIB**

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	17.40 %
Noviembre-30-2014	16.70 %
Octubre-31-2014	16.60 %
Septiembre-30-2014	16.50 %
Agosto-31-2014	15.20 %
Julio-31-2014	15.10 %
Junio-30-2014	15.00 %
Mayo-31-2014	13.20 %
Abril-30-2014	12.80 %
Marzo-31-2014	12.80 %
Febrero-28-2014	12.90 %
Enero-31-2014	12.80 %
Diciembre-31-2013	13.70 %
Noviembre-30-2013	13.60 %
Octubre-31-2013	13.30 %
Septiembre-30-2013	13.30 %
Agosto-31-2013	13.90 %
Julio-31-2013	13.90 %
Junio-30-2013	13.90 %
Mayo-31-2013	13.70 %
Abril-30-2013	13.60 %
Marzo-31-2013	13.70 %
Febrero-28-2013	13.60 %
Enero-31-2013	12.10 %

**Fuente:** BCE

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

### Análisis

El PIB ha logrado un incremento en los últimos años, esto quiere decir que las nuevas empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de productos tendrían una oportunidad para implementar su producto en el mercado, ya que es una situación favorable para la comercialización del mismo.

### 2.01.02.02. Inflación.

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. (BCE, 2008)

**Tabla N.- 2: Inflación**

FECHA	VALOR
Mayo-31-2015	0.18 %
Abril-30-2015	0.84 %
Marzo-31-2015	0.41 %
Febrero-28-2015	0.61 %
Enero-31-2015	0.59 %
Diciembre-31-2014	0.11 %
Noviembre-30-2014	0.18 %
Octubre-31-2014	0.20 %
Septiembre-30-2014	0.61 %
Agosto-31-2014	0.21 %
Julio-31-2014	0.40 %
Junio-30-2014	0.10 %
Mayo-31-2014	-0.04 %
Abril-30-2014	0.30 %
Marzo-31-2014	0.70 %
Febrero-28-2014	0.11 %
Enero-31-2014	0.72 %
Diciembre-31-2013	0.20 %
Noviembre-30-2013	0.39 %
Octubre-31-2013	0.41 %
Septiembre-30-2013	0.57 %
Agosto-31-2013	0.17 %
Julio-31-2013	-0.02 %
Junio-30-2013	-0.14 %

**Fuente:** BCE

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

#### **Análisis:**

El porcentaje de la inflación varía, es decir no se mantiene estable, esto se podría considerar como una amenaza para la nueva microempresa que se va a formar ya que si la inflación sube, por ende los precios de los productos tienen que ser elevados, pero esto no es conveniente para la empresa, ya que tendrá que subir precios que no serían satisfactorios para los clientes.

### 2.01.02.03. Tasa de interés.

El porcentaje de capital o principal, que se paga por la utilización de éste en una determinada unidad de tiempo. (Catelotti, 2006)

#### 2.01.02.03.01. Tasa activa.

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. (Ortíz, Gestipolis , 2000)

**Tabla N.- 3: Tasa Activa**

FECHA	VALOR
Junio-30-2015	8.70 %
Mayo-31-2015	8.45 %
Abril-30-2015	8.09 %
Marzo-31-2015	7.31 %
Febrero-28-2015	7.41 %
Enero-31-2015	7.84 %
Diciembre-31-2014	8.19 %
Noviembre-30-2014	8.13 %
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %

Fuente: BCE

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

#### Análisis:

Se puede llegar a la conclusión que sería una de las amenazas para la microempresa que se va a insertar en el mercado ya que el porcentaje de la tasa activa es alto, y

como se puede apreciar en la tabla los porcentajes han permanecido estables y no han variado, esto quiere decir que no es muy probable que baje y por ende ese es el valor que tocará pagar a cualquier institución financiera por el crédito concedido.

### 2.01.02.03.02. Tasa pasiva.

Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen. (Ortíz, Gestipolis , 2000)

Tabla N.- 4: Tasa Pasiva

FECHA	VALOR
Junio-30-2015	5.48 %
Mayo-31-2015	5.51 %
Abril-30-2015	5.39 %
Marzo-31-2015	5.31 %
Febrero-28-2015	5.32 %
Enero-31-2015	5.22 %
Diciembre-31-2014	5.18 %
Noviembre-30-2014	5.07 %
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %

Fuente: BCE

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

## Análisis

La tasa pasiva en los últimos años se ha mantenido estable, esto se puede considerar como una oportunidad para la implementación de la microempresa, ya que el porcentaje que pagan las instituciones financieras es aceptable.

### 2.01.03. Factor social

Se refiere a las actividades, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad. (Santos, 2010)

#### 2.01.03.01. Desempleo.

El desempleo es el ocio involuntario de una persona que desea encontrar trabajo. Una persona se encuentra en situación de desempleo cuando cumple con cuatro condiciones:

- (1) está en edad de trabajar
- (2) no tiene trabajo
- (3) está buscando trabajo
- (4) está disponible para trabajar (XPERTO, 2002)

**Tabla N.- 5: Desempleo**

FECHA	VALOR
Marzo-31-2015	4.39 %
Diciembre-31-2014	3.22 %
Septiembre-30-2014	4.90 %
Junio-30-2014	4.16 %
Marzo-31-2014	4.30 %
Diciembre-31-2013	4.04 %
Septiembre-30-2013	4.66 %
Junio-30-2013	4.44 %
Marzo-31-2013	4.11 %
Diciembre-31-2012	4.43 %
Septiembre-30-2012	3.38 %
Junio-30-2012	4.35 %
Marzo-31-2012	3.67 %
Diciembre-31-2011	4.31 %
Septiembre-30-2011	4.20 %
Junio-30-2011	3.79 %
Marzo-31-2011	5.67 %
Diciembre-31-2010	4.32 %
Septiembre-30-2010	5.77 %
Junio-30-2010	6.65 %
Marzo-31-2010	7.14 %
Diciembre-31-2009	6.12 %
Septiembre-30-2009	6.09 %
Junio-30-2009	5.23 %

Fuente: BCE

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

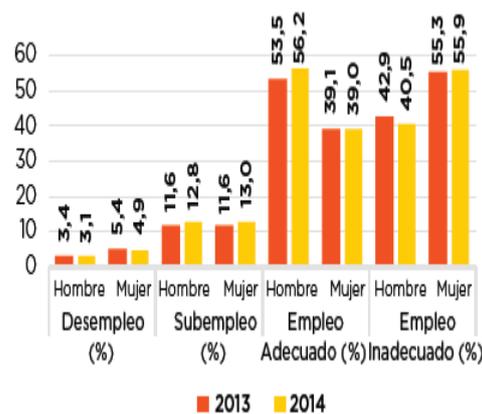
## Análisis

La tasa de desempleo en estos años se ha ido incrementando, por lo que resulta favorable crear e implementar la microempresa en el mercado ya que mediante esta, se podrá generar empleo.

### 2.01.03.02. Población Económicamente Activa

Las personas **económicamente activas** son todas aquellas que, teniendo edad para trabajar (v. Población en edad de trabajar), están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento. (Siise, 2007)

Figura N.- 2: PEA



Fuente: BCE

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

## Análisis

En la actualidad existen personas que no trabajan, o trabajan en algo que no les gusta, para esto es importante implementar nuevas microempresas ya que se

generará empleo a muchas personas que estén desocupadas y así mejorar la vida de las personas.

#### **2.01.04. Factor Tecnológico**

Suma total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer las cosas, sin embargo su principal influencia es sobre cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes o servicios. (Mauro, 2012)

#### **Análisis**

Utilizar tecnología dentro de la empresa es importante ya que permite seguir avanzando día a día en los productos que se realiza, permite también obtener un mejor producto terminado, y al mismo tiempo optimizar recursos.

##### **2.01.04.01. Página web**

La página Web permite acceder de una manera más organizada a la información disponible en Internet, presentando una interfaz amigable con el usuario mediante navegadores como Netscape, Mosaic y Microsoft Internet Explorer (Moya, 2010)

Figura N.- 3: Pagina Web

El placer en la palabra  
**gely pasty** NOSOTROS PRODUCTOS CONTACTOS

Puede contactarse con nosotros a través del siguiente formulario o a los telefonos que figuran abajo.  
Muchas gracias.

Nombre:   
Dirección:   
E-Mail:   
Teléfono:  Celular:   
Comentarios:

Dirección  
Av. Diego Vásquez de Cepeda N63-117 y  
Alberto Bastidas  
Teléfono: 2 533 - 933  
Celular: 0995168380

e-mail:gelypasty@hotmail.com  
web site: www.gelypasty.com

ENVIAR BORRAR

CONTACTOS

**Fuente:** Campos de Investigación  
**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

## Análisis

Para este proyecto se va a implementar tecnología mediante la creación de una página web para una mejor publicidad de la empresa, y al mismo tiempo brindar un mejor servicio al cliente, mediante esta página web los clientes se informarán del producto que brinda la empresa para así poder llegar a ellos.

### 2.01.05. Factor legal

La microempresa GELYPASTY, será creada obteniendo el RISE, ya que este documento presta mayores beneficios, y no trae muchos gastos.

#### 2.01.05.01. Las condiciones para sacar el RISE:

- Ser persona natural



- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año.
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

#### **2.01.05.02. Los requisitos para sacar el RISE**

- Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía
- Presentar el último certificado de votación
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).
- Las personas naturales nacionales o extranjeras que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales a excepción de los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano deben presentar el original y copia del pago de la patente municipal.

Figura N.- 4 RISE

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES**

**NUMERO RUC:** 1722702873001  
**APELLIDOS Y NOMBRES:** LLUMIPANTA FLORES VANESSA CAROLINA  
**NOMBRE COMERCIAL:**  
**CLASE CONTRIBUYENTE:** RISE **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO  
**CALIFICACIÓN ARTESANAL:** **NUMERO:**

**CONTRIBUYENTE EN SUSPENSIÓN TEMPORAL:** No

**FEC. NACIMIENTO:** 05/12/1993 **FEC. ACTUALIZACIÓN:**  
**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 04/05/2015 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:**  
**FEC. INSCRIPCIÓN:** 04/05/2015 **FEC. RESICIO ACTIVIDADES:**

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**  
 ELABORACION DE PASTELES Y PASTELES DE FRUTAS

**DOMICILIO TRIBUTARIO:**  
 Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: CARCELEN Calle: AV. DIEGO DE VASQUEZ Número: 963-1117  
 Intersección: ALBERTO BASTIDAS Referencia: FRENTE A LA PARADA DEL METRO DE COTOCOLLAO Teléfono:  
 025333833 Email: vanecaro\_05@hotmail.es Celular: 0995168380  
**DOMICILIO ESPECIAL:**

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**

\* REGIMEN SIMPLIFICADO

GRUPO	CATEGORIA	RANGO	CUOTA MENSUAL
ACTIVIDADES DE COMERCIO	1	0-5000	1.32
ACTIVIDADES DE MANUFACTURA	1	0-5000	1.32
<b>TOTAL A PAGAR:</b>			<b>2.64</b>

El valor de su cuota final será la sumatoria de todos los grupos de actividades que constan en esta sección. El valor final a pagar podrá ser superior si existe retraso en el pago de sus cuotas, de acuerdo al vencimiento establecido según su noveno dígito del RUC.

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE).

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

**# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:** del 001 al 001

**JURISDICCION:** ZONA 5 PICHINCHA

**ABERTOS:** 1  
**CERRADOS:** 0

**FIRMA DEL CONTRIBUYENTE** **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verídicos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ello se derivan (Art. 27 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC)

**Usuario:** GMMPO50115 **Lugar de emisión:** QUITO AV. LUIS CORONADO **Fecha y hora:** 04/05/2015 08:20:02

Página 1 de 2

Fuente: SRI

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

BRINDAR UN PRODUCTO INNOVADOR MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS CON DISEÑOS EN 3D UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015

Figura N.- 5 RISE



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES**

**SRI**  
La Nueva Manera de Pagar

NUMERO RUC: 1722702873001  
APELLIDOS Y NOMBRES: LLUMIPANTA FLORES VANESSA CAROLINA

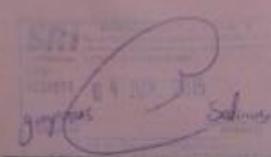
ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

Nº ESTABLECIMIENTO	ESTADO	ABIERTO	MATRIZ	FEC. INICIO ACT.
001				04/06/2015

NOMBRE COMERCIAL: GELYPASTY  
FEC. CIERRE:  
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:  
ELABORACION DE PASTELES Y PASTELES DE FRUTAS  
VENTA AL POR MENOR DE OTROS ALIMENTOS

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:  
Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: CARCELEN Calle: AV. DIEGO DE VASQUEZ Número: 963-117 Intervención:  
ALBERTO BASTIDAS Referencia: FRENTE A LA PARADA DEL METRO DE COTACOLLAO Teléfono Domicilio: 022533933 Email:  
vanncaro\_05@hotmail.es Celular: 0995168380

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE: 

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se derivan (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 3 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC)

Usuario: GMMPO50115 Lugar de emisión: QUITO/AV. LUIS CORDERO Fecha y hora: 04/06/2015 08:20:02

Página 2 de 2

Fuente: SRI

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

## 2.02. Ambiente interno

Grupos o Elementos de Interés Interno, que ejercen influencia directa en las actividades de la organización, y caen dentro del ámbito y responsabilidad de un director o sus gerentes. (Meca, 2005)

---

BRINDAR UN PRODUCTO INNOVADOR MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS CON DISEÑOS EN 3D UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015

## 2.02.01. Cliente

**Figura N.- 6: Clientes**

CLIENTES	UBICACIÓN
Familias en general que tengan gusto en gelatinas con diseños en 3d	COTOCOLLAO
<b>Pastilandia</b>  	AV LA PRENSA
<b>Viveres Margarita</b>	COTOCOLLAO
<b>AKI</b>	COTOCOLLAO

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

### Análisis

El lugar en el que la empresa va a funcionar es en la av. Diego Vásquez y Alberto Bastidas, sector Cotocollao, se ha llegado a la conclusión que los clientes potenciales van a ser:

- Todas las familias en general que tengan gusto por los pasteles hechos con gelatina con diseños en 3d,
- “Pastilandia” quien solo brinda pasteles en general,
- “Viveres Margarita” la cual es una tienda a la que se comercializará el producto.
- AKI, es donde tendrá mayor aceptación el producto.

## 2.02.02. Proveedores

Figura N.- 7: Proveedores

PROVEEDORES	DIRECCION	PRODUCTO QUE OFRECE	
<b>BELLAZUCAR</b>	Av. Rio Coca y Paris	Azúcar Gelatina sin sabor Colorantes Esencias Ácido cítrico	
<b>CASA DEL CHOCOLATE</b>	AV. DEL MAESTRO	Moldes personalizados Grenetina	
<b>EL REFUGIO</b>	Av. La prensa y Zamora	Moldes Colorantes Bases de pastel	
<b>ESTADO</b>		Agua Luz Teléfono	

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

### Análisis

Para la implementación de la empresa es necesario contar con productos de calidad, mediante esta implementación la empresa va a ser reconocida por brindar productos que satisfagan las necesidades de los clientes, es por esta razón que la empresa busca alternativas que permitan obtener productos beneficiosos para la salud de las personas, para eso se cuenta con proveedores reconocidos:

- Bellazucar
- La casa del Chocolate
- El refugio

### 2.02.03. Competidores

Capacidad y disposición para el desempeño y para la interpretación.

Una competencia en educación es: un conjunto de comportamientos sociales, afectivos y habilidades cognoscitivas, psicológicas, sensoriales y motoras que permiten llevar a cabo adecuadamente un papel, un desempeño, una actividad o una tarea. (Chomsky, 2000)

**Figura N.- 8: Competidores**

COMPETENCIA	DIRECCION	PRODUCTOS
Gelatina Mágica	Centro	Gelatinas
GELART	Prensa	Gelatinas

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

### Análisis

La competencia resulta una amenaza para la empresa, ya que la competencia es muy agresiva y son reconocidas en el mercado, para esto la empresa necesitará estrategias que le ayude a ingresar al mercado.

## **2.03. Análisis Interno**

### **2.03.01. Propuesta Estratégica**

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

#### **Análisis**

La propuesta de este proyecto es desarrollar un estudio de factibilidad en el sector de Cotocollao al Norte del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de satisfacer las necesidades de las familias en general, buscando brindar un producto de calidad cubriendo los gustos de los clientes.

#### **2.03.01.01. Misión**

La misión "define la razón de ser de la empresa, condiciona sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas". (Gonzales, 2010)

#### **Análisis**

La empresa "GELYPASTY" especializada en la producción y comercialización de gelatinas con diseños en 3d, tiene la finalidad de ofrecer a sus clientes productos con diseños florales y frutales elaborados a mano con altos estándares de calidad

buscando satisfacer las necesidades y los gustos de cada cliente con el fin de lograr en ellos una vida saludable.

### **2.03.01.02. Visión**

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

### **Análisis**

Para el año 2018 la empresa "GELYPASTY" espera alcanzar el reconocimiento a nivel local en la producción y comercialización de gelatinas con diseños en 3D brindando producto de calidad manteniendo siempre un servicio de excelencia.

### **2.03.01.03. Principios y Valores Organizacionales**

#### **Compromiso**

El compromiso que la microempresa promete, es hacer cumplir con las funciones y responsabilidades de todos y cada uno de los integrantes de la empresa.

#### **Eficacia**

La empresa se centrará en realizar el producto en el momento preciso para de esta manera lograr los objetivos propuestos.

#### **Puntualidad**

Entregar los productos a tiempo para así poder ganarse la confianza de los clientes.

#### **2.03.01.04. Objetivos**

Un objetivo es el fin último al que se dirige una acción u operación. Es el Resultado o sumatoria de una serie de metas y procesos. (Orozco, Definición de Objetivo , 2014)

##### **2.03.01.04.01. Objetivo General**

Determinar la factibilidad y el nivel de aceptación para la implementación de una microempresa productora y comercializadora de gelatinas en 3D con el fin de satisfacer las necesidades y gustos de cada cliente, buscando fomentar la buena alimentación para mejorar la salud de las personas en la parroquia de Cotocollao al norte del Distrito Metropolitano de Quito.

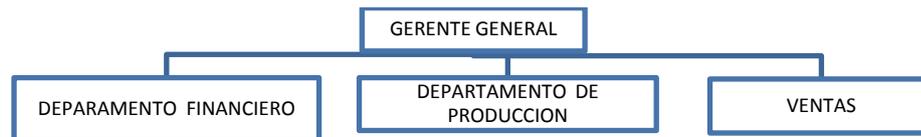
##### **2.03.01.04.02. Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado que permita definir el nivel de aceptación de la empresa productora y comercializadora de gelatinas con diseños en 3D en la parroquia de Cotocollao.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la inversión que se requiere para la implementación de la empresa
- Determinar la parte financiera que permita establecer la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

### 2.03.02. Gestión Administrativa

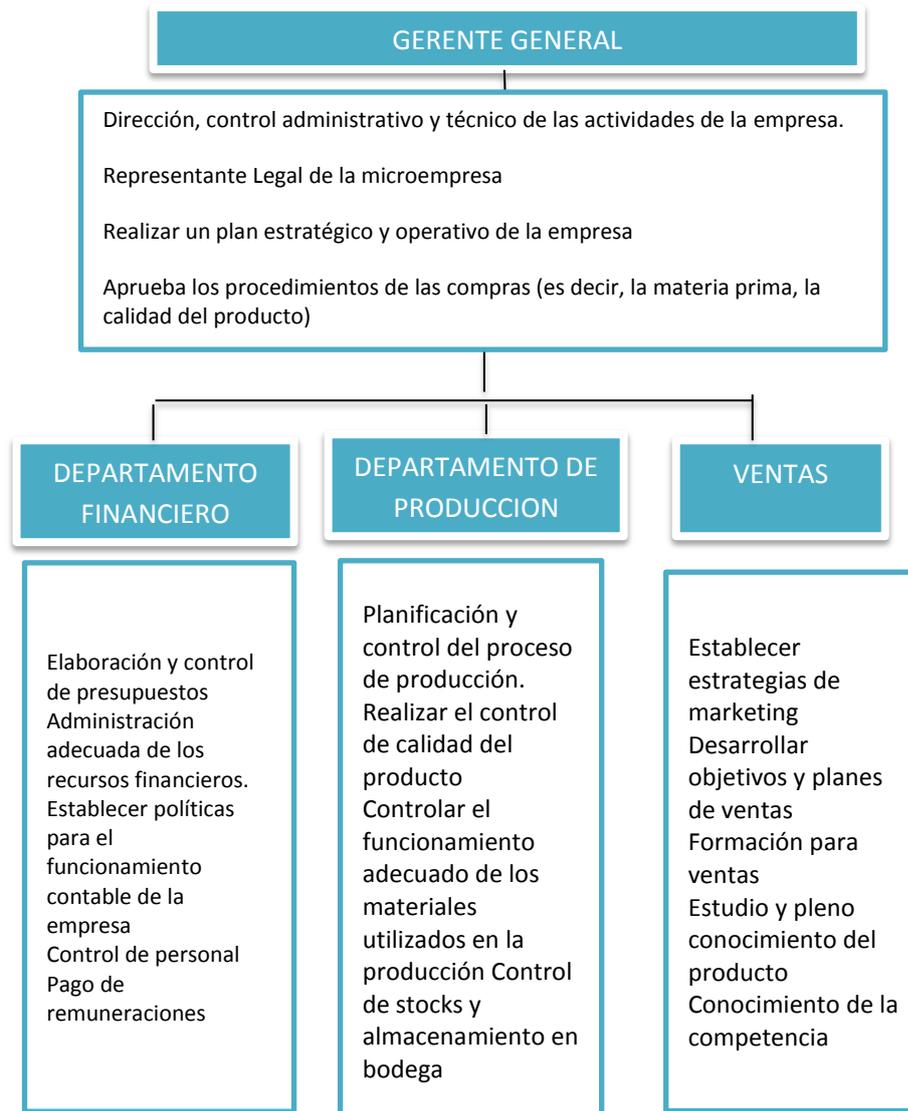
Funciona en base a la determinación y la satisfacción de muchos de los objetivos en los aspectos políticos, sociales y económicos que reposan en la competencia que posea el administrador. (Thompson, 2005)

**Figura N.- 9: Cronograma Estructural de la Empresa**



**Fuente:** Análisis Administrativo  
**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

**Figura N.- 10: Organigrama funcional**



**Fuente:** Funciones

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

### **2.03.02.01. Proceso Administrativo**

Es la herramienta que se aplica en las organizaciones para el logro de sus objetivos y satisfacer sus necesidades lucrativas y sociales. (Hurtado, 2008)

#### **Análisis**

El proceso administrativo sirve como apoyo para la empresa, ya que es un proceso que permite cumplir con lo establecido mediante fases a seguir, para así poder cumplir los objetivos propuestos.

#### **2.03.02.01.01. Planificación**

Consiste en saber qué se va a hacer por anticipado, cuál va a ser la dirección que se va a tomar para alcanzar los objetivos de la manera más eficiente. ¿Qué se desea conseguir (objetivos)? ¿Qué se va a hacer para alcanzarlo? ¿Quién y cuándo lo va a hacer? ¿Cómo lo va a hacer (recursos)? La planeación trata de crear un futuro deseado. (Cenzo, 2008)

#### **Análisis**

Esta etapa permite planificar lo que se va a realizar en el transcurso del tiempo, así como también permite mirar hacia el futuro para de esta manera llevar a cabo la microempresa sin ninguna dificultad.

#### **2.03.02.01.02. Organización**

La organización es un sistema que permite una utilización equilibrada de los recursos cuyo fin es establecer una relación entre el trabajo y el personal que lo debe ejecutar. (Roman Perez, 2009)

## **Análisis**

Esta etapa ayuda a obtener los recursos necesarios dentro de la empresa para poder así mejorar la distribución de los recursos, y no llegar a obtener desperdicios, aquí se determina la actividad que cada integrante de la empresa va a realizar.

### **2.03.02.01.03. Dirección**

La dirección es la función que trata, a través de la influencia interpersonal, de lograr que todos los involucrados en la organización contribuyan al logro de sus objetivos. Se ejerce a través de tres subfunciones: el liderazgo, la motivación y la comunicación. (Finch, 2008)

## **Análisis**

Aquí se trata de lograr los objetivos, siempre buscando motivar a los empleados, y a la misma vez que exista un buen ambiente laboral, para esto es necesario tener una buena dirección ya que permita que todos los integrantes contribuyan en algo para lograr lo propuesto.

### **2.03.02.01.04. Control**

Es la actividad de seguimiento encaminada a corregir las desviaciones que puedan darse respecto a los objetivos. (Alegre, 2008)

## **Análisis**

Esta etapa se encarga de controlar todo lo que pasa dentro de la empresa, para que así no se dé ninguna desviación y ningún desequilibrio con lo requerido dentro de ella.

### **2.03.03. Gestión Operativa**

Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. (Díaz, 2007)

## **Análisis**

La gestión Operativa dentro de la empresa ocupa un rol muy importante ya que es el que permite realizar cambios necesarios siempre y cuando mejore la realidad de la empresa.

### **2.03.04. Gestión comercial**

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

- El estudio del ambiente externo y de las capacidades de la propia organización con el fin de alcanzar las previsiones de ventas a fin de determinar las principales amenaza y oportunidades que se presentan a la organización y a fin de determinar sus fortalezas y debilidades.

- La gestión de la fuerza de ventas, incluyendo su tamaño y la configuración de la estructuración (Nunes, 2012)

## **Análisis**

Esta gestión Comercial es la que se encarga de llevar a cabo una buen marketing para de esta manera mejorar el servicio al cliente, la atención eficaz, ofertas, entre otras.

### **2.03.04.01. Producto**

La microempresa "GELYPASTY" brindará un producto innovador, el cual se trata de gelatinas con diseños florales y frutales en 3D, estas gelatinas se van a realizar de acuerdo a la ocasión y según el pedido del cliente, las gelatinas con diseños en 3D tendrán distintas formas, colores, y sabores, es decir este producto se ajusta al gusto de cada cliente.

Las gelatinas serán mezcladas con pastel, crema de leche, merengue, entre otras, la cual le dará un sabor agradable que el cliente pueda deleitar.

**Figura N.- 11: Producto 1**

**Fuente:** Vanessa Llumipanta

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

El presente producto 1 es una gelatina mediana rellena de frutas, formando diseños en 3D, y a la vez es combinada con crema de leche.

**Figura N.- 12 Producto 2**

**Fuente:** Vanessa Llumipanta

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

Este producto es una gelatina mediana con trozos de frutos secos, mezclada con esencia de vainilla y la base con crema de leche.

**Figura N.- 13 Producto 3**



**Fuente: Vanessa Llumipanta**  
**Elaborado por: Vanessa Llumipanta**

Este producto es un postre pequeño relleno de duraznos y fresas, con esencia de vainilla, y la base de crema de leche.

**Figura N.- 14 Producto 4**



**Fuente: Vanessa Llumipanta**  
**Elaborado por: Vanessa Llumipanta**

El siguiente producto es un pastel grande, relleno con frutos secos y es inyectable, con diseño personalizado, y la base es de pastel.

**Figura N.- 15 Producto 5**



**Fuente: Vanessa Llumipanta**  
**Elaborado por: Vanessa Llumipanta**

Este es un producto mediano con diseños florales en 3D, con esencia de chocolate y las figuras son con crema de leche.

**Figura N.- 16 Producto 6**



**Fuente: Vanessa Llumipanta**  
**Elaborado por: Vanessa Llumipanta**

Este producto es grande relleno con trozos de fruto seco, combinado con pastel y crema de chantilly, utilizado para un evento especial.

**Figura N.- 17 Producto 7**



**Fuente: Vanessa Llumipanta**  
**Elaborado por: Vanessa Llumipanta**

Es así como se exhiben los productos realizados, estos son gelatinas grandes con crema de leche, en una base de tres pisos

**Figura N.- 18 Producto 8**



**Fuente: Vanessa Llumipanta**  
**Elaborado por: Vanessa Llumipanta**

Se puede observar el producto final, la estructura se puede alquilar, si el cliente lo desea, viene con luces artificiales incluidas.

### 2.03.04.02. Precio

Es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio". (Kotler, 2006)

Tabla N.- 6: Precio

TAMAÑO	PVP
Gelatinas pequeñas	8,00
Gelatinas medianas	12,00
Gelatinas Grandes	17,00

Fuente: Vanessa Llumipanta  
Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### 2.03.04.03. Plaza

Una empresa debe definir bien a través de qué canales de distribución va a llegar al mercado. Los canales son diversos, y ello dependerá por un lado de tu tipo de producto, y por otro, de cómo quieres llegar a tu mercado.

#### Análisis

La microempresa "GELYPASTY" brindará a los clientes servicios a domicilio como también el pedido se lo realizará a tiempo para así poder ganarse la confianza y al mismo tiempo la aceptación en el mercado

### 2.03.04.04. Publicidad

La publicidad es una técnica de promoción o comunicación que consiste en dar a conocer, informar y hacer recordar un producto o servicio al público, así como en persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso, a través del uso de una comunicación y

medios impersonales, es decir, a través de una comunicación y medios que van dirigidos a varias personas a la vez. (K., Crece Negocios , 2013)

### **Análisis**

La microempresa "GELYPASTY" realizará publicidad en distintas formas como son:

Dar a conocer a la empresa mediante página web, ya que ésta página permitirá llegar a los clientes de manera más eficiente.

Figura N.- 19: Pagina Web



Fuente: Vanessa Llumipanta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

Otra de las estrategias que utilizará la microempresa es repartir tarjetas de presentación para de esta manera dar a conocer a la microempresa, esta estrategia será utilizada para seguir creciendo en el conocimiento ante todas las personas.

**Figura N.- 20: Tarjetas de Presentación**



**Fuente:** Vanessa Llumipanta  
**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

Una estrategia dentro de la empresa es distribuir trípticos para poder así captar muchos más clientes.

Figura N.- 21: Tríptico

### Sabores

Contamos con una infinidad de diseños con variedad en colores y sabores: Piña, Vainilla, Banano, Mandarina

### Colores

Son de acuerdo a la ocasión: Se realiza gelatinas para Bautizos, Matrimonios, San Valentin, Cumpleaños, Aniversarios, etc

Gelatinas con:

**Diseño**

en:

**3D**

### Misión

La empresa "GELYPASTY" especializada en la producción y comercialización de gelatinas con diseños en 3D, tiene la finalidad de ofrecer a sus clientes productos con diseños florales y frutales elaborados a mano con altos estándares de calidad buscando satisfacer las necesidades y los gustos de cada cliente con el fin de lograr en ellos una vida saludable.

### Visión

Para el año 2018 la empresa "GELYPASTY" espera alcanzar el reconocimiento a nivel local en la producción y comercialización de gelatinas con diseños en 3D brindando producto de calidad manteniendo siempre un servicio de excelencia.

### Ingredientes

- Agua fría
- Agua caliente
- Gelatina sin sabor
- Azúcar blanca
- Ácido cítrico, es un potenciador para los sabores tropicales
- Esencia.

Fuente: Vanessa Llumipanta  
Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### 2.03.04.05. Logotipo

Un diseño gráfico que es utilizado como una continuación del símbolo por una compañía, organización o marca, y es a menudo, la forma de una adaptación del nombre de la compañía o de la marca, o es utilizado conjuntamente con el nombre.

(Thompson I. , Promonegocios , 2006)

Figura N.- 22: Logotipo



**Fuente:** Vanessa Llumipanta  
**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

El logotipo que la microempresa creó, es un postre de gelatina con el nombre de la empresa "GELYPASTY", y el slogan con el que se identifica, "El placer en tu paladar"

Los colores que se usaron son:

**Rojo:** Se escogió el rojo porque significa aventura, peligro, fuerza y vigor, es con este color que se identifica la microempresa.

**Negro:** Se realizó con negro ya que este significa Autoridad, seriedad, formalidad.

## 2.04. MATRIZ FODA

La matriz FODA es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. (Espinosa, 2012)

**Tabla N.- 7: Matriz Foda**

<p style="text-align: center;"><b><u>FORTALEZAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nueva imagen de la gelatina</li> <li>➤ Precio accesible a cualquier edad</li> <li>➤ El mercado al que está dirigido es variable desde niños hasta personas de tercera edad.</li> <li>➤ Personal continuamente capacitado.</li> <li>➤ Se utilizará nuevos ingredientes saludables como son las frutas.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>OPORTUNIDADES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nuevo producto, con sabores naturales, imágenes novedosas, creativas y tener un mercado variable</li> <li>➤ Cuando se logre posicionar el producto se disfrutará de las beneficios económicos en los que se van a traducir la producción.</li> <li>➤ Nueva imagen de la gelatina</li> <li>➤ Precio accesible a cualquier edad</li> <li>➤ Personal continuamente capacitado.</li> <li>➤ Se utilizará nuevos ingredientes saludables como son las frutas.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b><u>DEBILIDADES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Competencia Eficiente</li> <li>➤ Demasiada demanda insatisfecha</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>AMENAZAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realidad Nacional</li> <li>➤ Inestabilidad Económica</li> <li>➤ Empresas Competitivas</li> </ul>

**Fuente:** FODA

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

## CAPITULO III

### 3. Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. (Shujel, 2008)

#### Análisis

El objetivo que se quiere alcanzar mediante un estudio de mercado se basa en identificar la cantidad de demandantes que existe en el mercado en cuanto al consumo de gelatinas, para de esta manera analizar las posibles estrategias que ayuden a introducir una nueva marca de gelatina en el mercado local.

El objetivo que "GELYPASTY" persigue con la creación de gelatinas con diseños en 3D es brindar al cliente satisfacción en cuanto a sus gustos, ayudando también a mejorar la calidad de alimentación y cuidar su salud.

### 3.01. Análisis del Producto

La gelatina con diseños en 3D es un producto que se caracteriza por aportar nutrientes beneficiosos los cuales ayudan a no perjudicar la salud de las personas, en especial a aquellas personas que sufren de problemas digestivos como la gastritis y los cólicos.

Para la producción de la gelatina se utilizará:

- ✓ **Grenetina:** Este ingrediente es el más importante dentro del proceso de producción ya que se encarga de hacer que la gelatina se cuaje.

**Figura N.- 23 Grenetina**



**Fuente:** Repostería  
**Elaborado por:** Insumos Repostería

- ✓ **Azúcar:** Utilizada para endulzar a la gelatina.

**Figura N.- 24 Azúcar**



**Fuente:** Repostería  
**Elaborado por:** Insumos Repostería

- ✓ Saborizantes: este ingrediente se usará para dar el sabor que se requiera a la gelatina

Figura N.- 25 Saborizantes



Fuente: Repostería  
Elaborado por: Insumos Repostería

- ✓ Colorantes vegetales : para una mejor presentación se utilizará colorantes que se encargan de dar realce a la gelatina

Figura N.- 26 Colorantes Vegetales



Fuente: Repostería  
Elaborado por: Insumos Repostería

Para los diseños que estarán en el centro de la gelatina se utilizará frutos como:

- ✓ Frutilla
- ✓ Uva
- ✓ Uvilla
- ✓ Pera
- ✓ Manzana
- ✓ Durazno

O también para inyectar diseños florales en 3D, se utilizará la conocida como crema de leche mezclada con colorantes que ayudarán a diversificar los colores.

### **3.02. Análisis del consumidor**

El proyecto está enfocado a la población de clase media, ya que lo que buscan es satisfacer los gustos que en pocas ocasiones se ofrecen, es por eso que se ha pensado en este producto, ya que las personas a las que se enfoca este proyecto buscan cambiar de postre en su evento especial o en la rutina diaria, y a la vez son personas que desean cuidar su salud, y tener una mejor calidad de vida.

#### **3.02.01. Determinación de la población y muestra**

##### **Población**

Se denomina población a la suma de personas que conviven dentro de un pueblo, provincia, país, u otra área geográfica, y poseen comúnmente, características en común. También se dice "población" a la acción o acto de poblar (Admin, 2009)

En este proyecto se ha tomado en cuenta la población económicamente activa de la parroquia de Cotocollao para determinar el número de familias que existen el cual es de 4118 familias, ya que este será el segmento al quien estará dirigido el producto.

### **Muestra**

Una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia. (Cadenas, 2000)

### **FÓRMULA**

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

### **DONDE:**

N= Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

P= Probabilidad de ocurrencia (éxito)

Q= Probabilidad de no ocurrencia (fracaso)

Z= Nivel de confianza

E= Margen de error (5%)

## DATOS

N= 7783,25

P= 50%

Q= 50%

Z= 1,96

e= 5%

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(4118)}{(0,05)^2(4117,75 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{3954,93}{11,25}$$

n= 351,55    n  $\square$  352

La fórmula que se utilizó en el proyecto da como resultado un total de 352, las cuales indican al número de familias que se debe realizar las encuestas en el sector de Cotacollao, para así mediante estas encuestas poder acercarse a datos reales sobre la necesidad o acogida del nuevo producto que se va a implementar.

### **3.02.02. Técnicas de Obtención de la Información**

Para realizar el proyecto el investigador determina las fuentes de información de los que se obtendrán los datos para realizar el estudio.

#### **3.02.02.01. Técnicas de Investigación**

##### **3.02.02.01.01. Entrevista**

Es una forma de comunicación interpersonal que tiene por objeto proporcionar o recibir información, y en virtud de las cuales se toman determinadas decisiones (Galicía A. , 2000)

##### **3.02.02.01.02. Encuesta**

Son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo. (Vasquez, 2010)

##### **3.02.02.01.03. La observación**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. (Orozco, SlideShare , 2013)

#### **3.02.02.02. Análisis de la información**

En el presente proyecto, la técnica de investigación que se implementará es el de la encuesta, ya que este método es de fácil comprensión ya que permite una

tabulación eficaz en las preguntas realizadas para analizar los gustos y necesidades de las personas.

### 3.02.02.03. Formato de la encuesta

#### ENCUESTA

Mi nombre es Vanessa Llumipanta, soy estudiante del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, y me encuentro realizando mi trabajo de grado para la obtención de mi título, para lo cual solicito su colaboración respondiendo el siguiente cuestionario, cuya información será confidencial.

<b>Género:</b>	Masculino <input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>	
<b>Edad:</b>	18 a 23 años <input type="checkbox"/>	24 a 30 años <input type="checkbox"/>	30 o mas <input type="checkbox"/>
<b>Ocupación:</b>	Empleado Privado <input type="checkbox"/>	Empleado Publico <input type="checkbox"/>	Trabajador independiente <input type="checkbox"/>
<b>Nivel de ingreso</b>	354 – 500 <input type="checkbox"/>	501 – 750 <input type="checkbox"/>	751 o mas <input type="checkbox"/>

**Instructivo:** Señale con una X únicamente la respuesta que usted considere la más apegada a sus necesidades.

1.- ¿Usted consume gelatina?

SI

NO

2.- ¿En qué condición consume gelatina?

Líquido

Sólido

Cuajado

Postres

3.- ¿Con qué frecuencia consume gelatina?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

Ocasional

4.- ¿Conoce usted postres a base de gelatina con diseños en 3D?

SI

NO

5.- ¿Para qué tipo de evento social usted preferiría adquirir gelatinas en 3D?

Aniversario

Cumpleaños

San Valentín

En cualquier ocasión

6.- ¿En qué lugar preferiría adquirir el producto?

Supermercados

Micro mercado

Pastelería

Despensas

7.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este producto?

PEQUEÑA		MEDIANA		GRANDE	
PRECIO	OPCION	PRECIO	OPCION	PRECIO	OPCION
4 a 8		8 a 12		12 a 17	

8.- ¿Cuántas gelatinas en 3D estaría dispuesta adquirir al año?

PEQUEÑA		MEDIANA		GRANDE	
CANTIDAD	OPCION	CANTIDAD	OPCION	CANTIDAD	OPCION
1 - 10		1 - 5		1 - 3	
10 - 20		5 - 10		3 - 6	
20 - 30		10 - 15		6 - 9	
30 - o mas		15 - o mas		9 - o mas	

9.- ¿Aceptaría UD. La implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de gelatinas con diseños florales y frutales en 3D en sector de Cotocollao?

SI

NO

### 3.02.02.03.01. Tabulación de la encuesta

Tabla N.- 8: Pregunta 1; ¿Usted consume gelatina?

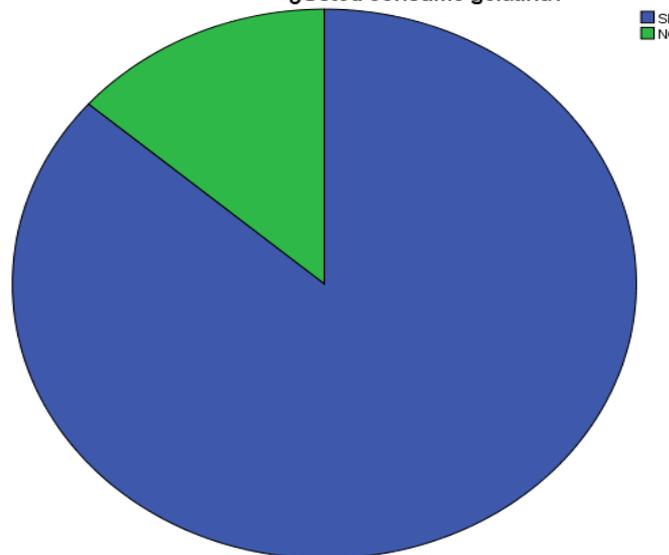
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	304	86,4	86,4	86,4
	NO	48	13,6	13,6	100,0
	Total	352	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

Figura N.- 27: Pregunta 1

¿Usted consume gelatina?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### Análisis

Luego de tabular la primera pregunta se puede notar que el 86,40 de las personas a las que se realizó la encuesta, si consumen gelatina, ya que presenta una oportunidad para la microempresa.

**Tabla N.- 9: Pregunta 2 ¿En qué condición consume gelatina?**

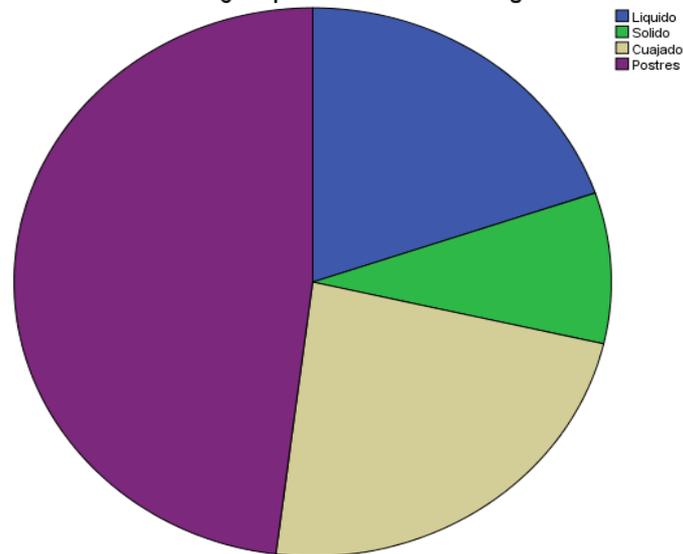
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Líquido	60	17,0	19,7	19,7
	Sólido	27	7,7	8,9	28,6
	Cuajado	71	20,2	23,4	52,0
	Postres	146	41,5	48,0	100,0
	Total	304	86,4	100,0	
Perdidos	Sistema	48	13,6		
Total		352	100,0		

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

**Figura N.- 28: Pregunta 2**

¿En qué condición consume gelatina?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### Análisis

Según la tabulación el 41,50% de las personas consume gelatina en postres, es por lo que la empresa cuenta con una fortaleza para la comercialización del producto.

**Tabla N.- 10: Pregunta 3 ¿Con que frecuencia consume gelatina?**

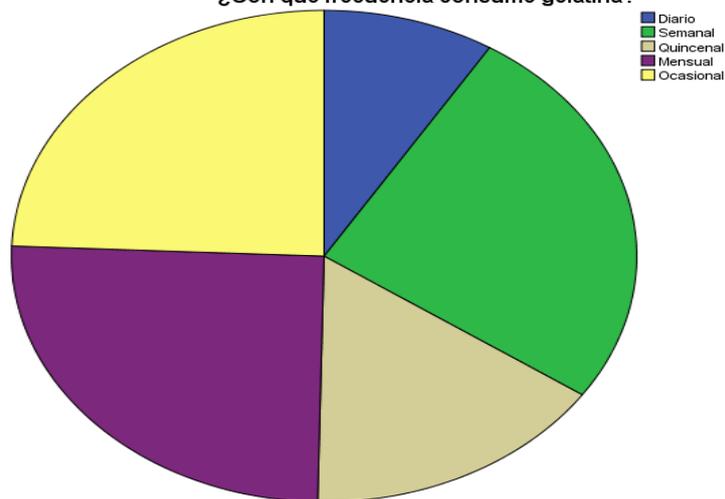
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diario	27	7,7	8,9	8,9
	Semanal	78	22,2	25,7	34,5
	Quincenal	48	13,6	15,8	50,3
	Mensual	77	21,9	25,3	75,7
	Ocasional	74	21,0	24,3	100,0
	Total	304	86,4	100,0	
Perdidos	Sistema	48	13,6		
Total		352	100,0		

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

**Figura N.- 29: Pregunta 3**

¿Con que frecuencia consume gelatina?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### Análisis

En esta pregunta se puede constatar que la mayoría de las personas consumen postres de gelatina una vez a la semana, lo que produce una mejora en la situación de la microempresa.

**Tabla N.-11: Pregunta 4 ¿Conoce usted postres a base de gelatina con diseños en 3D?**

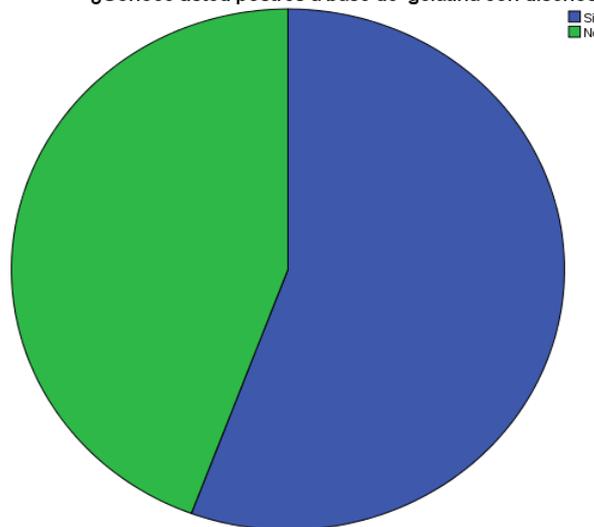
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	196	55,7	55,7	55,7
	No	156	44,3	44,3	100,0
	Total	352	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

**Figura N.- 30: Pregunta 4**

¿Conoce usted postres a base de gelatina con diseños en 3D?



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

### Análisis

En esta pregunta se nota que existen personas que si conocen el producto pro también existen las que no lo conocen, pero que les gustaría conocer, la microempresa debe realizar publicidad para llegar a ser reconocida por el producto ofertante.

**Tabla N.- 12: Preguntan5 ¿Para qué tipo de evento social usted preferiría adquirir gelatinas con diseños en 3D?**

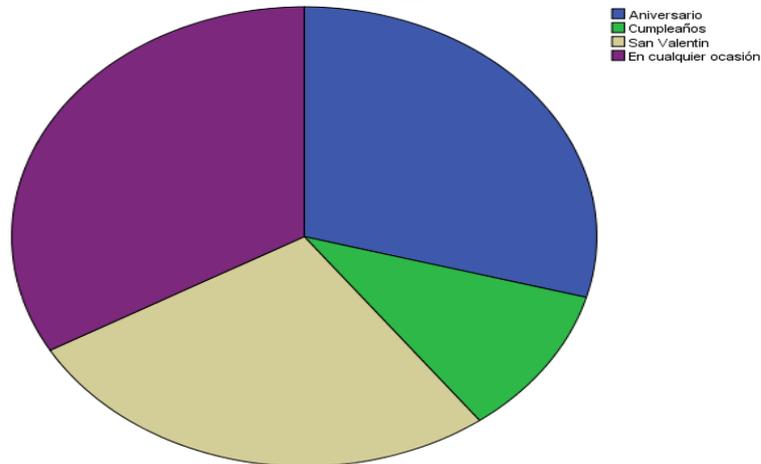
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Aniversario	103	29,3	29,3	29,3
Cumpleaños	37	10,5	10,5	39,8
San Valentín	95	27,0	27,0	66,8
En cualquier ocasión	117	33,2	33,2	100,0
Total	352	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

**Figura N.- 31: Pregunta 5**

¿Para qué tipo de evento social usted preferiría adquirir gelatinas con diseños en 3D?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### Análisis

En el proceso de las encuestas se llegó a la conclusión de que a las personas les llama la atención el producto ofertante ya que la mayoría contestó que lo regalaría en cualquier ocasión que se presente, por su diseño y su elegancia.

**Tabla N.- 13: Pregunta 6 ¿En qué lugar preferiría adquirir el producto?**

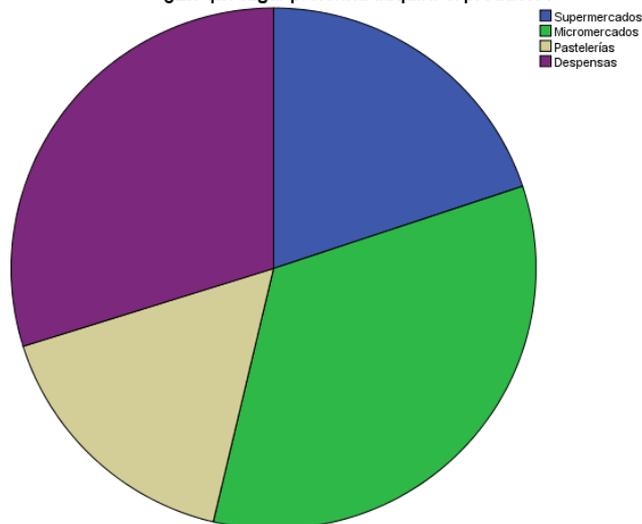
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Supermercados	70	19,9	19,9	19,9
	Micro mercados	119	33,8	33,8	53,7
	Pastelerías	58	16,5	16,5	70,2
	Despensas	105	29,8	29,8	100,0
	Total	352	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

**Figura N.- 32: Pregunta 6**

¿En qué lugar preferiría adquirir el producto?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### Análisis

Las personas preferirían encontrar el producto en el micro mercado, es por eso que la microempresa trabajará en comercializar el producto en diferentes micros mercados, y supermercados

**Tabla N.- 14: Pregunta 7 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este producto?**

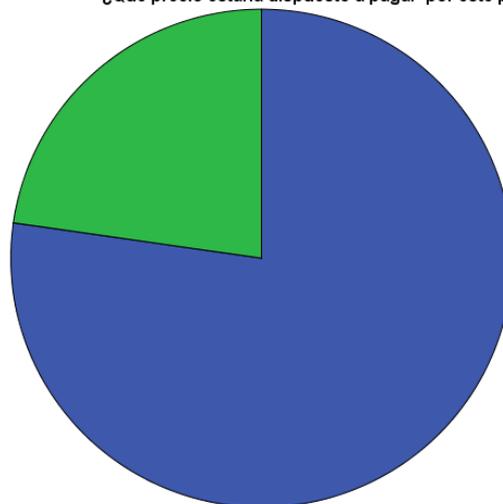
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	4 a 8	272	77,3	77,3	77,3
	8 a 12	80	22,7	22,7	100,0
	Total	352	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

**Figura N.- 33: Pregunta 7**

¿Que precio estaria dispuesto a pagar por este producto?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### Análisis

La mayoría de las personas contestaron que estarían dispuestas a pagar de 4 a 8 dólares, las cuales se ubican en las gelatinas pequeñas, por lo que nos indica cual tendrá mayor aceptación dentro del mercado.

**Tabla N.- 15: Pregunta 8 ¿Cuántas gelatinas en 3D estaría dispuesta adquirir al año?**

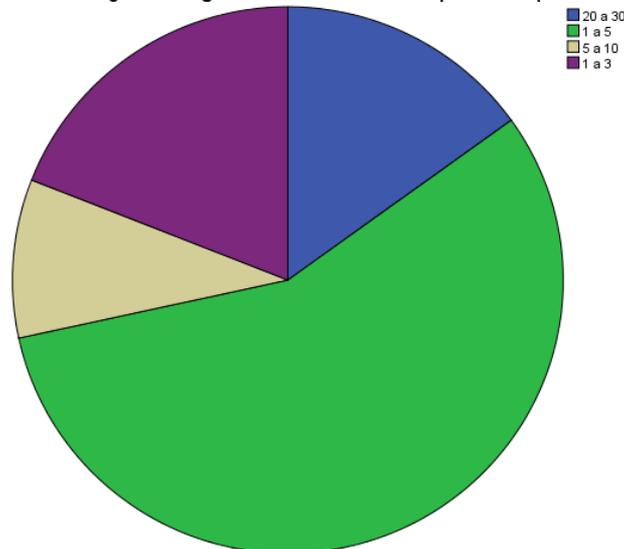
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 20 a 30	53	15,1	15,1	15,1
1 a 5	199	56,5	56,5	71,6
5 a 10	33	9,4	9,4	81,0
1 a 3	67	19,0	19,0	100,0
Total	352	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

**Figura N.- 34 Pregunta 8**

¿Cuántas gelatinas en 3D estaría dispuesta adquirir al año?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

## Análisis

Mediante esta pregunta se puede observar que las personas estarían dispuestas a adquirir de 1 a 5 gelatinas al año, esto permite tener claro cuántos y cuáles van a ser nuestros clientes.

**Tabla N.- 16: Pregunta 9; ¿Aceptaría UD. La implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de gelatinas con diseños florales y frutales en 3D ubicada en el sector de Cotocollao?**

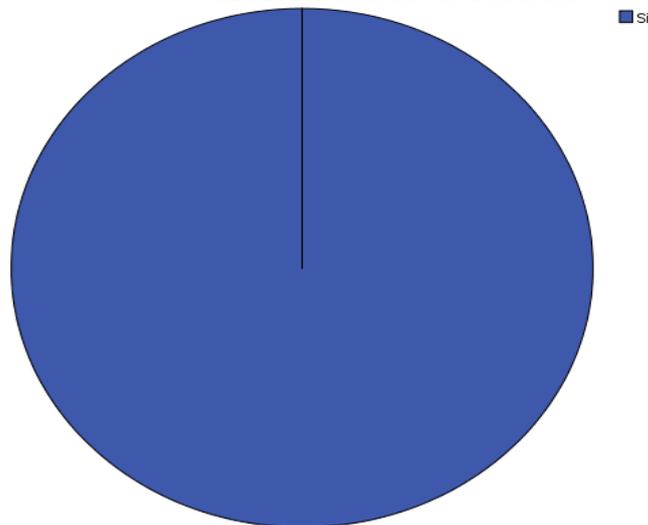
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	352	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

**Figura N.- 35 Pregunta 9**

¿Aceptaría UD. La implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de gelatinas con diseños florales y frutales en 3D ubicada en el sector de Cotocollao?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### Análisis

El cien por ciento de las personas a las que se realizó las encuestas respondieron que estarían dispuestos a aceptar la implementación de una nueva microempresa con un producto llamativo e innovador, que brinde calidad y satisfacción.

## CAPITULO IV

### 4. 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.

El estudio técnico debe responder a unos interrogantes:

- El cómo?
- El cuándo?
- El dónde?
- Y con qué se va a elaborar el producto o a prestar el servicio. (Luisfer, 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. (Tomas, 2009)

El objetivo del presente proyecto es contar con una capacidad instalada que sea la adecuada para brindar un producto de calidad, para ello la empresa Gelypasty estará compuesta por una dimensión de área para su funcionamiento de 81 m<sup>2</sup> distribuida de la mejor manera la cual permitirá contar con suficiente espacio para un mejor servicio.

#### **4.01.01. Capacidad Instalada**

Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la Capacidad Instalada depende del conjunto de bienes de Capital que la Industria posee, determinando por lo tanto un límite a la Oferta que existe en un momento dado. (ECOFINANZAS, 2003)

La microempresa GELYPASTY cuenta con los siguientes departamentos:

- Departamento de producción
- Departamento de Ventas
- Oficina General
- Baños
- Sala de Espera

La maquinaria con la que iniciará la microempresa se detalla a continuación

**Tabla N.- 17: Maquinaria**

Descripción	Cantidad
COCINA MABE	1
NEVERA	1
MICROONDAS	1
UTENSILLOS	1
MOLDES	3
EMPACADO	1

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

#### 4.01.02. Capacidad Óptima

El proyecto se basa en producir gelatinas grandes, medianas, y pequeñas de acuerdo al pedido del cliente.

**Tabla N.- 18: Capacidad Óptima**

<b>GELATINA PEQUEÑA</b>	
Tiempo de producción:	60 minutos
Días laborados:	lunes a viernes
Gelatinas Diarias	8
Gelatinas Semanales	40
Gelatinas al año	2080
<b>GELATINA MEDIANA</b>	
Tiempo de producción:	90 minutos
Días laborados:	lunes a viernes
Gelatinas Diarias	5
Gelatinas Semanales	25
Gelatinas al año	1300
<b>GELATINA GRANDE</b>	
Tiempo de producción:	120 minutos
Días laborados:	lunes a viernes
Gelatinas Diarias	4
Gelatinas Semanales	20
Gelatinas al año	1040
<b>TOTAL GELATINAS PRODUCIDAS</b>	
<b>Gelatinas Diarias</b>	<b>17</b>
<b>Gelatinas Semanales</b>	<b>85</b>
<b>Gelatinas al año</b>	<b>4420</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

Aquí se detalla cuantas gelatinas se van a producir diariamente, semanalmente y anualmente, tomando en cuenta que solo se trabajará de lunes a viernes de 09:00 AM a 16:00 PM, considerando días feriados que sean decretados.

#### **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. (Maggiolo, 2009)

##### **4.02.01. Macro localización**

Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. La región seleccionada puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico (Alma, 2012, pág. 48)

El presente proyecto estará ubicado en la parroquia Cotocollao al norte del Distrito Metropolitano de Quito

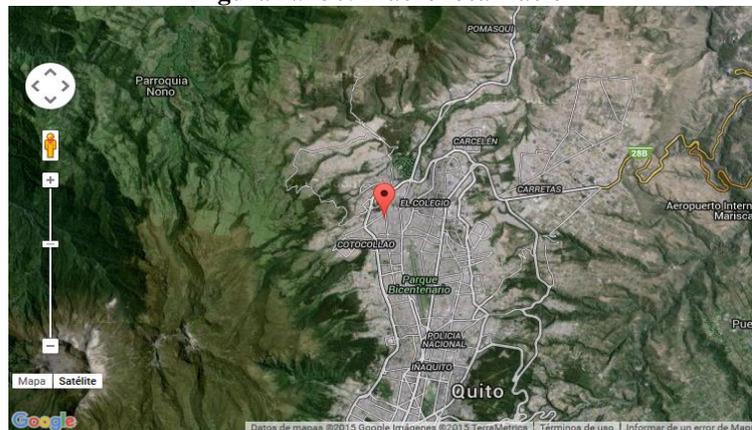
**Tabla N.- 19: Macro localización**

MACROLOCALIZACION	
PAIS	Ecuador
PROVINCIA	Pichincha
CIUDAD	Quito
PARROQUIA	Cotocollao
N. HABITANTES	31133
ECONOMICAMENTE ACTIVA	16471
N. FAMILIAS	4118

**Fuente:** INEC

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

**Figura N.- 36: Macro localización**



**Fuente:** INEC

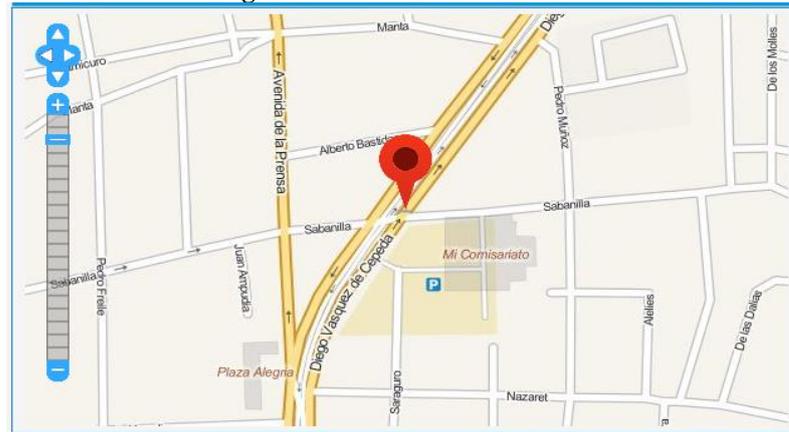
**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

#### 4.02.02. Micro localización

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

La microempresa GelyPasty está ubicada en la Av. Diego Vásquez N63-117 y Alberto Bastidas.

**Figura N.- 37: Micro localización**



**Fuente:** INEC

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

#### 4.02.03. Localización Óptima

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida

A que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u

Obtener el costo unitario mínimo (criterio social). (martinez, 2010)

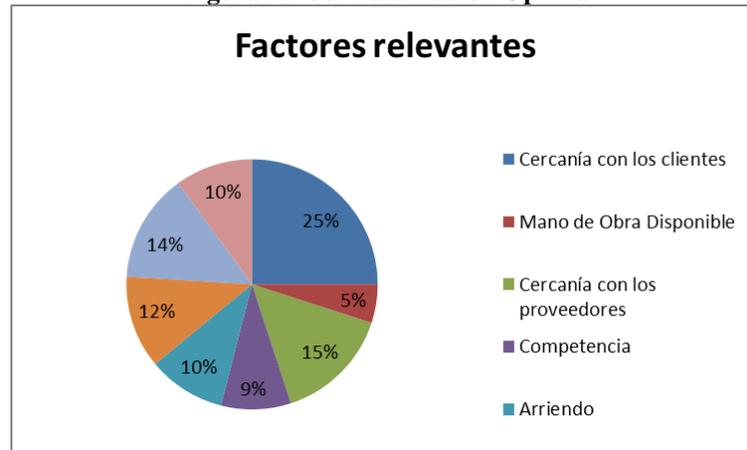
**Tabla N.- 20: Localización Óptima**

FACTORES RELEVANTES	PESO	LOCALIZACION A (COTOCOLLAO)		LOCALIZACION B (CARCELEN)	
		CALIFICACION	PONDERADA	CALIFICACION	PONDERADA
Cercanía con los clientes	25%	10	2,5	7	1,75
Mano de Obra Disponible	5%	9	0,45	8	0,4
Cercanía con los proveedores	15%	8	1,2	5	0,75
Competencia	9%	7	0,63	9	0,81
Arriendo	10%	5	0,5	7	0,7
Accesibilidad	12%	10	1,2	8	0,96
Permisos Municipales	14%	10	1,4	10	1,4
Servicios Basicos	10%	10	1	10	1
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>8,88</b>		<b>7,77</b>

**Fuente:** Investigaciones de Campo

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

**Figura N.- 38: Localización Óptima**



**Fuente:** Investigaciones de Campo  
**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

La empresa GELYPASTY, estará ubicada en la parroquia de Cotocollao, ya que mediante el gráfico nos permite diferenciar el lugar comercial en donde se podrá captar clientes y tener una acogida dentro del mercado.

Mediante el gráfico se puede observar que la localización óptima del proyecto nos da como resultado 8,83 a diferencia de Calderón.

#### **4.03. Ingeniería del producto**

La etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

En el desarrollo de un proyecto de inversión a la ingeniería le corresponde definir:

– Todas las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del establecimiento productivo.

– Lugar de implantación del proyecto

– Las cantidades requeridas de insumos y productos

– Diseñar el plano funcional y material de la planta productora. (COCO GUM, 2006)

#### 4.03.01. Definición del bien o servicio

En la microempresa GELYPASTY se producirá gelatinas pequeñas, medianas y grandes con diseños personalizados en 3D, estas gelatinas se elaboran de acuerdo al pedido del cliente, las cuales son realizadas a base de gnetina (gelatina sin sabor).El valor agregado de este producto es que lo realizamos con frutas, colores, imágenes, o como guste el cliente.

Los pasos a seguir para elaborar la Gelatina son:

**Tabla N.- 21: Proceso**

N° PASOS	PROCESO
Paso 1	En 1 taza de agua fría espolvorear la gnetina y dejar reposar por 5 min.
Paso 2	Una vez hidratada poner al microondas hasta que se disuelva sin dejar que hierva
Paso 3	En las 2 tazas de agua caliente disolver el azúcar , poner el ácido cítrico y el saborizante, revolver hasta que todo esté bien unido
Paso 4	Poner en el microondas por 5 minutos
Paso 5	Mezclar los dos pasos y agregar la tasa adicional de agua fría
Paso 6	Dejar que repose hasta que desaparezcan la espuma y burbujas y está lista la preparación para poner en los contenedores.

**Fuente:** Recetas.com

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

#### 4.03.02. Distribución de la planta

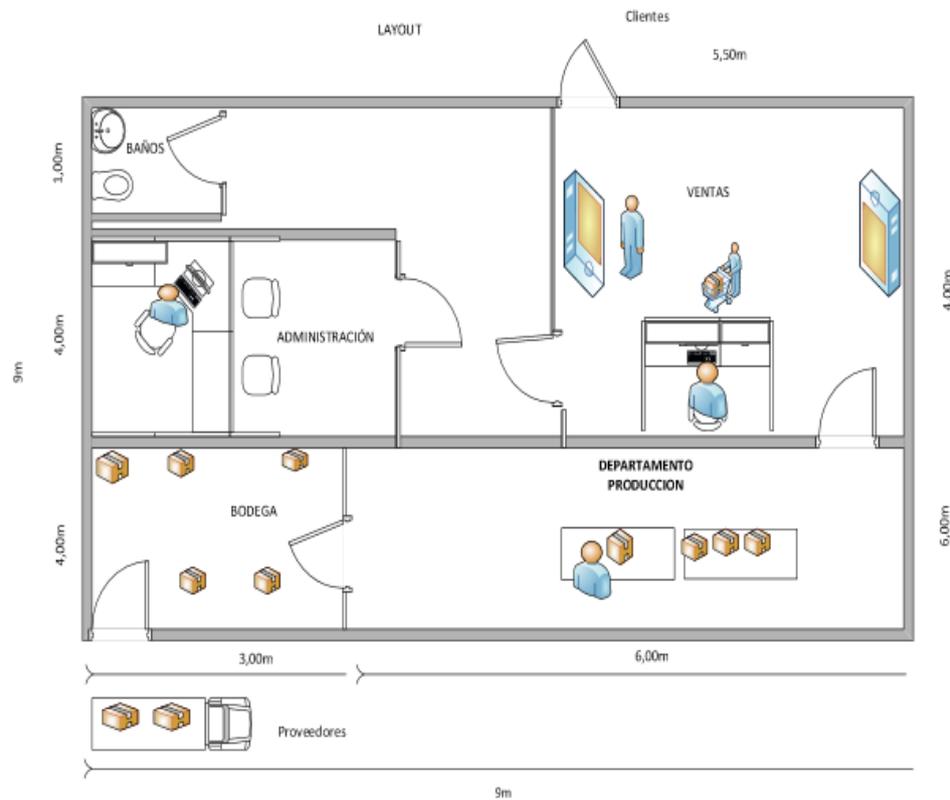
La planta de la empresa estará distribuida de la siguiente manera tomando en cuenta sus áreas y sus dimensiones.

**Tabla N.- 22: Distribución de la planta**

<b>DISTRIBUCION DE LA PLANTA</b>			
Nº	ZONA	DIMENSION m2	TOTAL AREA
1	VENTAS	5*4	20 m2
2	Bodega	4*3	12 m2
3	Produccion	6*6	36m2
4	Sanitarios	1*1	2 m2
5	Oficina	4*3	12 m2
	<b>TOTAL</b>		<b>81</b>

**Fuente:** Investigaciones de Campo  
**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

**Figura N.- 39: Distribución**

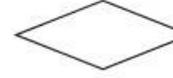


**Fuente:** Diseños  
**Elaborado por:** Diseños

#### 4.03.03. Proceso Productivo

El Diagrama de Flujo es una representación gráfica de la secuencia de pasos que se realizan para obtener un cierto resultado. Este puede ser un producto, Un servicio, o bien una combinación de ambos. (Fundibeq, pág. 2)

**Figura N.- 40: Simbología**

SÍMBOLO	REPRESENTA
	Inicio o término. Indica el principio o el fin del flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad. Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.
	Documento. Representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas.
	Archivo. Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.
	Conector. Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

**Fuente: Método ANSI**  
**Elaborado por: Simbologías**

Figura N.- 41: Proceso Creación de gelatinas con diseños en 3D



Fuente: Visio  
Elaborado por: Visio

#### 4.03.04. Objetivo del tamaño

El objetivo del proyecto es contar con todos los implementos necesarios en cada área de trabajo con el único fin de realizar procesos eficientes en la producción y al mismo tiempo brindar a nuestros clientes un servicio de calidad.

**Tabla N.- 23: Maquinaria y Equipo**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>				
<b>Nº</b>	<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>				
1	Telefono de escritorio	3	55	165
2	Impresora multifuncion	2	130	260
3	Calculadora	2	35	70
4	Perforadora	2	7	14
5	Grapadora	2	9	18
	<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>236</b>	<b>527</b>
<b>MAQUINARIA</b>				
1	Cocina	1	600	600
2	Nevera	1	580	580
3	Microondas	1	250	250
4	Utensillos	1	15	15
5	Moldes	3	6,5	19,5
6	Empacado	1	7,5	7,5
	<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>1459</b>	<b>1472</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>				
1	Computadora	2	700	1400
	<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>700</b>	<b>1400</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
1	Escritorio	2	160	320
2	Exhibidores	3	150	450
3	juego de muebles de espera	1	700	700
4	Sillon Gerente	1	90	90
5	Sillas para oficina	2	35	70
6	Divisiones Modulares	2	60	120
	<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>1195</b>	<b>1750</b>
	<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQU</b>	<b>32</b>	<b>3590</b>	<b>5149</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

## CAPITULO V

### 5. Estudio Financiero

La microempresa GELYPASTY, cuenta con la información necesaria, la cual le ayuda a identificar:

- Activos
- Pasivos
- Patrimonio
- Utilidad

Mediante este estudio sabremos si los ingresos son mayores que los egresos para poder así saber si la microempresa va a obtener rentabilidad durante el periodo de las ventas.

### 5.01. Ingresos Operacionales y no Operacionales

Tabla N.- 24: Ingresos

GELATINA PEQUEÑA					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad de Produccion	2.080,00	2.112	2.144	2.176	2.209
Precio de venta	8,00	8,33	8,68	9,04	9,41
<b>TOTAL</b>	<b>16.640,00</b>	<b>17.593,98</b>	<b>18.602,66</b>	<b>19.669,17</b>	<b>20.796,82</b>
GELATINA MEDIANA					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad de Produccion	1.300,00	1.320	1.340	1.360	1.381
Precio de venta	12,00	12,50	13,02	13,56	14,12
<b>TOTAL</b>	<b>15.600,00</b>	<b>16.494,36</b>	<b>17.440,00</b>	<b>18.439,84</b>	<b>19.497,02</b>
GELATINA GRANDE					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad de Produccion	1.040,00	1.056	1.072	1.088	1.105
Precio de venta	17,00	17,71	18,44	19,21	20,00
<b>TOTAL</b>	<b>17.680,00</b>	<b>18.693,61</b>	<b>19.765,33</b>	<b>20.898,49</b>	<b>22.096,62</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

Según la presente tabla se puede observar que la microempresa tendrá mayores ingresos en la gelatina grande, ya que cuenta con el precio de venta y la capacidad de producción aceptable.

### 5.02. Costos

Son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. (Ingeniería Económica, 2005)

### 5.02.01. Costo Directo

Es aquel que requiere la separación plenamente definida de los costos variable y de los costos fijos. (Torres, 2010)

**Tabla N.- 25: Mano de obra directa**

MANO DE OBRA DIRECTA	
Operario 1	354,00
<b>TOTAL</b>	<b>354,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

**Tabla N.- 26: Materia Prima Directa**

MATERIA PRIMA DIRECTA	CANTIDAD	PRECIO
Grenetina	500 gr	3,00
Azucar	500 gr	3,5
Acido citrico	500 gr	1,50
Escencia	1 onza	1,50
<b>TOTAL</b>		<b>9,50</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

Mediante la siguiente tabla se puede observar la materia prima Necesaria para la producción de la gelatina con diseños en 3D, para poder así mediante esto saber cuáles van a ser los costos de la producción

### 5.02.02. Costos Indirectos

**Tabla N.- 27: Costos Indirectos**

CIF	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Costps Indirectos de Fabricación	100	1200,00
<b>TOTAL</b>		<b>1200,00</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

A continuación se detallan los Costos Indirectos de Fabricación que se utilizarán en el proceso de producción:

- Agua Potable
- Luz Eléctrica
- Internet

### 5.02.03. Gastos Administrativos

Tabla N.- 28: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
<b>Sueldo Personal Administración</b>	<b>2</b>	<b>804,00</b>	<b>804,00</b>	<b>9.648,00</b>
Gerente	1	450,00	450,00	5.400,00
Operario 1	1	354,00	354,00	4.800,00
<b>Suministros de Oficina</b>		<b>35,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Depreciacion de Activos Fijos</b>	<b>4</b>	<b>55,55</b>	<b>180,55</b>	<b>2.166,60</b>
Equipos de Oficina	1	4,39	4,39	52,68
Equipos de Computación	1	38,89	38,89	466,68
Equipo y maquinaria	1	12,27	12,27	147,24
Vehiculo	1	116,67	116,67	1.400,04
Infraestructura	1	8,33	8,33	99,96
Agua Potable	1	15,00	15,00	180,00
Luz Electrica	1	20,00	20,00	240,00
Teléfono	1	15,00	15,00	180,00
Internet	1	25,00	25,00	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.044,10</b>	<b>12.714,60</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

Se detalla los gastos administrativos en los cuales se incluyen los sueldos del personal, y otros gastos en general, se observa un gasto administrativo de \$2044,10 mensuales y \$12714,60 de gastos anuales.

#### 5.02.04. Costo de Producción

A continuación se detallan los costos que serán necesarios para la fabricación de la gelatina.

**Tabla N.- 29: Costo de Producción**

GELATINA PEQUEÑA						
MATERIA PRIMA DIRECTA	CANTIDAD	PRECIO	gr DIARIOS	gr Mensual	Precio Mensual	Precio Anual
Grenetina	500	3,00	80	1760	10,56	549,12
Azucar	500	3,5	800	17600	123,20	6406,40
Acido citrico	500	1,50	16	352	1,06	55,12
<b>TOTAL</b>	<b>1501</b>	<b>9,50</b>	<b>896,16</b>	<b>19715,52</b>	<b>135,06</b>	<b>7023,12</b>
GELATINA MEDIANA						
MATERIA PRIMA DIRECTA	CANTIDAD	PRECIO	gr DIARIOS	gr Mensual	Precio Mensual	Precio Anual
Grenetina	500	3,00	100	2200	13,20	686,40
Azucar	500	3,5	550	12100	84,70	4404,40
Acido citrico	500	1,50	10	220	0,66	34,32
Escencia	1	1,50	0,1	2,2	3,30	171,60
<b>TOTAL</b>	<b>1501</b>	<b>9,5</b>	<b>660,1</b>	<b>14522,2</b>	<b>101,86</b>	<b>5296,72</b>
GELATINA GRANDE						
MATERIA PRIMA DIRECTA	CANTIDAD	PRECIO	gr DIARIOS	gr Mensual	Precio Mensual	Precio Anual
Grenetina	500	3,00	120	2640	15,84	823,68
Azucar	500	3,5	460	10120	70,84	3683,68
Acido citrico	500	1,50	8	176	0,53	27,46
Escencia	1	1,50	0,08	1,76	2,64	137,28
Harina	1	0,40	8	176	17,60	915,20
Levadura	400	0,55	120	2640	2,64	137,28
Huevo	1	0,15	4	88	13,20	686,40
<b>TOTAL</b>	<b>1903</b>	<b>10,60</b>	<b>720,08</b>	<b>15841,76</b>	<b>123,29</b>	<b>6410,98</b>

MANO DE OBRA DIRECTA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Operario 1	354,00	4248,00
<b>TOTAL</b>	<b>354,00</b>	<b>4248,00</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

**Total Costo de Producción = 24178,82**

Mediante la presente tabla se puede identificar que existe un costo de producción de \$ 24178,82 tomando en cuenta la materia prima, los CIF, y la Mano de Obra que se necesita para producir las tres gelatinas en los diferentes tamaños

#### 5.02.05. Costos Fijos y Variables

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

Los costos variables son costos que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación. (Lucas, 2014)

A continuación se detallan los costos fijos que tendrá la microempresa

GELYPASTY:

**Tabla N.- 30: Costos Fijos**

<b>Costos Fijos:</b>	<b>Valor</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>12.714,60</b>
<b>Gastos de Ventas</b>	<b>446,00</b>
<b>Gastos Financieros</b>	<b>358,14</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>13.518,74</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

Para calcular los costos variables se toma en cuenta los costos de producción, los costos indirectos de Fabricación, y la mano de obra directa, que nos da un total de \$ 24178,82 anuales los cuales la microempresa tendrá que invertir para obtener el producto final.

### 5.03. Inversión

#### 5.03.01. Inversión Fija

Son aquellos recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto, Las Inversiones Fijas tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, muebles, enseres, vehículos, y otros.

(PASPUEL, 2012)

**Tabla N.- 31: Inversión Fija**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	-1.472,00					736,00
Muebles y Enseres	-1.750,00					875,00
Equipos de Oficina	-527,00					263,50
Equipos de Computación	-1.400,00			-1.400,00		466,67
Infraestructura	-2.000,00					666,67
vehiculo	-7.000,00					3.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>-14.149,00</b>			<b>-1.400,00</b>		<b>6.507,83</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

**Tabla N.- 32: Capital de Trabajo**

Descripcion	1 Mes	2 Mes	TOTAL
Sueldos Personal	1.025,35	1.025,35	2.050,71
Servicios Basicos	100,00	100,00	200,00
Materia Prima Directa	425,70	425,70	851,40
<b>TOTAL</b>			<b>3102,11</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>			<b>17.251,11</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

La microempresa GELYPASTY cuenta con un total de inversión de \$17251,11 tomando en cuenta la inversión y el capital de trabajo con el que cuenta la microempresa.

**Tabla N.- 33: Capital Propio Y Financiado**

CAPITAL PROPIO	55%	9.488,11
CAPITAL FINANCIADO	45%	7.763,00
TOTAL	100%	17.251,11

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

La microempresa GELYPASTY necesita un capital financiado del 45% de la inversión total, la cual será financiada por la Cooperativa Alianza del Valle.

**Tabla N.- 34: Activos Fijos**

MAQUINARIA Y EQUIPOS				
N°	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>				
1	Telefono de escritorio	3	55	165
2	Impresora multifuncion	2	130	260
3	Calculadora	2	35	70
4	Perforadora	2	7	14
5	Grapadora	2	9	18
	<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>236</b>	<b>527</b>
<b>MAQUINARIA</b>				
1	Cocina	1	600	600
2	Nevera	1	580	580
3	Microondas	1	250	250
4	Utensillos	1	15	15
5	Moldes	3	6,5	19,5
6	Empacado	1	7,5	7,5
	<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>1459</b>	<b>1472</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>				
1	Computadora	2	700	1400
	<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>700</b>	<b>1400</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
1	Escritorio	2	160	320
2	Exhibidores	3	150	450
3	juego de muebles de espera	1	700	700
4	Sillon Gerente	1	90	90
5	Sillas para oficina	2	35	70
6	Divisiones Modulares	2	60	120
	<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>1195</b>	<b>1750</b>
	<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>	<b>32</b>	<b>3590</b>	<b>5149</b>

Fuente: Evaluación Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### 5.03.01.01. Activos Nominales

Corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. (Proyectos , 2002)

**Tabla N.- 35: Activos Nominales**

DETALLE	TOTAL
Gasto de Publicidad	446,00
Gasto de Constitución	31,68
<b>TOTAL</b>	<b>477,68</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

**Tabla N.- 36: Publicidad**

Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Pagina web	1		29,17	350,00
Tripticos	100	0,08	8,00	96,00
Tarjetas	80	0,05	4,00	48,00
<b>TOTAL</b>			<b>37,17</b>	<b>446,00</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

**Tabla N.- 37: Constitución**

Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Pago mensual del RISE	1	2,64	2,64	31,68
<b>TOTAL</b>			<b>2,64</b>	<b>31,68</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### 5.03.02. Capital de Trabajo

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). (Economía y finanzas , 2011)

**Tabla N.- 38: Capital de trabajo**

Descripcion	1 Mes	2 Mes	TOTAL
Sueldos Personal	1.025,35	1.025,35	2.050,71
Servicios Basicos	100,00	100,00	200,00
Materia Prima Directa	425,70	425,70	851,40
<b>TOTAL</b>			<b>3102,11</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### 5.03.03. Amortización del financiamiento

**Tabla N.- 39: Tabla de amortización**

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>					
Inversion	:	100%	17.251,11		
Cap. Propio	:	55%	9.488,11		
Financiamiento	:	45%	7.763,00		
Plazo	:		24	MESES	
Interes	:		11,83%	0,49%	
Pagos	:		MENSUAL		
Periodo	Saldo	Interes	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	7.763,00	0,00	0,00	0,00	7.763,00
1	7.763,00	38,27	343,76	305,50	7.457,50
2	7.457,50	36,76	343,76	307,00	7.150,49
3	7.150,49	35,25	343,76	308,52	6.841,98
4	6.841,98	33,73	343,76	310,04	6.531,94
5	6.531,94	32,20	343,76	311,57	6.220,37
6	6.220,37	30,66	343,76	313,10	5.907,27
7	5.907,27	29,12	343,76	314,65	5.592,62
8	5.592,62	27,57	343,76	316,20	5.276,43
9	5.276,43	26,01	343,76	317,76	4.958,67
10	4.958,67	24,44	343,76	319,32	4.639,35
11	4.639,35	22,87	343,76	320,90	4.318,46
12	4.318,46	21,29	343,76	322,48	3.995,98
13	3.995,98	19,70	343,76	324,07	3.671,91
14	3.671,91	18,10	343,76	325,66	3.346,25
15	3.346,25	16,49	343,76	327,27	3.018,98
16	3.018,98	14,88	343,76	328,88	2.690,10
17	2.690,10	13,26	343,76	330,50	2.359,59
18	2.359,59	11,63	343,76	332,13	2.027,46
19	2.027,46	9,99	343,76	333,77	1.693,69
20	1.693,69	8,35	343,76	335,42	1.358,28
21	1.358,28	6,70	343,76	337,07	1.021,21
22	1.021,21	5,03	343,76	338,73	682,48
23	682,48	3,36	343,76	340,40	342,08
24	342,08	1,69	343,76	342,08	0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### 5.03.04. Depreciaciones

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. (Gerencie, 2007)

**Tabla N.- 40: Depreciaciones**

Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	1.472,00	10	147,20	147,20	147,20	147,20	147,20
Muebles y Enseres	1.750,00	10	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00
Equipos de Oficina	527,00	10	52,70	52,70	52,70	52,70	52,70
Equipos de Computación	1.400,00	3	466,67	466,67	466,67	466,67	466,67
vehículo	7.000,00	5	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00
Infraestructura	2.000,00	20	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>14.149,00</b>		<b>2.341,57</b>	<b>2.341,57</b>	<b>2.341,57</b>	<b>2.341,57</b>	<b>2.341,57</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### 5.03.05. Estado de Situación Inicial

**Tabla N.- 41: Estado de Situación Inicial**

EMPRESA "GELYPASTY"	
BALANCE GENERAL	
DEL 01 DE ENERO 2015	
<b>ACTIVOS</b>	<b>\$ 17.251,11</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 3.102,11</b>
Bancos	\$ 3.102,11
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 14.149,00</b>
Vehículo	\$ 7.000,00
Infraestructura	\$ 2.000,00
Equipo de oficina	\$ 527,00
Maquinaria o Equipos	\$ 1.472,00
Equipos de Computación	\$ 1.400,00
Muebles y enseres	\$ 1.750,00
<b>PASIVOS</b>	<b>\$ 7.763,00</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 7.763,00</b>
Obligaciones Bancarias por pagar	\$ 7.763,00
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 9.488,11</b>
Capital Social	\$ 17.251,11
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 17.251,11</b>
GERENTE	CONTADOR

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

La siguiente tabla indica que los pasivos que tiene la microempresa \$ 7763 son menores a los activos \$17251,11. Lo que quiere decir que es un valor favorable, ya que tendrá cuentas por pagar pero también cuenta con capital, en cuanto al patrimonio con el que cuenta la empresa es considerable \$8097,30.

### 5.03.06. Estado de resultados proyectado

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

### EMPRESA GELYPASTY

Tabla N.- 42: Estado de Resultados

Descripción	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
<b>VENTAS</b>	48.121,58	50.046,44	52.048,30	54.130,23	56.295,44
Costo de Produccion	31.771,71	33.087,06	34.456,87	35.883,38	37.368,95
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>16.349,87</b>	<b>16.959,38</b>	<b>17.591,43</b>	<b>18.246,85</b>	<b>18.926,49</b>
Gastos Operacionales	31,68	32,99	34,36	35,78	37,26
Gastos Administrativos	12.714,60	13.240,98	13.789,16	14.360,03	14.954,54
Gastos de Ventas	446,00	464,46	483,69	503,72	524,57
Gastos Financieras	358,14	129,18	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>2.831,12</b>	<b>3.124,75</b>	<b>3.318,58</b>	<b>3.383,10</b>	<b>3.447,38</b>
Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad A.P.E.I.</b>	<b>2.831,12</b>	<b>3.124,75</b>	<b>3.318,58</b>	<b>3.383,10</b>	<b>3.447,38</b>
15 % Participacion Laboral	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad Antes de I.R.</b>	<b>2.831,12</b>	<b>3.124,75</b>	<b>3.318,58</b>	<b>3.383,10</b>	<b>3.447,38</b>
Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad Neta</b>	<b>2.831,12</b>	<b>3.124,75</b>	<b>3.318,58</b>	<b>3.383,10</b>	<b>3.447,38</b>
Depreciaciones	2.341,57	2.341,57	2.341,57	2.341,57	2.341,57
Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>EXCEDENTE OPERACIONAL</b>	<b>5.172,69</b>	<b>5.466,31</b>	<b>5.660,15</b>	<b>5.724,67</b>	<b>5.788,94</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### Análisis

El siguiente estado de resultados se encuentran los datos proyectados a 5 años de forma ordenada, en el cual indica las ventas que en el primer año son de \$48121,58 y

el costo de producción es de \$ 31771,71 el cual nos da como utilidad \$16349,87 al que se le resta los gastos y suma las depreciaciones para obtener nuestro excedente operacional de \$ 5172,69 el cual se muestra considerable.

### 5.03.07. Flujo de Caja

Tabla N.- 43 Flujo de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-17.251,11			-1.400,00		6.507,83
Excedente Operacional		5.172,69	5.466,31	5.660,15	5.724,67	5.788,94
<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>-17.251,11</b>	<b>5.172,69</b>	<b>5.466,31</b>	<b>4.260,15</b>	<b>5.724,67</b>	<b>12.296,78</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### 5.04. Evaluación

#### 5.04.01. Tasa de Descuento (TMAR)

Es la tasa que representa una medida de rentabilidad, la mínima que se le exigirá al proyecto de tal manera que permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de operación, y los intereses que deberán pagarse por aquella parte de la inversión financiada con capital ajeno a los inversionistas del proyecto.

#### FÓRMULA

Tabla N.- 44 TMAR

<b>TMAR =</b>	<b><math>i + f + (i \times f)</math></b>	Inflación =	4,14%
		Costo de Oportunidad =	8,50%
<b>TMAR =</b>	0,0414 +	0,085 +	( 0,0414 x 0,09 )
<b>TMAR =</b>	0,1264 +	0,003519	
<b>TMAR =</b>	<b>0,129919</b>		
<b>TMAR =</b>	<b>12,99%</b>		

Fuente: Vanessa Llumipanta  
Elaborado por: Vanessa Llumipanta

## Análisis

Se puede observar que el micro proyecto obtiene una TMAR de 12,99 %, este valor es aceptable dentro del mercado ya que indica el costo de oportunidad que tiene la microempresa para llegar a ser aceptado dentro del mercado.

### 5.04.02. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actualizado 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. (Campo, 2015)

## FÓRMULA

$$VAN = -P + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

**Tabla N.- 45: Flujo Neto de Efectivo**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-17.251,11			-1.400,00		6.507,83
Excedente Operacional		5.172,69	5.466,31	5.660,15	5.724,67	5.788,94
<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>-17.251,11</b>	<b>5.172,69</b>	<b>5.466,31</b>	<b>4.260,15</b>	<b>5.724,67</b>	<b>12.296,78</b>
VAN =	-17.251,11	+ $\frac{5.172,69}{1,129919}$	+ $\frac{5.466,31}{1,276716947}$	+ $\frac{4.260,15}{1,442586736}$	+ $\frac{5.724,67}{1,630006162}$	+ $\frac{12.296,78}{1,841774932}$
VAN =	-17.251,11	+ 4.577,93	+ 4.281,54	+ 2.953,13	+ 3.512,05	+ 6.676,59
VAN =	-17.251,11	+ 22.001,24				
VAN =	4.750,14					
VAN =	\$ 4.750,14					

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

## Análisis

La presente tabla indica el valor del VAN que es \$4750,14 el cual es aceptable tomando en cuenta los futuros ingresos esperados y los pagos que tiene pendiente la microempresa.

### 5.04.03. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. (ENCICLOPEDIA FINANCIERA, 2006)

VAN =	-17.251,11	+	$\frac{5.172,69}{1,223358407}$	+	$\frac{5.466,31}{1,496605792}$	+	$\frac{4.260,15}{1,830885277}$	+	$\frac{5.724,67}{2,239828896}$	+	$\frac{12.296,78}{2,74011351}$
VAN =	-17.251,11	+	4.228,27	+	3.652,47	+	2.326,82	+	2.555,85	+	4.487,69
VAN =	-17.251,11	+	17.251,11								
VAN =	0,00										

$$\text{TIR} = 0,22 \Rightarrow 22,34\%$$

## Análisis

Se puede llegar a la conclusión que el TIR es un valor alto mediante el cual se puede observar que el monto de la inversión es considerable y mediante esto se podrá recuperar y en el futuro obtener rentabilidad.

#### 5.04.04. Periodo de recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo requerido para que la empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo. (Trujillo, 2014)

**Tabla N.- 46 Periodo de recuperación de la Inversión**

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-17.251,11	-17.251,11	1,00	-17.251,11	-17.251,11
1	5.172,69	-12.078,42	0,89	4.577,93	-12.673,18
2	5.466,31	-6.612,10	0,78	4.281,54	-8.391,64
3	4.260,15	-2.351,96	0,69	2.953,13	-5.438,51
4	5.724,67	3.372,71	0,61	3.512,05	-1.926,46
5	12.296,78	15.669,49	0,54	6.676,59	4.750,14
PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CORRIENTE			PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 4	12.296,78	3.372,71	AÑO 5	6.676,59	-1.926,46
1 mes	1024,73	4.397,44	1 mes	556,38	-1.370,07
2 mes	1024,73	5.422,17	2 mes	556,38	-813,69
3 mes	1024,73	6.446,90	3 mes	556,38	-257,31
4 mes	1024,73	7.471,64	4 mes	556,38	299,07
5 mes	1024,73	8.496,37	5 mes	556,38	855,46
6 mes	1024,73	9.521,10	6 mes	556,38	1.411,84
7 mes	1024,73	10.545,83	7 mes	556,38	1.968,22
8 mes	1024,73	11.570,56	8 mes	556,38	2.524,61
9 mes	1024,73	12.595,29	9 mes	556,38	3.080,99
10 mes	1024,73	13.620,02	10 mes	556,38	3.637,37
11 mes	1024,73	14.644,76	11 mes	556,38	4.193,75
12 mes	1024,73	15.669,49	12 mes	556,38	4.750,14
PERIODO DE RECUPERACIÓN:			4 AÑOS		<b>PRVC</b>
PERIODO DE RECUPERACIÓN:			5 AÑOS Y 4 MESES		<b>PRVA</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Vanessa Llumipanta

#### Análisis

Mediante la presente tabla se puede observar que la microempresa GELYPASTY tiene un periodo de recuperación a valores corrientes en 4 años, y a valores actualizados en 5 años 4 meses, mediante un buen proceso productivo.

#### 5.04.05. Relación Costo Beneficio (RCB)

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria. (K., 2012)

**Tabla N.- 47 RCB**

<b>RC/B =</b>	<u>Flujos Actualizados</u>
	Inversion
<b>RC/B =</b>	<u>22.001,24</u>
	17.251,11
<b>RC/B =</b>	1,28

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

#### Análisis

Se puede observar que el RCB da como resultado 1,28 el cual indica que el beneficio que se obtendrá mediante las ventas que se realizarán en el periodo, ayuda a la microempresa a crecer dentro del mercado, ya que por cada dólar invertido se genera 0,28 ctvs. de ganancia.

#### 5.04.06. Punto de Equilibrio

Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al **Costo Total** y por ende no hay utilidad ni pérdida. (Alma, 2012)

### FÓRMULA

Tabla N.- 48 Punto de Equilibrio

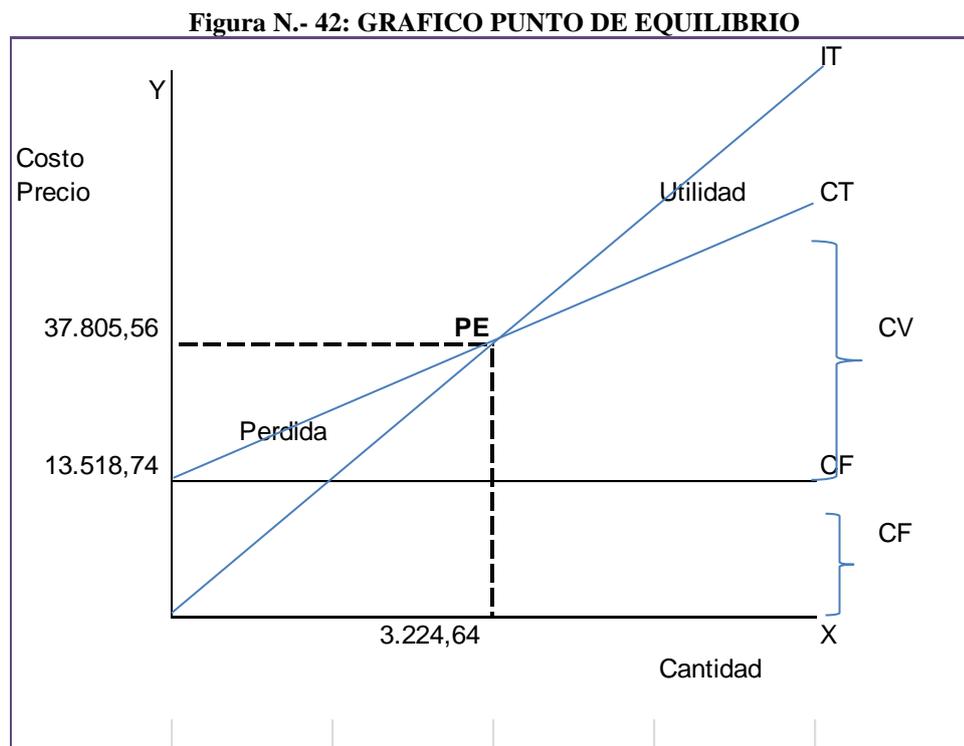
P.E. =		CF		
		p - Cvu		
Costos Fijos:	Valor			
Gastos Administrativos	12.714,60			
Gastos de Ventas	446,00			
Gastos Financieros	358,14			
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>13.518,74</b>			
		Pequeña	Mediana	Grande
Precio		8	12	17
Costo Variable Unitario		5,37	7,46	10,49
Margen de Contribución		2,68	4,10	6,29
Participación de mercado		40%	30%	30%
<b>MCP</b>		<b>1,07</b>	<b>1,23</b>	<b>1,89</b>
				<b>4,19</b>
PE =	$\frac{13.518,74}{4,19}$			
PE =	$\frac{13.518,74}{4,19} = 3.224,64$			
DEMOSTRACION				
VENTAS	37.805,56			
(-) Costo Variable	24.286,81			
(=) Margen Contribucion	13.518,74			
(-) Costo Fijos	13.518,74			
(=) Utilidad Operacional	-			
		Pequeña	Mediana	Grande
PE en unidades		3.224,64	3224,64	3224,64
Participación de mercado		40%	30%	30%
Margen de Contribución		1.289,86	967,39	967,39
Precio		8	12	17
<b>MCP</b>		<b>10388,98</b>	<b>11183,13</b>	<b>16233,45</b>
				<b>37805,56</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Vanessa Llumipanta

## Análisis

Mediante la presente tabla se puede observar que en el punto de equilibrio nos da como resultado 0, esto significa que en el proceso del micro proyecto no se tendrá ni pérdidas, ni ganancias, tomando en cuenta las ventas, precio, gastos y costo variable.



Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Vanessa Llumipanta

### 5.04.07. Análisis de Índices Financieros

#### 5.04.07.01. ROE

El ROE mide la capacidad que tiene un dólar de capital para proporcionar un cierto rendimiento dentro de la empresa. (Lorenzana, 2014)

## FÓRMULA

**Tabla N.- 49 ROE**

R.O.E =	Utilidad Neta
	Patrimonio
R.O.E =	$\frac{2.831,12}{9.488,11}$
R.O.E =	0,30
R.O.E =	29,84%

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

## Análisis

Podemos observar que en el índice financiero denominado ROE, nos da un total de 29,84 esto quiere decir que la microempresa obtendrá un rendimiento del 29,84% sobre la inversión, ya que por cada dólar que invierta va a generar 29,84 centavos de utilidad neta dentro de la empresa.

### 5.04.07.02. ROA

El rendimiento económico sobre la inversión total realizada sin considerar la forma de su financiación. (Retorno sobre los activos , 2007)

**Tabla N.- 50 ROA**

R.O.A =	Utilidad Neta
	Activo Total
R.O.A =	$\frac{2.831,12}{14.149,00}$
R.O.A =	0,20
R.O.A =	20,01%

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

## Análisis

Se puede apreciar que por cada dólar invertido en activo total, la microempresa generará 20,01 centavos de utilidad neta

### 5.04.07.03. Margen Neto

Son operaciones relativamente simples que muestran la proporción de varios números de ganancias sobre venta. (Kokemuller, 2004)

**Tabla N.- 51 Margen Neto**

Margen de Utilidad =	Utilidad Neta Ventas
MU =	$\frac{2.831,12}{48.121,58}$
MU =	5,88%

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Vanessa Llumipanta

## Análisis

Mediante éste índice financiero se puede determinar que por cada dólar vendido en la microempresa se generará un 5,88% de utilidad dentro del periodo establecido.

## CAPITULO VI

### 6. Análisis de impactos

#### 6.01. Impacto Ambiental

La microempresa GELYPASTY, está comprometida a cuidar el medio ambiente, para esto se fomentará valores entre todo el personal para:

- Ahorrar energía eléctrica cambiando los focos normales por focos ahorradores.
- Reciclar los desechos comunes para poder así donar a personas que se dediquen al cultivo.
- Inspeccionar los lugares de producción para poder así utilizar solo que sea necesario, y los demás implementos permanezcan apagados.
- Implementar el nuevo sistema de facturación electrónica, para poder así reducir el uso de papel bond.

### **6.02. Impacto Económico**

La implementación de una nueva microempresa, tiene un destacado impacto económico, ya que con un buen proceso administrativo se podrá generar ganancias no solo para la microempresa, sino también para el desarrollo del país mediante el incremento de PIB sectorial, y a la vez incrementando empresas emprendedoras que generarán empleo dentro del país.

### **6.03. Impacto Productivo**

La microempresa GELYPASTY busca contribuir al cambio de la matriz productiva creando productos innovadores proponiendo así disminuir el alto nivel de consumo de productos de otros países y consumir productos ecuatorianos, lo cual contribuirá en el desarrollo del país.

### **6.04. Impacto Social**

El objetivo de GELYPASTY es brindar un producto innovador que llene las expectativas del cliente, con diversificación de modelos, colores y olores a la vez brindar un producto saludable para niños, y familias en general, teniendo en cuenta lo importante que es tener feliz al cliente, ya que lo que se busca es satisfacer a los gustos y pedidos eficazmente.

## CAPITULO VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01. Conclusiones

Una vez realizado el estudio de factibilidad del presente proyecto, se tiene información necesaria y suficiente que permita llegar a las siguientes conclusiones:

- El nivel de conocimiento del producto por parte del consumidor objetivo es significativo, por lo tanto se puede decir que existe una gran acogida dentro del mercado.
- Existe un alto nivel de aceptación del producto por parte del cliente, así lo demuestra la investigación de mercado realizada, en la que se observa la disponibilidad de comprar y consumir este producto con diseños variados y personalizados.

- La factibilidad económica del proyecto se mantiene, incluso frente a eventuales variaciones en el precio de venta, cantidades y gastos operativos.
- La inversión que se realizará para crear la microempresa es de \$15311,34 del cual se cuenta con un capital propio del 55% y un capital financiado del 45%.

## 7.02. Recomendaciones

Al ser este un producto nuevo en el mercado local, se recomienda implementar un plan de marketing que dé a conocer el producto al consumidor objetivo, tal que se cumpla con los objetivos de venta planteados y de esa manera garantizar la factibilidad del proyecto.

- Se recomienda implementar el proyecto en el país, por su alta rentabilidad ante diferentes escenarios.
- Innovar con métodos que llamen la atención al consumidor atrayéndoles con nuevos productos que innoven su estilo de comida.
- Que la microempresa llegue a tener una cercanía con el cliente mediante un buen servicio, y brindando un producto de calidad.
- Que el producto que se va a ofertar vaya de la mano con innovación constante, y variación, de acuerdo a las exigencias del cliente.

## Bibliografía

- Admin. (2009). *Sobreconceptos*. Obtenido de <http://sobreconceptos.com/poblacion>
- Alegre, B. y. (2008). *Proceso de Produccion*.  
<http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/04/el-control-en-la-organizacion.html>.
- Alma, R. (2012). <http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html>.
- Amaya, W. C. (11 de 03 de 2003). *Gestiopolis*. Obtenido de  
<http://www.gestiopolis.com/concepto-de-vision/>
- Arturo, K. (01 de 09 de 2014). *Gestión de Negocios*. Obtenido de  
<http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/>
- Avila, L. (2009). *Analisis de la Comunicación*. Obtenido de <http://merry-analisisdelacomunicacin.blogspot.com/2009/07/factores-politicos.html>
- BCE. (2008). *INFLACION*. Obtenido de  
<http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Breton, v. (2010). *Las 5 P de marketing* .
- Cadenas. (2000). *Tecnicas de Investigación Social* . Obtenido de  
[http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/940/page\\_07.htm](http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/940/page_07.htm)
- Campo, J. I. (2015). *INFORMACION ECONOMICA*. Obtenido de Expansión:  
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>
- Catelotti, F. (03 de 07 de 2006). *Gestiopolis* . Obtenido de  
<http://www.gestiopolis.com/tasas-de-interes/>
- Centro de Investigaciones Sociologicas*. (2006).
- Cenzo, R. y. (2008). *planeacion*. Obtenido de <http://definicion.de/planificacion/>
- Chomsky. (2000). Obtenido de <http://hadoc.azc.uam.mx/enfoques/competencia.htm>

- Desarrollo, S. N. (2013 - 2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-3.-mejorar-la-calidad-de-vida-de-la-poblacion>
- Díaz, E. J. (2007). *Biblioteca virtual de derecho, economía*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>
- Eco finanzas* . (2007).
- ECOFINANZAS. (2003). Obtenido de [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD\\_INSTALADA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm)
- Espinosa, R. (2012). *Blog de Marketing* . Obtenido de <http://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Finch, F. y. (2008). *Proceso de Produccion*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/la-direccion-dentro-la-administracion-de-empresas/>
- Galicia, A. (2000). Obtenido de [http://biblio3.url.edu.gt/Libros/la\\_entrevista/4.pdf](http://biblio3.url.edu.gt/Libros/la_entrevista/4.pdf)
- Garces, L. (s.f.). *propiedades de la gelatina* . Obtenido de <http://www.biomanantial.com/propiedades-usos-grenetina-gelatina-a-1356-es.html>
- Garcés.G, K. L. (s.f.). *Biomanantial*. Obtenido de <http://www.biomanantial.com/propiedades-usos-grenetina-gelatina-a-1356-es.html>
- Garcés.G, L. (s.f.). *Propiedades y usos de la Grenetina y la Gelatina* .
- Gonzales, R. M. (2010). *Promonegocios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm>
- Hurtado. (2008). *Procesos Administrativos*. Obtenido de <http://definicion.de/procedimiento-administrativo/>
- K., A. (2013). *Crece Negocios* . Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/que-es-y-como-hacer-publicidad/>
- Kotler, P. (01 de 2006). *Promonegocios* . Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>
- Likan007. (2012). *Factores Economicos*. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Factores-Economicos/4445572.html>
- Lorenzana. (2014). *Administracion/Finanzas* .

Lucas, S. d. (2014). *Teoría y problemas*.

Luisfer, S. (2008). *Temas de administración de empresas*. Obtenido de  
<http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>

Maggiolo. (2009). *Localización Proyecto*.  
<http://www.eumus.edu.uy/docentes/maggiolo/acuapu/loc.html>.

martinez. (2010). *Estudioo Técnico*.  
<http://www.aulafacil.com/cursos/l19692/empresa/organizacion/gestion-de-proyectos/localizacion-del-proyecto>.

Mauro, M. (2012). *FACTOR TECNOLÓGICO*. Obtenido de  
<http://www.todoempresa.com/Cursos/Planificacion%20Estrategica%20demo/Factores%20tecnologicos.htm>

Meca, E. Q. (2005). <http://es.scribd.com/doc/55662751/AMBIENTE-INTERNO#scribd>.

medicinas, F. r. (2001). *medicina* . Obtenido de  
[https://books.google.es/books?id=Wkqw23mokrAC&dq=que+es+la+gelatina&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.es/books?id=Wkqw23mokrAC&dq=que+es+la+gelatina&hl=es&source=gbs_navlinks_s)

Minicomercio. (2014). *Industria y Comercio Superintendencia*.

Moya. (2010). *WEB*. <http://www.quees.info/que-es-una-pagina-web.html>.

Navarrete, M. (2011). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/el-ambiente-externo-de-las-organizaciones-como-gestionarlo/>

Nunes, P. (26 de 08 de 2012). *Gestión Comercial*. Obtenido de  
<http://old.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestioncomercial.htm>

Orozco. (2013). *SlideShare* . Obtenido de <http://es.slideshare.net/MAMOCHILO/la-observacin-cientfica>

Orozco. (2014). *Definición de Objetivo* . Obtenido de  
<http://conceptodefinicion.de/objetivo/>

Ortíz. (2000). *Gestiopolis* . Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/tasa-activa-y-tasa-pasiva-que-son/>

Ortíz. (2000). *Gestiopolis* . Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/tasa-activa-y-tasa-pasiva-que-son/>

Planeta, C. (2006). *PIB*. Obtenido de Economía:  
[http://www.economia.com.mx/producto\\_interno\\_bruto.htm](http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm)

Planeta, C. (s.f.). *Mision de empresa* .

Planeta, C. (s.f.). *Tasa de Interes* . Obtenido de  
[http://www.economia.com.mx/tasas\\_de\\_interes.htm](http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm)

Planeta, C. (s.f.). *Vision de una empresa*. Obtenido de  
[http://www.trabajo.com.mx/vision\\_de\\_una\\_empresa.htm](http://www.trabajo.com.mx/vision_de_una_empresa.htm)

Rivera, A. (2012). *Macro- Micro localizacion*. Obtenido de  
<http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html>

Roberto, E. (2012). Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

Roman Perez, P. S. (2009). *Eumed*. Obtenido de  
<http://www.eumed.net/ce/2009a/rpps.htm>

Santos, B. (14 de 09 de 2010). *Slide Share*. Obtenido de  
<http://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>

Shujel. (2008). *Estudio de mercado*. Obtenido de <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

Siise. (2007). *INEC*. Obtenido de  
[http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Empleo/ficemp\\_T01.htm](http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Empleo/ficemp_T01.htm)

Thompson. (2005). *Gestion y Administracion*. Obtenido de  
<http://www.gestionyadministracion.com/empresas/gestion-administrativa.html>

Thompson, I. (2003). *Definicion de Negocios* .

Thompson, I. (2005). *Definicion de publicidad*.

Thompson, I. (2006). *Promonegocios* . Obtenido de  
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/logotipo-definicion.html>

Tomas, S. (2009). *Tamaño del proyecto*. Obtenido de  
[http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/tamao\\_del\\_proyecto.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/tamao_del_proyecto.html)

Torres, A. M. (2010). *Gerencie .com* . Obtenido de <http://www.gerencie.com/el-costo-directo.html>

Vasquez, B. (2010). *Promonegocios* . Obtenido de  
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

XPERTO. (19 de 08 de 2002). *GESTIOPOLIS*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/ques-desempleo-que-lo-causa-que-tipos-hay-como-se-mide/>

## Anexos 1

### ENCUESTA

Mi nombre es Vanessa Llumipanta, soy estudiante del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, y me encuentro realizando mi trabajo de grado para la obtención de mi título, para lo cual solicito su colaboración respondiendo el siguiente cuestionario, cuya información será confidencial.

<b>Género:</b>	Masculino <input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>	
<b>Edad:</b>	18 a 23 años <input type="checkbox"/>	24 a 30 años <input type="checkbox"/>	30 o mas <input type="checkbox"/>
<b>Ocupación:</b>	Empleado Privado <input type="checkbox"/>	Empleado Publico <input type="checkbox"/>	Trabajador independiente <input type="checkbox"/>
<b>Nivel de ingreso</b>	354 – 500 <input type="checkbox"/>	501 – 750 <input type="checkbox"/>	751 o mas <input type="checkbox"/>

**Instructivo:** Señale con una X únicamente la respuesta que usted considere la más apegada a sus necesidades.

#### 1.- ¿Usted consume gelatina?

SI

NO

#### 2.- ¿En qué condición consume gelatina?

Liquido

Solido

Cuajado

Postres

**3.- ¿Con que frecuencia consume gelatina?**

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Ocasional

**4.- ¿Conoce usted postres a base de gelatina con diseños en 3D?**

- SI
- NO

**5.- ¿Para qué tipo de evento social usted preferiría adquirir gelatinas en 3d?**

- Aniversario
- Cumpleaños
- San Valentín
- En cualquier ocasión

**6.- ¿En qué lugar preferiría adquirir el producto?**

- Supermercados
- Micros mercados
- Pastelería
- Despensas

**7.- Que precio estaría dispuesto a pagar por este producto?**

PEQUEÑA		MEDIANA		GRANDE	
PRECIO	OPCION	PRECIO	OPCION	PRECIO	OPCION
4 a 8		8 a 12		12 a 17	

8.- ¿Cuántas gelatinas en 3D estaría dispuesta adquirir al año?

PEQUEÑA		MEDIANA		GRANDE	
CANTIDAD	OPCION	CANTIDAD	OPCION	CANTIDAD	OPCION
1 - 10		1 - 5		1 - 3	
10 - 20		5 - 10		3 - 6	
20 - 30		10 - 15		6 - 9	
30 - o mas		15 - o mas		9 - o mas	

9.- ¿Aceptaría UD. La implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de gelatinas con diseños florales y frutales en 3D en sector de Cotocollao?

SI

NO

## ANEXO 2

### Nota de Venta

---

BRINDAR UN PRODUCTO INNOVADOR MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS CON DISEÑOS EN 3D UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015



**SRI**

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES**

**SRI**

NUMERO RUC: 1722702873001  
 APELLIDOS Y NOMBRES: LLUMPANTA FLORES VANESSA CAROLINA

NUMERO COMERCIAL: \_\_\_\_\_  
 CLASE CONTRIBUYENTE: RISE OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO  
 CALIFICACIÓN ARTESANAL: \_\_\_\_\_ NUMERO: \_\_\_\_\_

CONTRIBUYENTE EN SUSPENSIÓN TEMPORAL: No

FEC. NACIMIENTO: 09/12/1993 FEC. ACTUALIZACIÓN: \_\_\_\_\_  
 FEC. INICIO ACTIVIDADES: 04/06/2015 FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA: \_\_\_\_\_  
 FEC. INSCRIPCIÓN: 04/06/2015 FEC. REINICIO ACTIVIDADES: \_\_\_\_\_

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL: \_\_\_\_\_  
 ELABORACION DE PASTELES Y PASTELES DE FRUTAS

DOMICILIO TRIBUTARIO: \_\_\_\_\_  
 Provincia PICHINCHA Cantón QUITO Parroquia CARCELÉN Calle: AV. DIEGO DE VASQUEZ Numero: N03-117  
 Intersección ALBERTO BASTIDAS Referencia: FRENTE A LA PARADA DEL METRO DE COTOCOLLAO Teléfono:  
 022533832 Email: vanessac\_ll@hotmail.es Celular: 0995158360

DOMICILIO ESPECIAL: \_\_\_\_\_

ORIGENES TRIBUTARIAS

\* REGIMEN SIMPLIFICADO

GRUPO	CATEGORIA	RANGO	CUOTA MENSUAL
ACTIVIDADES DE COMERCIO	1	0-5000	1.30
ACTIVIDADES DE MANUFACTURA	1	0-5000	1.32
<b>TOTAL A PAGAR:</b>			<b>2.64</b>

El valor de su cuota final será la suma de todos los grupos de actividades que constan en esta sección. El valor final a pagar podrá ser superior si existe retraso en el pago de sus cuotas, de acuerdo al vencimiento establecido según su noveno dígito del RUC.

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE).

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: \_\_\_\_\_ de 001 al 001

JURISDICCIÓN: ZONA 9- PICHINCHA

ABERTOS: 1  
 CERRADOS: 0

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE: \_\_\_\_\_

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verídicos, por lo que asumo la responsabilidad legal por el uso de los mismos según el Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC.

Usuario: GMMPO3170 Lugar de emisión: QUITO AV. LUIS CORDERO Fecha y hora: 04/06/2015 DE 20:57

Página 1 de 2

ANEXO 4

BRINDAR UN PRODUCTO INNOVADOR MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS CON DISEÑOS EN 3D UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**

**SRI**  
*de Renta Interna y Externa*

NUMERO RUC: 1722702873001  
 APELLIDOS Y NOMBRES: LLUMIPANTA FLORES VANESSA CAROLINA

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO:	001	ESTADO:	ABIERTO	MATRIZ:	FEC. INICIO ACT.:	04/06/2015	
NOMBRE COMERCIAL:	GELYPASTY					FEC. CIERRE:	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS:						FEC. REINICIO:	
ELABORACION DE PASTELES Y PASTELES DE FRUTAS VENTA AL POR MENOR DE OTROS ALIMENTOS							

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: CARCELEN Calle: AV. DIEGO DE VASQUEZ Numero: 463-117 Intersección ALBERTO BASTIDAS Referencia: FRENTE A LA PARADA DEL METRO DE COTOCOLLAO Telefono Domicilio: 022533693 Email: vanessac\_05@hotmail.es Celular: 0995168380

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE: \_\_\_\_\_

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS: \_\_\_\_\_

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de esto se derivan (Art. 37 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 8 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC)

Usuario: CAMPR50115 Lugar de emisión: QUITO/AV. LUIS CORDERO Fecha y hora: 04/06/2015 08:20:02

Página 1 de 2

BRINDAR UN PRODUCTO INNOVADOR MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS CON DISEÑOS EN 3D UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015