



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y PRODUCCIÓN

PROMOVER LA MATRIZ PRODUCTIVA A TRAVÉS DEL ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
CHIFLES CONFITADOS, UBICADO EN EL NORTE DEL DISTRITO  
METROPOLITANO DE QUITO, EN EL AÑO 2017.

Proyecto de Investigación Previo a la Obtención del Título de Tecnólogo en  
Administración Industrial y Producción

Autor: Haro Heredia Diego Enrique

Director de Tesis: Ing. Vinicio Cerón

Quito, octubre 2017



**ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO**

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **HARO HEREDIA DIEGO ENRIQUE** de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: **PROMOVER LA MATRIZ PRODUCTIVA A TRAVÉS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHIFLES CONFITADOS, UBICADO EN EL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL AÑO 2017.** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

**Ing. Henry Cerón**  
Tutor del Proyecto

**Ing. Andrés Analuisa**  
Lector del Proyecto

DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Bancaria y Producción  
**Ing. Fernando Buitrón**  
Director de Escuela

**Ing. Galo Cisneros**  
Coordinador de la Unidad de Titulación

## 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.



---

Haro Heredia Diego Enrique  
C.I. 1719707323

---

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, HARO HEREDIA DIEGO ENRIQUE portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 171970732-3 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación.



---

Haro Heredia Diego Enrique  
C.I. 1719707323

Quito a los 22 días del mes de septiembre del 2017

El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **PROMOVER LA MATRIZ PRODUCTIVA ATRAVES DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACION DE CHIFLES CONFITADOS, UBICADO EN EL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL AÑO 2017.** Con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA: \_\_\_\_\_

NOMBRE: Haro Heredia Diego Enrique

CEDULA: CC 171970732-3

Quito, a los .....

---

## AGRADECIMIENTO

El resultado de este proyecto es el conjunto de los esfuerzos y conocimientos que he llegado a adquirir durante el tiempo que duro mi carrera tecnológica, misma que culmina con la satisfacción de lograr desarrollar un plan que cumple con las expectativas y se puede poner en funcionamiento.

Por tal razón agradezco en primer lugar a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y por la salud otorgada para poder culminar con uno de mis objetivos.

A mi esposa Sylvia Mena por el apoyo emocional, por ayudarme a dar cuenta que soy capaz de realizar las cosas que me he propuesto.

A mis padres Enrique Haro y Elvia Heredia por el apoyo incondicional y la presión ejercida para continuar con mis estudios.

A mi tutor Vinicio Cerón por la paciencia para poder dirigirme, guiarme y corregirme en el desarrollo del proyecto.

## DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a mis hijos Matías y Melany Haro, para que tomen en consideración que los objetivos que uno se traza en la vida se los llega a cumplir y cuando se tiene por medio una gran inspiración como lo son ellos se torna de cierta manera más fácil y motivadora.

## ÍNDICE GENERAL

CARATULA.....	i
DECLARATORIA.....	ii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xix
RESUMEN EJECUTIVO .....	xx
ABSTRACT.....	xxi
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN .....	1
1.1 Justificación.....	2
1.2 Antecedentes .....	2
CAPÍTULO 2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	4
2.1 Ambiente Externo .....	4
2.1.1 Factor Económico .....	4
2.1.1.1. PIB (Producto Interno Bruto).....	4
2.1.1.2 Inflación .....	5
2.1.1.3 Tasa Activa.....	6
2.1.1.4 Tasa Pasiva.....	7
2.1.2 Factor Social.....	7
2.1.2.1 Población Económicamente Activa (PEA) .....	8
2.1.3 Factor Legal .....	9
2.1.3.1 Patente Municipal .....	9
2.1.3.2 Ruc (Registro Único De Contribuyentes).....	9
2.1.3.3 Licencia única de actividades económicas (LUAE) .....	10
2.1.3.4 Afiliación Al IESS .....	10
2.1.3.5 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos. ....	11
2.1.3.6 Registro sanitario .....	11
2.1.4 Factor Tecnológico.....	12

2.2 Entorno Local.....	12
2.2.1 Clientes.....	12
2.2.2 Proveedores .....	13
2.2.3 Competencia.....	14
2.3 Análisis Interno .....	14
2.3.1 Planificación Estratégico.....	15
2.3.1.1 Misión .....	15
2.3.1.2 Visión .....	15
2.3.1.3 Objetivos .....	15
2.3.1.3.1 Objetivo General .....	15
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.....	16
2.3.1.4 Principios y/o Valores .....	16
2.3.1.4.1 Compromiso.....	16
2.3.1.4.2 Responsabilidad .....	16
2.3.1.4.3 Respeto.....	16
2.3.1.4.4 Trabajo en equipo.....	16
2.3.1.4.5 Honestidad .....	17
2.3.1.5.6 Políticas .....	17
2.3.2 Gestión Administrativa .....	17
2.3.2.1 Estructura Funcional .....	18
2.3.2.1.1 Departamento administrativo.....	18
2.3.2.1.2 Departamento de Gestión y Desarrollo.....	18
2.3.2.1.3 Departamento de comercialización .....	18
2.3.2.1.4 Departamento de producción .....	19
2.3.3 Gestión Operativa.....	19
2.3.4 Gestión Comercial.....	19
2.3.4.1 Precio .....	20
2.3.4.2 Plaza .....	20
2.3.4.3 Promoción .....	21
2.3.4.4 Producto .....	21
2.3.4.5 Slogan.....	22
2.3.4.6 Logotipo .....	22

2.3.4.7 Nombre De Empresa .....	23
2.4 Análisis FODA .....	23
<b>CAPÍTULO 3. ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>25</b>
3.1. Análisis del Consumidor .....	25
3.1.1 Determinación de la población y muestra .....	25
3.1.1.1 Población.....	25
3.1.1.2 Muestra.....	26
3.1.1.3 Formulación de la muestra .....	27
3.1.2. Técnicas de obtención de la información.....	27
3.1.2.1 Modelo de la Encuesta .....	28
3.1.3. Análisis de la información .....	30
3.2. Oferta.....	37
3.2.1 Oferta Histórica.....	37
3.2.2. Oferta Actual.....	38
3.2.2.1 Calculo de la oferta actual.....	38
3.2.3 Oferta Proyectada.....	38
3.3 Productos Sustitutos.....	39
3.3.1 Oferta histórica.....	39
3.3.2 Oferta Actual.....	39
3.3.3 Oferta proyectada .....	40
3.4 Demanda .....	41
3.4.1 Demanda Histórica.....	41
3.4.2 Demanda actual.....	41
3.4.2.1 Cálculo de la demanda actual.....	42
3.4.3 Demanda Proyectada.....	42
3.5 Balance Oferta-Demanda .....	42
3.5.1 Balance actual .....	43
3.5.2 Balance Proyectado.....	43
<b>CAPÍTULO 4. ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>44</b>
4.1 Tamaño del Proyecto.....	44
4.1.1 Capacidad instalada.....	44
4.1.2 Capacidad óptima.....	46

4.2 Localización .....	46
4.2.1 Macro localización.....	46
4.2.2 Micro localización.....	47
4.2.3 Localización Óptima .....	48
4.3 Ingeniería del producto .....	49
4.3.1 Definición del Bienes y Servicios .....	49
4.3.2 Distribución de la planta .....	50
4.3.2.1 Matriz Planificación Sistemática de Distribución de Planta (S.L.P) .....	50
4.3.2.2 Plano del proyecto.....	51
4.3.3 Proceso productivo.....	55
4.3.3.01 Flujo grama .....	56
4.3.4 Maquinaria .....	58
4.3.5 Equipos.....	58
<b>CAPÍTULO 5 ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>60</b>
5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales .....	60
5.1.1 Operacionales.....	60
5.1.2 No Operacionales .....	60
5.2 Costos.....	61
5.2.1 Costo Directo .....	61
5.2.1.1 Materias Primas.....	61
5.2.1.2 Mano de Obra Directa (MOD).....	62
5.2.2 Costos Indirectos .....	62
5.2.3 Gastos Administrativos .....	63
5.2.4 Costo de Ventas .....	64
5.2.5 Costos Financieros .....	65
5.2.6 Costos Fijos y Variables.....	66
5.2.6.1 Costos Fijos.....	66
5.2.6.1 Costos Variables .....	67
5.3 Inversiones .....	68
5.3.1 Inversión Fija .....	68
5.2.1.1 Activos Fijos .....	68
5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos) .....	69

5.3.2 Capital de Trabajo .....	69
5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos .....	70
5.3.4 Amortización de Financiamiento .....	71
5.3.5 Depreciaciones .....	72
5.3.6 Estado de Situación Inicial.....	73
5.3.7 Estado de Resultados Proyectado .....	74
5.2.8 Flujo Caja.....	75
5.4 Evaluación.....	76
5.4.1 Tasa de Descuento.....	77
5.4.2 VAN.....	78
5.4.3 TIR .....	79
5.4.4 PRI (Período de recuperación de la inversión) .....	80
5.4.5 RBC (Relación costo beneficio).....	82
5.3.6 Punto de equilibrio .....	84
5.3.7 Análisis de índices financieros.....	86
<b>CAPÍTULO 6 ANÁLISIS DE IMPACTOS .....</b>	<b>87</b>
6.1 Impacto Ambiental.....	87
6.3 Impacto Productivo .....	88
6.4 Impacto Social.....	88
<b>CAPÍTULO 7 CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>89</b>
7.1 Conclusiones .....	89
7.2 Recomendaciones.....	89
ANEXOS .....	91
BIBLIOGRAFÍA .....	94

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	5
PIB .....	5
Tabla 2.....	5
Inflación .....	5
Tabla 3.....	6
Tasa Activa.....	6
Tabla 4.....	7
Tasa Pasiva.....	7
Tabla 5.....	8
PEA .....	8
Tabla 6.....	13
Clientes.....	13
Tabla 7.....	13
Proveedores .....	13
Tabla 8.....	14
Competidores .....	14
Tabla 9.....	23
FODA .....	23
Tabla 10.....	26
Determinación de la Población .....	26
Tabla 11.....	30
Pregunta 1 ¿Consumes chifles elaborados artesanalmente (sin marca)?.....	30
Tabla 12.....	30
Pregunta 2 ¿Cree que el sabor de un chifle elaborado artesanalmente es mejor que el elaborado industrialmente? .....	30
Tabla 13.....	31
Pregunta 3 ¿Le gustaría probar chifles cubiertos de panela? .....	31
Tabla 14.....	32
Pregunta 4 ¿cree usted que al elaborar un chifle recubierto de panela el mismo tendría acogida por ser un nuevo sabor? .....	32
Tabla 15.....	33

Pregunta 5 ¿Una vez probado el producto recomendaría el producto a otras personas?	33
Tabla 16.....	33
Pregunta 6 ¿En qué lugar le gustaría encontrar el producto?.....	33
Tabla 17.....	34
Pregunta 7 ¿Dentro de la semana con qué frecuencia consumiría el producto? .....	34
Tabla 18.....	35
Pregunta 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de 90 gramos? .....	35
Tabla 19.....	36
Pregunta 9 ¿Le gustaría encontrar el mismo producto en presentaciones más grandes?.....	36
Tabla 20.....	36
Pregunta 10 ¿Luego de la aceptación del producto le gustaría probar nuevos sabores?	36
Tabla 21.....	38
Oferta Actual .....	38
Tabla 22.....	39
Oferta Proyectada.....	39
Tabla 23.....	40
Oferta Actual .....	40
Tabla 24.....	40
Oferta Proyectada.....	40
Tabla 25.....	41
Demanda Histórica.....	41
Tabla 26.....	42
Demanda .....	42
Tabla 27.....	42
Demanda Proyectada.....	42
Tabla 28.....	43
Balance Oferta-Demanda Actual .....	43
Tabla 29.....	43
Balance Proyectado .....	43
Tabla 30.....	45

Capacidad Óptima.....	45
Tabla 31.....	45
Variables .....	45
Tabla 32.....	45
Capacidad instalada.....	45
Tabla 33.....	47
Macro localización.....	47
Tabla 34.....	48
Factores Generales de la Localización.....	48
Tabla 35.....	49
Método Cualitativo por Puntos .....	49
Tabla 36.....	50
Planificación Sistemática de Distribución de Planta (S.L.P).....	50
Tabla 37.....	51
Códigos de Cercanía .....	51
Tabla 38.....	57
Producción del proyecto.....	57
Tabla 39.....	59
Equipos.....	59
Tabla 40.....	61
Ingresos Operacionales .....	61
Tabla 41.....	62
Costos Directos .....	62
Tabla 42.....	63
Costos Indirectos.....	63
Tabla 43.....	64
Gastos Administrativos .....	64
Tabla 44.....	65
Gastos Ventas.....	65
Tabla 45.....	65
Gastos Financieros .....	65
Tabla 46.....	68

Activos Fijos .....	68
Tabla 47.....	69
Activos Nominales .....	69
Tabla 48.....	70
Capital de Trabajo .....	70
Tabla 49.....	71
Fuente de Financiamiento .....	71
Tabla 50.....	72
Financiamiento .....	72
Tabla 51.....	73
Depreciación de Activos Fijos .....	73
Tabla 52.....	73
Depreciación de Activos Diferidos .....	73
Tabla 53.....	74
Estado de Situación Inicial.....	74
Tabla 54.....	75
Estado de Resultados.....	75
Tabla 55.....	76
Flujo de Caja .....	76
Tabla 56.....	77
Tasa de Descuento.....	77
Tabla 57.....	78
Evaluación VAN .....	78
Tabla 58.....	79
Evaluación TIR .....	79
Tabla 59.....	80
Periodo de Recuperación.....	80
Tabla 60.....	81
Periodo de Recuperación PRVC-PRVA .....	81
Tabla 61.....	82
Relación Costo Beneficio.....	82
Tabla 62.....	83

---

Relación Utilidad Neta Sobre Patrimonio.....	83
Tabla 63.....	83
Relación Utilidad Neta Sobre Activo Total .....	83
Tabla 64.....	84
Relación Utilidad Neta Sobre la Inversión .....	84
Tabla 65.....	85
Punto de Equilibrio .....	85

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama Funcional .....	18
Figura 2 Logotipo.....	22
Figura 3 Indicadores de Población .....	26
Figura 4 Pregunta 1¿Consume chifles elaborados artesanalmente (sin marca)? .....	30
Figura 5 Pregunta 2¿Cree que el sabor de un chifle elaborado artesanalmente es mejor que el elaborado industrialmente?.....	31
Figura 6 Pregunta 3 ¿Le gustaría probar chifles cubiertos de panela?.....	31
Figura 7 Pregunta 4 ¿cree usted que al elaborar un chifle recubierto de panela el mismo tendría acogida por ser un nuevo sabor? .....	32
Figura 8 Pregunta 5¿Una vez probado el producto recomendaría el producto a otras personas? .....	33
Figura 9 Pregunta 6 ¿En qué lugar le gustaría encontrar el producto? .....	34
Figura 10 Pregunta 7¿Dentro de la semana con qué frecuencia consumiría el producto?.....	34
Figura 11 Pregunta 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de 90 gramos? .....	35
Figura 12 Pregunta 9¿Le gustaría encontrar el mismo producto en presentaciones más grandes? .....	36
Figura 13 Pregunta 10 ¿Luego de la aceptación del producto le gustaría probar nuevos sabores?.....	37
Figura 14 Mapa Macro Localización .....	47
Figura 15 Mapa Micro Localización.....	48
Figura 16 Plano de la Planta.....	51
Figura 17 Relación Plano de la Planta .....	52
Figura 18 Relación Área Administrativa .....	52
Figura 19 Relación Bodega Materia Prima.....	52
Figura 20 Relación Área de Producción .....	53
Figura 21 Relación Área Control de Calidad.....	53
Figura 22 Relación Bodega Producto Terminado.....	53
Figura 23 Relación Departamento de Gestión y Desarrollo .....	54
Figura 24 Relación Departamento de Comercialización y Ventas .....	54
Figura 25 Relación Área de Residuos.....	54

---

Figura 26 Relación Baños .....	55
Figura 27 Flujo grama.....	56
Figura 28 Punto de Equilibrio .....	85
Fuente: Investigación Propia.....	85

---

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 .....	91
Pelado del Plátano Verde .....	91
Anexo 2 .....	91
Rallado del Plátano Verde.....	91
Anexo 3 .....	91
Fritura del Plátano Verde .....	91
Anexo 4 .....	92
Enfriamiento del Producto .....	92
Anexo 5 .....	92
Añadidura de miel de Panela .....	92
Anexo 6 .....	92
Mezcla de Chifles con Miel de Panela.....	92
Anexo 7 .....	93
Empaquetado del Producto .....	93
Anexo 8.....	93
Producto Final .....	93
Anexo 9.....	93
Materiales y Equipo .....	93

---

## RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto en mención fue desarrollado de la manera más responsable y tomando en consideración todos los conocimientos adquiridos dentro del plan de estudio de la carrera, por ello se ha encontrado muchas ventajas y desventajas con este tema relacionado con la implementación de una micro empresa productora y comercializadora de chifles confitados, tomamos en consideración que el proyecto se lo realiza con la intención de ser independientes laborales y crear fuentes de trabajo familiares para una mejor solvencia económica.

El tema en mención se lo hizo en base a la iniciativa ya implementada en menor escala tomando en consideración los lineamientos adquiridos, se realizó la producción y comercialización del mismo teniendo una buena acogida del producto por lo cual se llegó a tomar la decisión de crear la micro empresa, se realizó la debida investigación de mercado y aceptación de una población la cual estará alrededor de la planta de producción para de esta manera encontrar el impacto y resultado que traerá el mismo, llegando a la conclusión de que la implementación de la micro empresa "MAT-MELOS-CHIFLES" sería una buena inversión con pronta recuperación y rentable, para en un futuro también brindar empleos externos.

---

## ABSTRACT

The project in question was developed in the most responsible manner and taking into account all the knowledge acquired within the curriculum of the race, it found many advantages and disadvantages with this theme related to the implementation of a micro-enterprise producer and marketer of candied chifles, we take into consideration that the project is done is with the intention of becoming independent labor and create sources of working families for a better economic solvency.

Topic on mention was made on the basis of the initiative as implemented on a smaller scale, taking into account the acquired guidelines, was the production and marketing of it having a good reception of the product which was the decision to create the micro-enterprise, was carried out proper investigation of market and acceptance of a population which will be around the production plant for thus find the impact and result that will bring the same, coming to the conclusion that the implementation of the micro enterprise "MAT-MELOS-CHIFLES" would be a good investment with early recovery and profitable, for in the future also provide external jobs.

---

## CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

La creación de “MAT-MELO-CHIFLES” se realiza en base a una iniciativa productiva de crear un sabor diferente de un producto ya existente y a la necesidad familiar de prosperar económicamente y generar fuentes de ingreso adicionales con la finalidad de mantener un estilo de vida próspero y agradable.

En un inicio se hablará de los antecedentes, su origen, utilidad y beneficios, de la misma manera se realizará un análisis situacional de la micro empresa frente a su entorno, se realizará un estudio técnico, en el cual se establecerá la cantidad máxima de producción, los recursos disponibles, así como también factores de localización, distribución del área de trabajo, descripción de procesos y necesidades de maquinaria y equipo.

Este proyecto está enfocado al desarrollo familiar. Utilizando estrategias de negocio que ayuden a la aceptación y posicionamiento del producto, al crear una micro empresa de elaboración de chifles tomando en cuenta que es un sector muy competitivo se tiene espacio como un nuevo participante siempre y cuando se ofrezca un producto innovador y de calidad.

## 1.1 Justificación

En la actualidad el plátano verde es muy utilizado dentro de la gastronomía ecuatoriana por obtener una gran aportación de potasio, dentro de uno de sus productos se encuentra el chifle de sal el cual es muy apetecido por la mayoría de personas y en el cual se ha visto la oportunidad de crear del mismo producto uno de dulce elaborado con panela natural.

Generar un valor agregado a un producto ya existente innovando en un nuevo sabor que aún no se ha producido dentro del mercado nacional que sea de excelente calidad y tenga un precio accesible para el público.

Para la creación del producto se tendrá la facilidad de conseguir la materia prima durante todos los días del año ya que el plátano verde es un producto de comercio recurrente y apetecido.

El proyecto en mención se encuentra relacionado con el objetivo número 10 del plan nacional del buen vivir que dice, Impulsar la transformación de la matriz productiva, el inciso que habla de una estructura productiva orientada al conocimiento y a la innovación, estimulando el nivel técnico y profesional de los trabajadores para de esta manera disminuir las exportaciones de materia prima y ayudar a fomentar el crecimiento de la industria dentro del país.

## 1.2 Antecedentes

A pesar de que los historiadores y especialistas en agricultura tienen la certeza de aquellos productos derivados de las musáceas: banano, plátano y otros similares, provienen de los continentes asiático y africano el plátano macho o verde se dio a conocer en el Mediterráneo en el año 650 DC.

La especie llegó a las Canarias en el siglo XV y desde allí fue trasladado a América en 1516 por las constantes corrientes migratorias de la época.

Luego empezó a crecer en la región húmeda tropical del centro y sur del continente. (Reyes, 2007)

El plátano es el cuarto cultivo de frutas más importante del planeta, los países latinoamericanos y del caribe, producen para el mercado mundial aproximadamente 10 millones de toneladas de un total de 15 millones de toneladas; es consumido en más de 100 países y cada vez va entrando a nuevos mercados. (Risco, 2009).

El plátano tiene forma alargada, ligeramente curvada y cada unidad puede llegar a pesar aproximadamente unos 200 gramos, tiene piel gruesa y de color verdoso y su pulpa es color blanco. La pulpa tiene una consistencia harinosa y su sabor, a diferencia de otros plátanos, no es dulce ya que apenas contiene hidratos de carbono sencillos o azúcares.

Esta fruta cuenta con un alto contenido de hidratos de carbono complejos (almidón), por lo que no es apto para su consumo en crudo. Es muy rica en minerales como el potasio, magnesio, apenas contiene sodio y también aporta cantidades interesantes de vitaminas del grupo B, aunque la mayor parte se pierden durante su cocinado.

Es una fruta de uso exclusivamente culinario. La cocción no altera su contenido de hidratos de carbono (almidón). Su preparación es similar al modo que se cocinan las patatas y las hortalizas, es decir, cocido, frito, asado o al horno, y también puede ser empleado como ingrediente de ciertas sopas. (Bustamante, 2015)

---

## CAPÍTULO 2. ANÁLISIS SITUACIONAL

### 2.1 Ambiente Externo

“El término entorno externo (o el medio ambiente externo), designa todo conjunto de variables externas a la organización pero que la influyen, directa o indirectamente y también puede ser influida por ella.” (Nuñez, 2012)

#### 2.1.1 Factor Económico

Con el tiempo se desarrollaron modelos que se aplicaron de diversa forma y a través de la historia han evolucionado hasta hoy, cuando el mundo todo, obedece a un sistema que tiene su base en la riqueza, que se mide con el dinero, objeto representativo que tomó su valor a partir del oro, hasta hace algunos años, la base del sistema económico mundial, ahora fue reemplazado por el comportamiento de los mercados de capitales, resultantes del comercio internacional. (Morillo, 2017).

##### 2.1.1.1. PIB (Producto Interno Bruto)

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (Mena, 2017).

**Tabla 1****PIB**

AÑO	%
2012	5.6
2013	4.6
2014	3.7
2015	0.3
2016	1.7

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

El PIB en el Ecuador dentro de los cinco últimos años ha venido en descenso, una de las mayores razones es la baja del petróleo desde el año 2012 en un precio de 109 dólares por barril al año 2016 que tuvo un costo de entre 50 y 60 dólares por barril esto afecta drásticamente al descenso del PIB por lo que pone en riesgo las actividades de las micro empresas, pero al año en curso se prevé su aumento por lo que sería bueno para el proyecto en curso.

**2.1.1.2 Inflación**

“Es el incremento de los precios de bienes y servicios especialmente en los bienes de primera necesidad. La inflación se debe contrarrestar mediante la VARIABLE DE PRODUCCIÓN porque mientras más producción haya los precios empezaran a bajar”. (Morillo, 2013)

**Tabla 2****Inflación**

AÑO	%
2012	4.85
2013	3.01
2014	3.41
2015	4.55
2016	1.65

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Diego Haro

### **Análisis:**

La inflación durante los cinco años anteriores a sostenido una variable muy considerable en descenso por lo cual se puede asumir que el proyecto sufrirá un impacto directo ya que se debe considera que en el sector empresarial a menor inflación el poder de adquisición es alto, la competencia crece y los costos de venta del producto disminuyen.

#### **2.1.1.3 Tasa Activa**

“Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Es decir, la que te cobra el banco por el dinero que te presta”. (Soto, 2001)

**Tabla 3**

#### **Tasa Activa**

<b>AÑO</b>	<b>%</b>
2012	8.1
2013	8.17
2014	8.19
2015	9.12
2016	9.15

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Diego Haro

### **Análisis:**

Con los datos tomados de los últimos cinco años se ha llegado a considerar que los intereses han aumentado por lo que será más factible conseguir un crédito para el incremento de capital de nuestra microempresa ya que a los bancos les interesa obtener rentabilidad en este tipo de negociaciones.

#### 2.1.1.4 Tasa Pasiva

Las tasas pasivas entran como componente de las tasas activas a través del llamado costo porcentual promedio de captación (CPP), que es la tasa promedio de tasas pasivas pagadas en un periodo determinado por el sistema financiero según los ahorros captados del público en sus distintas modalidades, ponderado por el valor asociado a cada denominación. (Soto, 2001)

**Tabla 4**

#### Tasa Pasiva

FECHA	%
2012	4.19
2013	5.15
2014	5.18
2015	5.14
2016	5.62

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Diego Haro

#### Análisis:

A pesar de que en los últimos cinco años existe un incremento de la tasa pasiva como microempresa se debe estudiar las opciones de poder invertir el capital de tal manera que genere mayor rentabilidad ya que manteniendo un ahorro no se podrá generar un buen interés.

#### 2.1.2 Factor Social

Otro aspecto clave en un estudio de mercado es el entorno social. Nos estamos refiriendo a elementos como el estilo de vida, el nivel educativo, formación profesional, pautas culturales, demografía, flujos migratorios y distribución de la renta explican el comportamiento del consumidor potencial. Por ello debemos tener en cuenta la realidad social del país al que nos vamos a dirigir. (Peñalver, 2012)

### **Análisis:**

Hablando de factor social, indica que todo tipo de características de una persona influirá en la adquisición del producto por lo que se debe realizar un estudio muy minucioso para poder satisfacer la demanda neta mente estudiada.

#### **2.1.2.1 Población Económicamente Activa (PEA)**

Llámesese así a la parte de la población total que participa en la producción económica. En la práctica, para fines estadísticos, se contabiliza en la PEA a todas las personas mayores de una cierta edad (15 años, por ejemplo) que tienen Empleo o que, no teniéndolo, están buscándolo o a la espera de alguno. Ello excluye a los pensionados y jubilados, a las amas de casa, estudiantes y rentistas así como, por supuesto, a los menores de edad. (Peñalver, 2017)

**Tabla 5**

#### **PEA**

<b>FECHA</b>	<b>PEA</b>
2012	6.701.263
2013	6.952.986
2014	7.194.521
2015	7.498.528
2016	7.861.661

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Diego Haro

### **Análisis:**

En el análisis de los cinco últimos años se puede apreciar que la tasa PEA ha crecido en un porcentaje considerable lo que representa una buena ventaja para la implementación del proyecto en mención ya que habrá más capacidad de demanda.

### 2.1.3 Factor Legal

Para la creación de una micro empresa se debe considerar algunos pasos a seguir para su debido funcionamiento tomando en cuenta que la microempresa se dedicará a la producción y comercialización de un producto alimenticio que debe ser de total satisfacción de al cliente.

#### 2.1.3.1 Patente Municipal

Es un permiso que lo puede obtener las personas naturales, jurídicas, y sociedades domiciliadas en Quito cuya finalidad permite el debido funcionamiento de una entidad dedicada a la actividad comercial, industrial, inmobiliaria, financiera y profesional y esto está basado en el art.547 del COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización)

Sus requisitos para personas naturales son:

- Copia del RUC
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia de papeleta de votación
- Copia de carta predial

#### 2.1.3.2 Ruc (Registro Único De Contribuyentes)

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el documento que identifica e individualiza a los contribuyentes, personas física o jurídica, para fines tributarios. El RUC es el instrumento que permite que el Servicio de Rentas Internas (SRI) realice el control tributario. (Vallejo, 2014)

Requisitos para la obtención del RUC

- Cédula de identidad
- Planilla de agua, luz o teléfono

- Llenar un formulario

### **2.1.3.3 Licencia única de actividades económicas (LUAE)**

“Es el documento habilitante indispensable para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito. El régimen administrativo para su obtención consta en la Ordenanza Metropolitana Nro. 308.”

(Gallego, 2015)

Requisitos para la obtención del (LUAE)

- Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE.
- Copia de RUC actualizado.
- Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones.
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera).
- Certificado Ambiental (cuando se requiera).

### **2.1.3.4 Afiliación Al IESS**

Cada empresa debe estar debida mente registrada para de igual manera poder registra a sus colaboradores como lo indica la ley, para realizar la afiliación se debe acudir a las oficinas del IESS.

Requisitos para la afiliación:

- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.

- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de un servicio básico (agua , luz o teléfono )
- Calificación artesanal si es artesano calificado.
- Original de la cédula de ciudadanía.

#### **2.1.3.5 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.**

Otro de los documentos que se debe obtener para el debido funcionamiento de una microempresa es el de bomberos.

Requisitos para la obtención del permiso:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

#### **2.1.3.6 Registro sanitario**

El registro sanitario es la autorización y el control que ejerce el Ministerio de Salud sobre los productos que son fabricados, importados, envasados o comercializados en el país, que sean de interés sanitario, previa verificación del cumplimiento de los requisitos establecidos en el marco legal correspondiente.

(Gallego, 2017).

Requisitos para la obtención del permiso:

- Solicitud (formulario) de permiso sanitario.
- Copia de la cedula de ciudadanía.
- Copia de papeleta de votación del propietario del negocio.

- Copia del RUC vigente.

#### **2.1.4 Factor Tecnológico**

Se habla de todo aquello que se refiere a poder realizar de mejor manera las cosas durante todo el proceso activo de una empresa, el cual ayuda a una mejor productividad, a encontrar mejores estándares de calidad y a encontrar una mayor variedad de productos.

Los artículos que se utilizara son:

- Cocina industrial de 3 quemadores.
- Dos pailas industriales.
- Rebanadoras manuales.
- Utensilios de cocina: ( escurridor de aceite, cucharon, cuchillos)

#### **Análisis:**

Este factor será muy influyente para el desarrollo del proyecto ya que en un principio se lo realizara de forma manual pero se espera contar con una cortadora estándar de forma circular que se la podrá adquirir en la misma ciudad así como una freidora de mayor tamaño para de esta manera aumentar la producción y satisfacción de más clientes.

## **2.2 Entorno Local**

### **2.2.1 Clientes**

Un cliente es tanto para los negocios y el marketing como para la informática un individuo, sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra, es sinónimo de comprador o de consumidor y se los clasifica en activos e inactivos, de compra frecuente u ocasional, de alto o bajo volumen de compra, satisfecho o insatisfecho, y según si son potenciales. (Bembibre, 2009).

**Tabla 6****Cientes**

CLIENTE	DESCRIPCIÓN
Escuelas del sector	Como un confite nutritivo
Tiendas del sector	Como un confite nutritivo
Corporación Favorita	Cadenas de Supermercados
Santa Maria	Cadenas de Supermercados
Almacenes Tía	Cadenas de Supermercados

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

La apertura de una gran cartera de clientes que sean del todo satisfechos con la finalidad de aumentar la producción dentro de la empresa para seguir ganando mayor mercado y siendo más competitivos.

**2.2.2 Proveedores**

“Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.” (Juarez, 2017)

**Análisis:**

La selección de proveedores de materia prima directa, materia prima indirecta y suministros serán de mucho cuidado ya que en un principio se lo realizará en mercados del sector.

**Tabla 7****Proveedores**

PROVEEDOR	DESCRIPCION
Mercado de Cotocollao	M.P.D plátano verde y panela
Santa Maria	Aceite de palma
Distribuidora LM	Fundas de polibán

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

### 2.2.3 Competencia

Las competencias empresariales son el conjunto de habilidades, conocimientos, comportamientos, concepciones, valores, enmarcados dentro del paradigma educativo de la independencia, que busca formar una persona emprendedora, capaz de generar riqueza y desarrollo social, empezando por crear empresas hasta la formación de cadenas productivas, aprovechando las oportunidades, recursos y posibilidades que tenemos. (Martinez, 2010).

#### Análisis:

En el proyecto en mención se puede mencionar que se convertirá en una competencia directa del resto de empresas, con un producto sustituto para los ya existentes en el mercado.

#### Tabla 8

##### Competidores

Competidores	Descripción
Banchis Food SA	venta de productos similares
Carli Snake	venta de productos similares

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

### 2.3 Análisis Interno

Realizar un análisis interno tiene como objetivo conocer los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa e identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades, y formular estrategias que le permitan potenciar o aprovechar dichas fortalezas, y reducir o superar dichas debilidades. (Guerra, 2014).

### **2.3.1 Planificación Estratégico**

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

#### **Análisis:**

En la planeación estratégica de la empresa del proyecto a desarrollarse, se determinara como primera fase el factor del talento humano con la finalidad de encontrar innovación y participación del mismo para obtener buen resultado y ser muy competitivos dentro del mercado.

#### **2.3.1.1 Misión**

MAT-MELO-CHIFLES es una microempresa productora y comercializadora de chifles confitados que brinda un producto 100 % natural y de calidad para satisfacer las expectativas y gustos de los consumidores.

#### **2.3.1.2 Visión**

MAT-MELO-CHIFLES, dentro de cinco años llegará a ser una empresa competitiva en la elaboración y comercialización de chifles confitados para de esta manera cubrir en su mayoría con la demanda del mercado total y ganar reconocimiento.

#### **2.3.1.3 Objetivos**

##### **2.3.1.3.1 Objetivo Genera**

Elaborar un producto con excelentes parámetros de calidad, que ayude a la empresa en un crecimiento dentro del mercado en un 20% anual hasta cubrir la totalidad del mercado en Quito.

### **2.3.1.3.2 Objetivos Específicos**

- Cumplir con todos los pedidos de los clientes para satisfacer sus requerimientos y de esta manera poder fidelizarlos.
- Seleccionar las materias primas adecuadas para obtener un buen producto.
- Innovar en nuevos sabores para seguir ganando mercado.

### **2.3.1.4 Principios y/o Valores**

#### **2.3.1.4.1 Compromiso**

Compromiso con los clientes al entrega justo a tiempo el producto, que llevará a ganar la confianza, para cumplir y superar con sus expectativas.

#### **2.3.1.4.2 Responsabilidad**

Mantener una responsabilidad neta con los clientes, proveedores y colaboradores para ser la principal elección, obtener buena materia prima y mantener buena relación con los colaboradores para que realicen sus actividades adecuadamente y de manera segura para una producción eficiente y de calidad.

#### **2.3.1.4.3 Respeto**

El respeto será parte fundamental aplicada con todos los que tengan influencia directa e indirecta mente con la empresa para trabajar en armonía y mantener un ambiente sano y progresivo dentro de la empresa.

#### **2.3.1.4.4 Trabajo en equipo**

Estimular a los colaboradores con el fin de que se sientan comprometidos con la empresa para de esta manera obtener resultados competitivos.

#### **2.3.1.4.5 Honestidad**

Se la denominará como la carta de presentación de la organización ya que en cada actividad desarrollada por los colaboradores se reflejará el manejo adecuado de la empresa.

#### **2.3.1.5.6 Políticas**

- Dar respuesta a los requerimientos de los clientes en los tiempos determinados.
- Ofrecer productos a precios accesibles.
- Mantener claro los horarios de atención y siempre estar dispuesto a adaptarse a las necesidades del cliente.

#### **2.3.2 Gestión Administrativa**

La gestión administrativa es la forma en que se utilizan los recursos escasos para conseguir los objetivos deseados. Se realiza a través de 4 funciones específicas: planeación, organización, dirección y control. En los últimos años, algunos autores añadieron una función más, que vale la pena tener en cuenta: la integración del personal. (Sanchez, 2009).

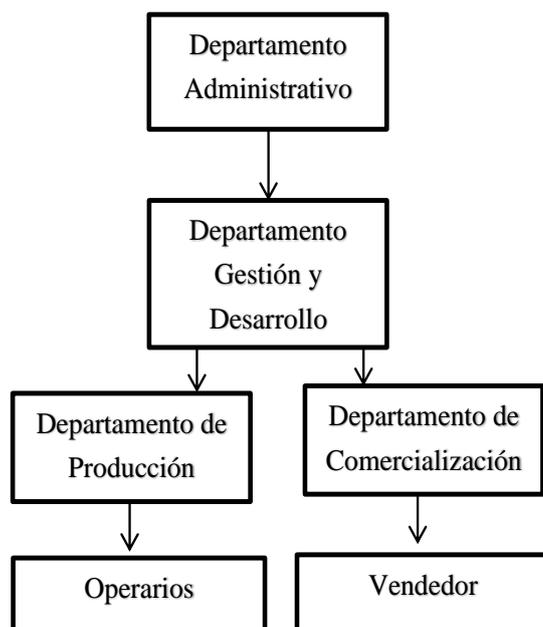


Figura 1 Organigrama Funcional

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

### 2.3.2.1 Estructura Funcional

#### 2.3.2.1.1 Departamento administrativo

Esta área se encargará de controlar la selección de personal, compras de materia prima e insumos, inventarios, archivo y control financiero.

#### 2.3.2.1.2 Departamento de Gestión y Desarrollo

Este departamento se encargará de elaborar planes de mejora continua, desarrollar gestión de calidad y realizar innovaciones de productos que sigan a portando al crecimiento de la empresa.

#### 2.3.2.1.3 Departamento de comercialización

Este departamento se encargará de la distribución y venta del producto y de igual manera de la incrementación de mercado del mismo.

#### **2.3.2.1.4 Departamento de producción**

Esta área se conformará de 2 operarios, quienes se encargan de controlar toda la línea de producción, de una manera apropiada y ordenada que sistematicé de forma más rápida el proceso de cada actividad.

#### **2.3.3 Gestión Operativa**

“La gestión operativa en el ámbito empresarial se refiere al día a día, esto quiere decir que son acciones realizadas para que la empresa sobreviva, siga existiendo, al día siguiente.” (Enriquez, 2012)

##### **Análisis:**

Al hablar de la gestión operativa se refiere al personal el cual se encargara de cumplir con todo el proceso de producción, con la finalidad de elaborar un producto de calidad y que cumpla con todos los procesos que lleguen a ser establecidos por la empresa.

La gestión operativa de este proyecto está enfocada en la producción de chifles confitados a través de las siguientes actividades:

- Controlar la calidad de la materia prima.
- Supervisión de procesos.
- Control de calidad de producto terminado.

#### **2.3.4 Gestión Comercial**

La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad. (Gallego L. , 2001)

#### 2.3.4.1 Precio

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio al momento de ofrecerlo a los consumidores y, por tanto, el valor monetario que los consumidores deben pagar a cambio de obtener dicho producto o servicio. (Guerra, 2014).

##### **Análisis:**

El precio del producto es una de las decisiones más importantes que debe tomar en cuenta dentro de la empresa ya que representa ingresos para la misma, con otros elementos como: plaza, producto, promoción tomando en cuenta que luego de un debido análisis este precio no solo deberá ser competitivo si no también rentable.

Estrategias:

- Determinar un precio accesible al público.
- Reducir costos pero no calidad.
- Analizar los precios de la competencia para poder mejóralos y ser competitivos.

#### 2.3.4.2 Plaza

Se lo considerará al nicho de mercado a donde se enfocará el producto, es un elemento de marketing que se utilizara para conseguir que el producto llegue satisfactoriamente al cliente según las necesidades y requerimientos que este tenga.

##### **Análisis:**

La plaza determinará a donde se dirigirá el producto, es decir clientes de una manera accesible donde se pueda dar a conocer e ir generando mayor mercado.

Estrategias:

- Dirigir a la empresa en un lugar comercial donde la competencia no tenga mucho acogimiento.

- Crear sucursales teniendo en cuenta la estabilidad económica de la empresa
- Proporcionar líneas de distribución directa que no incurra en muchos gastos.

#### **2.3.4.3 Promoción**

La promoción es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir, y recordarles al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario. (Hinojoso, 2010)

##### **Análisis:**

La promoción permitirá difundir beneficios del producto y su precio, de esta manera posicionarse en el mercado obteniendo ganancia en ventas.

Estrategias:

- Ventas al por mayor con precios que generen utilidad.
- Generar muestras del producto para el público.
- Promocionar el producto dentro de redes sociales

#### **2.3.4.4 Producto**

El marketing establece que un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor. En este sentido, el producto trasciende su propia condición física e incluye lo que el consumidor percibe en el momento de la compra (atributos simbólicos, psicológicos, etc.). El producto no material, por su parte, se denomina servicio. Por ejemplo: una computadora (ordenador) y un módem son productos; la conexión a Internet es un servicio. (Pérez, 2009).

### **Análisis:**

Se brindará un producto de calidad seleccionando lo mejor de la materia prima para que sea competitivo en el mercado, cumpliendo normas de sanidad y utilizando lo menos posibles materiales dañinos para el medio ambiente.

Estrategias:

- Mantener un producto 100% artesanal.
- Enfocarse en un empaque adecuado para una buena presentación del producto.
- Mantener un control de calidad y cantidad adecuado.
- Realizar una cartilla con la descripción del producto y la semaforización que el mismo lo requiera según lo especificado por las normas establecidas.

### **2.3.4.5 Slogan**

“Es esa frase que acompaña a tu marca y que intenta trasladarle a tu (posible) cliente el valor que tiene tu producto, el beneficio que le ofrece.” (Borges, 2013)

- “Un producto de calidad ayuda al crecimiento de una empresa”

### **2.3.4.6 Logotipo**

“El logotipo o logo de una empresa o marca es un diseño gráfico conformado generalmente por letras, símbolos y/o signos, que tiene como finalidad representar e identificar una empresa o marca, así como distinguirla de las demás empresas o marcas competidoras.” (Guerra, 2014)



Figura 2 Logotipo

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Diego Haro

### 2.3.4.7 Nombre De Empresa

- Nombre Jurídico: MAT-MELOS-CHIFLES
- Nombre Comercial: MAT-MELOS-CHIFLES

### 2.4 Análisis FODA

“Es un cuadro de situación que resume las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que enfrenta una empresa, y que permite trazar cursos de acción sobre la base de un diagnóstico tanto interno como externo.” (Villalobos, 2012).

**Tabla 9**

#### FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Es un producto de un nuevo sabor que la competencia no lo tiene.</li> <li>➤ Al ser una empresa familiar el personal se encuentra comprometido con ella.</li> <li>➤ La materia prima es accesible de conseguir durante todo el año.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tener un amplio mercado para de venta de un tipo de producto de estas características.</li> <li>➤ La maquinaria para crecimiento de la empresa es de fácil accesibilidad.</li> <li>➤ Tenemos un producto que es consumido por la mayoría de personas.</li> </ul>
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Los procesos aún no se encuentran total mente establecidos.</li> <li>➤ No se cuenta con financiamiento para compra de maquinaria.</li> <li>➤ Salarios al mínimo por comienzo de actividades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mercado abarcado por marcas reconocidas.</li> <li>➤ Aumento de precios en los insumos.</li> <li>➤ Tecnología avanzada dentro de la competencia para mejorar el producto.</li> </ul>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Diego Haro

---

### **Análisis:**

- Al elaborar un producto con un nuevo sabor dentro del mercado se podrá obtener una buena aceptación por parte de los consumidores y llegar a ser reconocidos gracias a la innovación del mismo.
- En un principio los colaboradores serán familia lo cual ayuda al cumplimiento neto de las actividades de la empresa, adicional a esto se puede llegar a una concesión donde por medio de inversión colectiva se podrá acceder a maquinaria para aumentar la producción.
- Para la elaboración del producto en mención la materia prima es sencilla de encontrar por lo que la producción no se vería comprometida y por ende los requerimientos de los clientes se cumpliría en su totalidad y en aumento ya que lo consumen la gran mayoría de la población a cubrir.
- Dentro de los principales problemas que se tendría es la falta de estandarización de procesos para la producción por lo que la competencia podría seguir ganando mercado al ser una marca ya posicionada.
- Al querer aumentar considerablemente la producción y no estar neta mente posicionados será complicado conseguir financiamiento para la adquisición de nueva maquinaria, tomando en cuenta que está sujeta al aumento de precios en las mismas y también de los insumos.
- Los sueldos de los trabajadores deberán mantenerse en los salarios básicos hasta llegar a obtener margen de utilidad considerable, se debe tomar en cuenta que luego de la utilidad se debe realizar una reinversión para poder llegar a la competitividad con tecnología de la maquinaria de los competidores directos para poder mantenerse en el mercado.

---

## CAPÍTULO 3. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (Pozzo, 2017)

### **Análisis:**

Al realizar un estudio de mercado debidamente esquematizado, se llegará a la conclusión de implementar la creación del producto dentro de una población indicada para de esta manera poder llegar al crecimiento empresarial adecuado dentro del mismo.

### **3.1. Análisis del Consumidor**

“El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo.” (Silva, 2013)

#### **3.1.1 Determinación de la población y muestra**

##### **3.1.1.1 Población**

La determinación de la población del sector La Roldos donde se llevara a cabo el proyecto se la realizo gracias a las últimas estadísticas de la alcaldía del distrito metropolitano de Quito en el año 2010, implementando un cálculo de secuencia con un índice de crecimiento del 1,5%, se definió la cantidad de habitantes en la actualidad.



Figura 3 Indicadores de Población  
Fuente: Estadísticas 2010 Quito  
Elaborado por: Diego Haro

**Tabla 10**

### Determinación de la Población

Tasa de crecimiento	1,5%	Columna1	Columna2	Columna3	Columna4	Columna5	Columna6	Columna7
Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Población distrito metropolitano de Quito	2239191	2272779	2306871	2341474	2376596	2412245	2448428	2485155
Población zona la Delicia	341125	346242	351436	356707	362058	367489	373001	378596
Población barrio la Roldos	11166	11333	11503	11676	11851	12029	12209	12393

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Diego Haro

#### 3.1.1.2 Muestra

La determinación de la muestra no es otra definición que una parte de la totalidad de nuestra población a la cual se quiere analizar sus gustos o preferencias, por lo tanto la muestra de la población se la llevará a cabo acorde a una fórmula ya establecida.

### 3.1.1.3 Formulación de la muestra

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

Nomenclatura: n= Tamaño de la muestra

N= Población o universo

P= Posibilidad de éxito (50%)

Q= Posibilidad de Fracaso (50%)

E<sup>2</sup>= Margen de error (5%)<sup>2</sup>

Z<sup>2</sup>= Nivel de confianza (1.96)<sup>2</sup>

$$n = \frac{12393 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot (1,96)^2}{(12393-1) \cdot (0,05)^2 + 0,5 \cdot 0,5 \cdot (1,96)^2}$$

$$n = 385,15$$

### 3.1.2. Técnicas de obtención de la información

Las técnicas de recolección de información son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada.

El actor debe seleccionar la técnica más apropiada, para examinar cualquier operación, actividad, área, programa, proyecto o transacción de la entidad bajo examen.

Las técnicas de recolección de información se clasifican en:

- Verbales: entrevista, encuestas y cuestionarios
- Oculares: observación, comparación o confrontación, revisión selectiva y rastreo
- Documentales: comprobación y revisión analítica
- Físicas: reconocimiento real
- Escritas: análisis, conciliación, confirmación, calculo y tabulación (Batista, 2017)

La técnica se utilizara para la elaboración de este proyecto será la Verbal basándonos en las Encuestas.

### 3.1.2.1 Modelo de la Encuesta

#### ENCUESTA DE GUSTO POR CHIFLES CONFITADOS #001



Instrucciones:

- Conteste con la verdad la siguiente encuesta.
- Encierre en un círculo la respuesta seleccionada
- Elija una sola opción

Objetivo:

- Conocer si el producto tendrá aceptación
- Saber a la frecuencia de consumo del producto

Pregunta 1.- ¿Consume chifles elaborados artesanalmente (sin marca)?

1.- si

2.- no

Pregunta 2.- ¿cree que el sabor de un chifle elaborado artesanalmente es mejor que el elaborado industrial mente?

1.- si

2.- no

Pregunta 3.- ¿Le gustaría probar chifles cubiertos de panela?

1.- si

2.- no

Pregunta 4.- ¿cree usted que al elaborar un chifle recubierto de panela el mismo tendría acogida por ser un nuevo sabor?

1.- si

2.- no

Pregunta 5.- ¿Una vez probado el producto recomendaría el producto a otras personas?

1.- si

2.- no

Pregunta 6.- ¿En qué lugar le gustaría encontrar el producto?

1.- tienda del barrio

2.- súper mercado

3.- bares de las escuelas y colegios

Pregunta 7.- ¿dentro de la semana con qué frecuencia consumiría el producto?

1.- 1-5 veces

2.- 5-10 veces

3.- más de 10 veces

Pregunta 8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de 90gramos?

1.- 0.40ctvs-0.50ctvs

2.- 0.50ctvs-0.60ctvs

3.- 0.60ctvs-0.70ctvs

Pregunta 9.- ¿le gustaría encontrar el mismo producto en presentaciones más grandes?

1.- si

2.- no

Pregunta 10.- ¿luego de la aceptación del producto le gustaría probar nuevos sabores?

1.- si

2.- no

### 3.1.3. Análisis de la información

**Tabla 11**

**Pregunta 1 ¿Consume chifles elaborados artesanalmente (sin marca)?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	319	82.9
No	66	17.1
Total	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

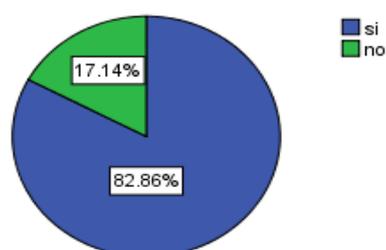


Figura 4 Pregunta 1 ¿Consume chifles elaborados artesanalmente (sin marca)?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

#### **Análisis:**

En la primera pregunta de la encuesta se puede apreciar que el consumo de chifles es considerable por lo que podrá lanzar el nuevo producto a una población adecuada.

**Tabla 12**

**Pregunta 2 ¿Cree que el sabor de un chifle elaborado artesanalmente es mejor que el elaborado industrialmente?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	279	72.5
No	106	27.5
Total	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

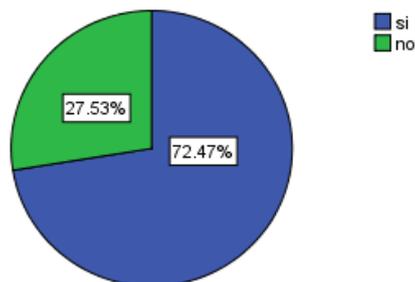


Figura 5 Pregunta 2; ¿Cree que el sabor de un chifle elaborado artesanalmente es mejor que el elaborado industrialmente?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

### Análisis:

Dentro de los gustos de la población estudiada se ha llegado a la conclusión de que el producto elaborado artesanalmente es de mayor aceptación dentro del consumo, por lo que, es un punto favorable para la implementación del proyecto en mención.

### Tabla 13

#### Pregunta 3; ¿Le gustaría probar chifles cubiertos de panela?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	348	90.4
No	37	9.6
Total	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

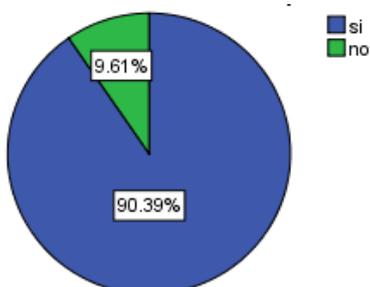


Figura 6 Pregunta 3 ¿Le gustaría probar chifles cubiertos de panela?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

### Análisis:

Dentro de las encuestas se llegó a la conclusión de que un gran porcentaje acepta la implementación de un nuevo sabor de un producto ya conocido, esto es un buen punto de referencia ya que la población está con la intriga de probar nuevos sabores.

**Tabla 14**

#### Pregunta 4 ¿cree usted que al elaborar un chifle recubierto de panela el mismo tendría acogida por ser un nuevo sabor?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	307	79.7
No	78	20.3
Total	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

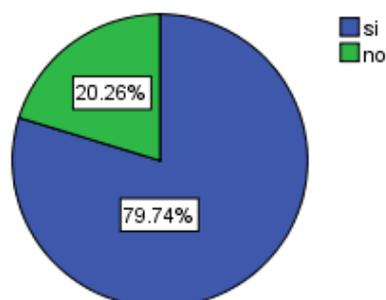


Figura 7 Pregunta 4 ¿cree usted que al elaborar un chifle recubierto de panela el mismo tendría acogida por ser un nuevo sabor?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

### Análisis:

La gráfica de la cuarta pregunta ha demostrado que la población de estudio tendría una perfecta acogida por ser un nuevo producto de tal manera que es un motivante para incurrir en la elaboración del mismo.

**Tabla 15**

**Pregunta 5 ¿Una vez probado el producto recomendaría el producto a otras personas?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	324	84.2
No	61	15.8
Total	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

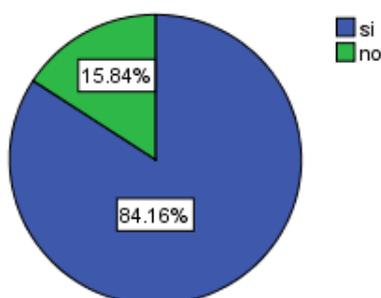


Figura 8 Pregunta 5 ¿Una vez probado el producto recomendaría el producto a otras personas?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

### **Análisis:**

Tomando en consideración que el 84,16% recomendaría el producto se debe acercar aún más la atención de satisfacer con un producto de calidad a los clientes.

**Tabla 16**

**Pregunta 6 ¿En qué lugar le gustaría encontrar el producto?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Tienda del Barrio	182	47.3
Súper Mercado	126	32.7
Bares de Escuelas y Colegios	77	20
Total	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

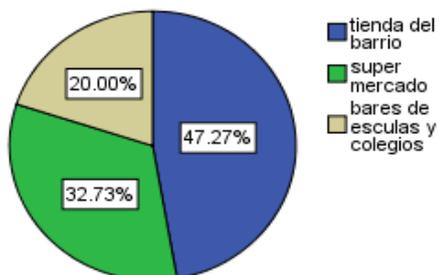


Figura 9 Pregunta 6 ¿En qué lugar le gustaría encontrar el producto?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

### Análisis:

Con respecto a la elección del clientes con un 47,27% siendo la mayor, se debe considerar buscar como un consumidor potencial a las tiendas del barrio de la población estudiada.

Tabla 17

### Pregunta 7 ¿Dentro de la semana con qué frecuencia consumiría el producto?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1-5 veces	163	42.3
5-10 veces	175	45.5
más de 10 veces	47	12.2
Total	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

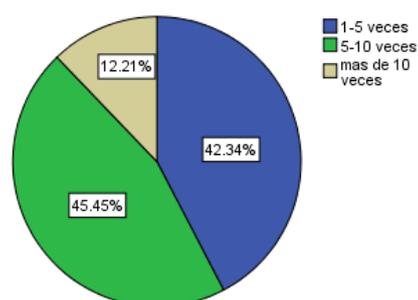


Figura 10 Pregunta 7¿Dentro de la semana con qué frecuencia consumiría el producto?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

### Análisis:

En un porcentaje considerable se puede observar que el producto podría tener un consumo muy frecuente dentro de la semana por lo que la producción sería considerable y ayudaría a una expansión considerable.

**Tabla 18**

### Pregunta 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de 90 gramos?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
0,40ctvs- 0,50ctvs	154	40
0,50ctvs- 0,60ctvs	174	45.2
0,60ctvs - 0,70ctvs	57	14.8
Total	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

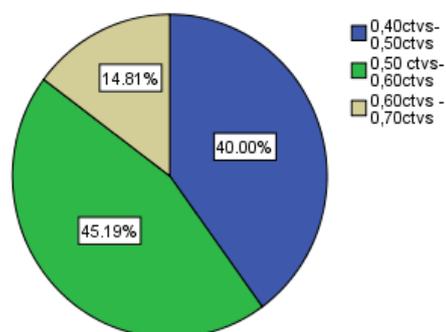


Figura 11 Pregunta 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de 90 gramos?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

### Análisis:

Con un porcentaje de 45,19% se puede llegar a la conclusión de que el producto al tener un peso mayor al de la competencia con relación de un valor igual se puede tener buena acogida para competir dentro del mercado.

**Tabla 19****Pregunta 9 ¿Le gustaría encontrar el mismo producto en presentaciones más grandes?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	295	76.6
No	90	23.4
Total	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

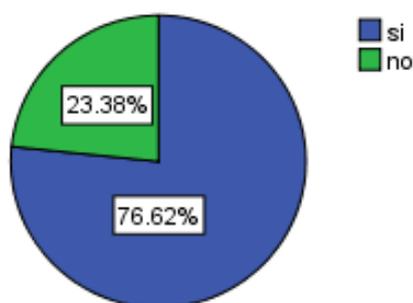


Figura 12 Pregunta 9 ¿Le gustaría encontrar el mismo producto en presentaciones más grandes?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

Con un porcentaje de 76,62% se puede apreciar que la población una vez aceptado el producto tendría preferencia por una medida mayor o menor para satisfacer su necesidad de comensal por lo que se debe tomar en consideración como microempresa satisfacer este requerimiento.

**Tabla 20****Pregunta 10 ¿Luego de la aceptación del producto le gustaría probar nuevos sabores?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	299	77.7
No	86	22.3
Total	385	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

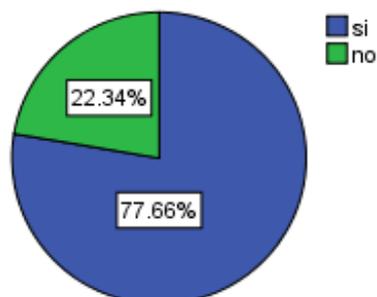


Figura 13 Pregunta 10 ¿Luego de la aceptación del producto le gustaría probar nuevos sabores?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Diego Haro

### **Análisis:**

Con un porcentaje del 77.66% se debe tomar en consideración que como microempresa se estará inmerso en la innovación de nuevos sabores para seguir siendo emprendedores y diferentes con el resto del mercado.

### **3.2. Oferta**

Para la economía, la oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto.

Realizando una simplificación, puede decirse que la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos. (Porto, 2009)

#### **3.2.1 Oferta Histórica**

En el análisis del mercado es importante verificar el movimiento de la competencia para analizar la cobertura del producto, pero se debe tomar en consideración que al ser un producto nuevo el mismo no presenta ofertas anteriores.

### 3.2.2. Oferta Actual

Está determinada por la cantidad de producto ofrecidos por muchas empresas de productos similares, pero se toma en consideración que el producto al ser nuevo el objetivo indicado es satisfacer la necesidad de los clientes con una oferta de producto indicado tanto en cantidad y calidad.

#### 3.2.2.1 Calculo de la oferta actual

La determinación de la ofertar del proyecto en curso se la realiza con una formula ya establecida donde indica que la muestra de la población se la debe multiplicar por el porcentaje de la aceptación obtenido por el análisis realizado por las encuesta tal como lo indica la siguiente tabla.

**Tabla 21**

#### Oferta Actual

<b>Demanda proyectada</b>	<b>% Frecuencia</b>	<b>Oferta Actual</b>
55545.43	0.83	46102.7

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

### 3.2.3 Oferta Proyectada

Se tiene planteado que el desarrollo del proyecto para el año 2021 sea una micro empresa de reconocimiento dentro del sector productivo, esto debido a la correcta manipulación de recursos y cumplimiento con los clientes, por lo que el índice de crecimiento de la oferta se mantendrá según el cálculo de aceptación de la encuesta realizada que al momento se encuentra en 0.83% según indica la siguiente tabla.

**Tabla 22**

**Oferta Proyectada**

<b>Año</b>	<b>Demanda proyectada</b>	<b>PIB sectorial</b>	<b>Oferta Proyectada</b>
2017	55,545.43	0.83	46,102.70
2018	46,102.70	0.83	38,265.24
2019	38,265.24	0.83	31,760.15
2020	31,760.15	0.83	26,360.93
2021	26,360.93	0.83	21,879.57

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**3.3 Productos Sustitutos**

Los productos sustitutos limitan el potencial de una empresa, ya que la política de productos sustitutos consiste en buscar otros que puedan realizar la misma función que el que fabrica la empresa líder. Este concepto es el que hace que entre en competencia directa con el producto al que se le presenta como sustitutivo, ya que cumple la misma función dentro del mercado y satisface la misma necesidad en el consumidor. Los productos sustitutos que entran en mayor competencia son los que mejoran la relación precio-rentabilidad con respecto al producto de la empresa en cuestión. (Fernandez, 2017)

**3.3.1 Oferta histórica**

Al tratarse de un proyecto con un ámbito innovador no se puede dar estadísticas de una oferta histórica pero se tomara a pie el comportamiento de la materia prima para tratar de relacionar el comportamiento de circulación del producto.

**3.3.2 Oferta Actual**

El 30% de la oferta mundial de banano proviene de Ecuador, siendo el mayor exportador en el mundo.

Esta fruta representa el 10% de las exportaciones totales y el segundo rubro de mayor exportación del país, al ser apetecida por consumidores de los mercados más exigentes y formar parte de la dieta diaria de millones de personas. (Porto, 2016)

**Tabla 23**

**Oferta Actual**

REGIÓN Y PROVINCIA	SUPERFICIE		PRODUCCIÓN VENTAS	
	Plantada	Cosechada	(Tm.)	(Tm.)
REGIÓN SIERRA	21,078	18,940	152,157	134,918
REGIÓN COSTA	71,369	61,226	391,170	349,987
REGIÓN ORIENTAL	17,662	14,745	67,087	45,762
TOTAL NACIONAL	110,110	94,911	610,413	530,668

Fuente: Investigación INEC

Elaborado por: Diego Haro

**3.3.3 Oferta proyectada**

El desarrollo de la producción de plátano verde a tenido una variación entre incremento y descenso no tan considerable por lo que se podrá dar cuenta de que el proyecto podrá ser rentable ante la demanda.

**Tabla 24**

**Oferta Proyectada**

AÑO	SUPERFICIE		PRODUCCIÓN
	Plantada	Cosechada	(Tm.)
2012	114272	91778	559319
2013	151442	121824	604134
2014	131340	104573	761225
2015	123354	105816	675538
2016	110109	94910	610412

Fuente: Investigación INEC

Elaborado por: Diego Haro

### 3.4 Demanda

Para la economía, la demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. Puede hablarse de demanda individual (cuando involucra a un consumidor) o demanda total (con la participación de todos los consumidores de un mercado). (Gardey A. , 2017)

#### 3.4.1 Demanda Histórica

Según el INEC, En el último censo realizado el 28 de noviembre del 2010 es en sector de la Roldos contaba con una población de 11166 habitantes, los habitantes en su mayoría acuden a tiendas del barrio a consumir productos sustitutos.

El dato de nuestra demanda histórica se la realizó según el censo indicado del año 2010 esto por el porcentaje de la tasa de crecimiento del 1,5% y así se llegó al año actual.

**Tabla 25**

#### **Demanda Histórica**

<b>Año</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Población barrio la Roldos	11166	11333	11503	11676	11851	12029	12209	12393

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Diego Haro

#### 3.4.2 Demanda actual

Hernández Abraham en su página N° 49 expresa que: Sirve no solo para determinar el volumen que se consume en el presente, sino también para estimar la cantidad que se consumirá en el futuro, sin embargo la proyección se hace tomando como base el comportamiento histórico y el análisis de las situaciones que han influido.

### 3.4.2.1 Cálculo de la demanda actual

El cálculo de la demanda del proyecto esta efectuada en base a la población estudiada por la tasa de crecimiento dentro del sector, tal como lo indica la siguiente tabla.

**Tabla 26**

#### **Demanda**

<b>Población</b>	<b>% tasa de crecimiento</b>	<b>Demanda Actual</b>
55545.43	1	55545.43

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

### 3.4.3 Demanda Proyectada

La demanda proyectada se la determinará según la tasa de crecimiento establecida según el INEC que es del 1.5% para de esta manera observar el crecimiento a 5 años de la población tal como lo indica la siguiente tabla.

**Tabla 27**

#### **Demanda Proyectada**

<b>Año</b>	<b>Demanda Actual</b>	<b>Tasa de Crecimiento</b>	<b>Demanda Proyectada</b>
2017	55,545.43	1	55,545.43
2018	55,545.43	1.5	83,318.14
2019	83,318.14	1.5	124,977.21
2020	124,977.21	1.5	187,465.81
2021	187,465.81	1.5	281,198.72

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

### 3.5 Balance Oferta-Demanda

El resultado de este balance permite acercarse netamente a la población insatisfecha la cual de manera efectiva se podrá cubrir en un porcentaje con un nuevo producto basado en buena calidad.

### 3.5.1 Balance actual

Tabla 28

#### Balance Oferta-Demanda Actual

Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
2017	55,545.43	46,102.70	9,442.72

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

### 3.5.2 Balance proyectado

El conocimiento de la demanda y oferta proyectada permitirá conocer la demanda disponible del proyecto, es decir, la demanda insatisfecha de estos resultados por cada año proyectado.

Tabla 29

#### Balance Proyectado

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2017	55,545.43	46,102.70	9,442.72
2018	83,318.14	38,265.24	45,052.90
2019	124,977.21	31,760.15	93,217.06
2020	187,465.81	26,360.93	161,104.89
2021	281,198.72	21,879.57	259,319.15

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

---

## CAPÍTULO 4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión.

Consiste en resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. (Baca, 2001).

El estudio técnico describe el proceso productivo indispensable para la elaboración y comercialización de un producto tomando en cuenta los objetivos del proyecto.

### 4.1 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. (Rodas, 2017)

#### 4.1.1 Capacidad instalada

Término que se usa para hacer referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado en una cierta rama de actividad.

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. (Porto, 2017)

Normalmente la capacidad instalada no se usa en su totalidad: hay algunos Bienes que se emplean sólo en forma limitada puesto que ellos tienen un potencial superior al de otros bienes de Capital que intervienen en forma conjunta en la producción de un Bien determinado. (Porto, 2017)

**Tabla 30****Capacidad Óptima**

Áreas	Longitud
Área administrativa	5mts x 6mts = 30mts
Área de Control de Calidad	2mts x 6mts = 12mts
Área de Producción	8mts x 6mts = 48mts
Baños	1.50mts x 2mts = 3mts
Bodega de Materia Prima	2mts x 6mts = 12mts
Bodega Producto Terminado	3mts x 6mts = 18mts
Departamento de Comercialización y Ventas	3mts x 3mts = 9mts
Departamento de Gestión y Desarrollo	3mts x 3mts = 9mts

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Tabla 31****Variables**

Días de trabajo	5 días
Horas diarias	8 horas
Turnos	1
Tiempo productivo	8 horas 480 unidades de 90gr
Trabajadores	2

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Tabla 32****Capacidad instalada**

Capacidad efectiva	Medida	8 horas	1 turno	5 días	4 semanas	1 año
Capacidad de diseño	unidades	120	720	3600	14400	172800
Producción real	unidades	80	480	2400	9600	115200
Utilización	66.67%					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

### **4.1.2 Capacidad óptima**

La elección de la dimensión lleva aparejada una determinada capacidad productiva; es decir, el nivel de producción al que podemos llegar como máximo. Lógicamente, la dimensión óptima estará relacionada con la capacidad productiva deseada. Para calcularla deberemos disponer de información sobre cuáles serán nuestras ventas y cómo se distribuirán en el tiempo. De esta forma, a mayor volumen de ventas, mayor capacidad necesitaremos. Sin embargo, también hay que tener en cuenta el concepto de estacionalidad, es decir, el modo en que éstas se realizan durante el año. (Gomez, 2012)

### **4.2 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. (Rodas, 2017)

La microempresa estará ubicada en la Roldos al norte del distrito metropolitano de Quito por su amplio mercado, donde será más factible el reconocimiento del producto y su respectiva aceptación.

#### **4.2.1 Macro localización.**

La macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social.

Así mismo consiste en la ubicación de la empresa en el país, en el espacio rural y urbano de alguna región. (Monteagudo, 2012)

La macro localización de la microempresa se encontrará ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito por su costo de la vida.

**Tabla 33**

**Macro localización**

<b>País</b>	<b>Ecuador</b>
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
<b>Sector</b>	<b>La Roldos</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

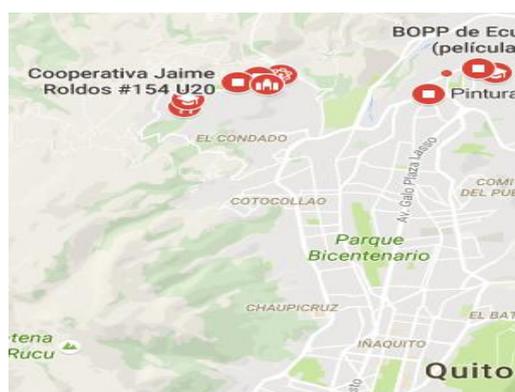


Figura 14 Mapa Macro Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

**4.2.2 Micro localización**

Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido. (Monteagudo, 2012)



Figura 15 Mapa Micro Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

La microempresa se encuentra ubicada en el sector de La Roldos calle Rumihurco N 86 lugar donde se realizara la producción y comercialización de chifles confitados por su Mano de Obra, Materia Prima, Cercanía de Mercado entre otros.

#### 4.2.3 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.” (Baca, 2001).

Tabla 34

#### Factores Generales de la Localización

FACTORES	PESO ASIGNADO
Costo Materia Prima	15%
Costo Mano de Obra	5%
Costo de Insumo	10%
Vías de Acceso	10%
Cercanía al cliente	30%
Infraestructura	10%
Proveedores	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Tabla 35****Método Cualitativo por Puntos**

VARIABLES	PESO ASIGNADO	Roldos	La Ofelia	Cotocollao	CALIFICACION PONDERA	CALIFICACION PONDERA
		CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION		
Costo Materia Prima	0.15	8	6	5	1.2	0.75
Costo Mano de Obra	0.05	7	6	5	0.35	0.25
Costo de Insumo	0.1	8	6	5	0.8	0.5
Vías de Acceso	0.1	8	4	3	0.8	0.3
Cercanía al cliente	0.3	8	3	2	2.4	0.6
Infraestructura	0.1	5	6	5	0.5	0.5
Proveedores	0.2	8	7	5	1.6	1
TOTAL	1				7.65	3.9

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**4.3 Ingeniería del producto**

La expresión ingeniería de producto se refiere al proceso de diseño y desarrollo de un equipo, sistema o aparato de forma tal que se obtiene un elemento apto para su comercialización mediante algún proceso de fabricación. Por lo general la ingeniería de producto comprende actividades relacionadas con optimizar el costo de producción, su facilidad de fabricación, su calidad, funcionalidad, confiabilidad y otras características importantes para el usuario. Asimismo se busca obtener un producto con estas características de manera que el producto resulte más atractivo y competitivo en el segmento del mercado que tiene por objetivo. (Mendoza, 2016)

**4.3.1 Definición del Bienes y Servicios**

“Los bienes y servicios son el resultado de los esfuerzos humanos para satisfacer los deseos y necesidades de las personas. La producción económica se divide en bienes físicos y servicios intangibles”. (Porto, 2017)

El producto que se oferta con el desarrollo del proyecto es un bien de características alimenticias el mismo que está elaborado de manera artesanal a base de plátano verde y cubierto con miel de panela, (confitado).

### 4.3.2 Distribución de la planta

En un entorno globalizado cada vez más las compañías deben asegurar a través de los detalles sus márgenes de beneficio. Por lo tanto, se hace imperativo evaluar con minuciosidad mediante un adecuado diseño y distribución de la planta, todos los detalles acerca del qué, cómo, con qué y dónde producir o prestar un servicio, así como los pormenores de la capacidad de tal manera que se consiga el mejor funcionamiento de las instalaciones. (López, 2017)

#### 4.3.2.1 Matriz Planificación Sistemática de Distribución de Planta (S.L.P)

“El concepto puede traducirse como “disposición” o “plan” y tiene un uso extendido en el ámbito de la tecnología, la noción de Layout suele utilizarse para nombrar al esquema de distribución de los elementos dentro un diseño de la planta”. (López, 2010)

**Tabla 36**

#### Planificación Sistemática de Distribución de Planta (S.L.P)

Planificación Sistemática de Distribución de Planta	
Área administrativa	I3
Bodega de Materia Prima	I3 O3
Área de Producción	A1 U5 O4 O3
Área de Control de Calidad	A1 U2 I3 E1 I4 I3
Bodega Producto Terminado	E2 O1 E3 X2 I3 O5 X2 O5
Departamento de Gestión y Desarrollo	U5 I3 O4 O5 I3 X4 O5
Departamento de Comercialización y Ventas	A1 X4 I5 O1 I5
Área de Residuos	O5
Baños	X2

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Diego Haro

**Tabla 37**

**Códigos de Cercanía**

Codigos de Cercanía		Razon de Cercanía	
A	ABSOLUTAMENTE NECESARIO QUE ESTE CERCA	1	POR PROCESOS
E	ESPECIALMENTE QUE ESTE CERCA	2	POR SEGURIDAD
I	IMPORTANTE QUE ESTE CERCA	3	POR ADMINISTRACIÓ
O	CERCANÍA ORDINARIA	4	POR CONTROL
U	CERCANÍA INDIFFERENTE	5	POR CONVENIENCIA
X	CERCANÍA INDESEABLE		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**4.3.2.2 Plano del proyecto**

Es la imagen del desarrollo y distribución de la planta según la necesidad para el desarrollo y gestión del producto a elaborar, esto según lo indica el siguiente gráfico.

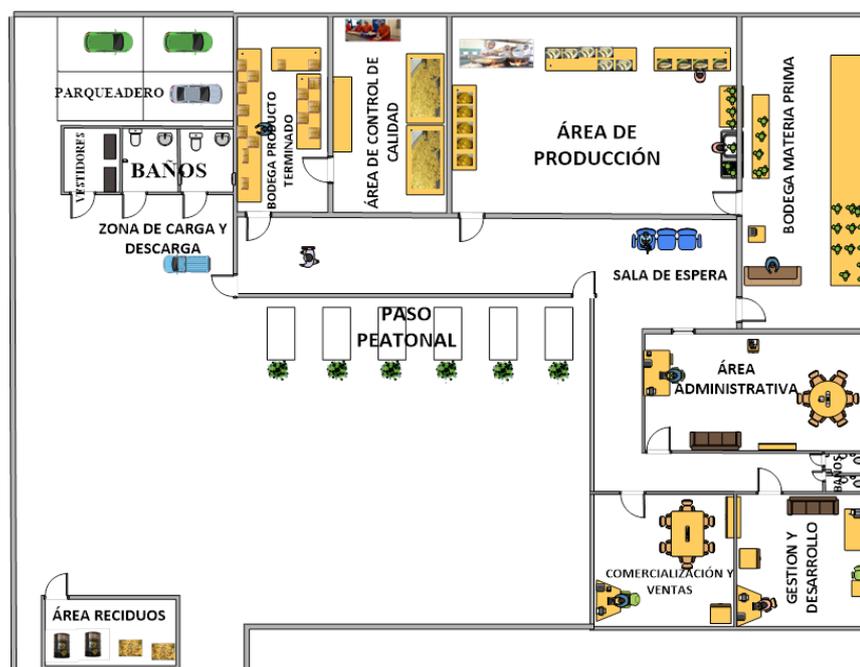


Figura 16 Plano de la Planta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro







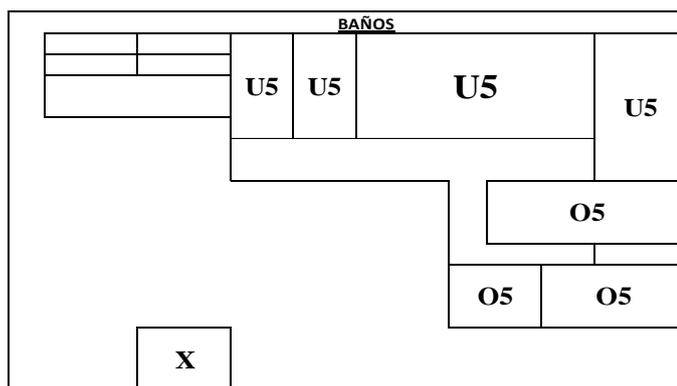


Figura 26 Relación Baños  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Diego Haro

### 4.3.3 Proceso productivo

El concepto de proceso productivo designa a aquella serie de operaciones que se llevan a cabo y que son ampliamente necesarias para concretar la producción de un bien o de un servicio. Cabe destacarse entonces que las mencionadas operaciones, acciones, se suceden de una manera, dinámica, planeada y consecutiva y por supuesto producen una transformación sustancial en las sustancias o materias primas utilizadas, es decir, los insumos que entran en juego para producir tal o cual producto sufrirán una modificación para formar ese producto y para más luego colocarlo en el mercado que corresponda para ser comercializado. (Ucha, 2013)

Para el desarrollo de chifles confitados se relacionará un conjunto de actividades que se unan para llegar a un solo propósito que es obtener el producto terminado que sea de agrado para el cliente como lo detalla la siguiente imagen.

### 4.3.3.01 Flujo grama

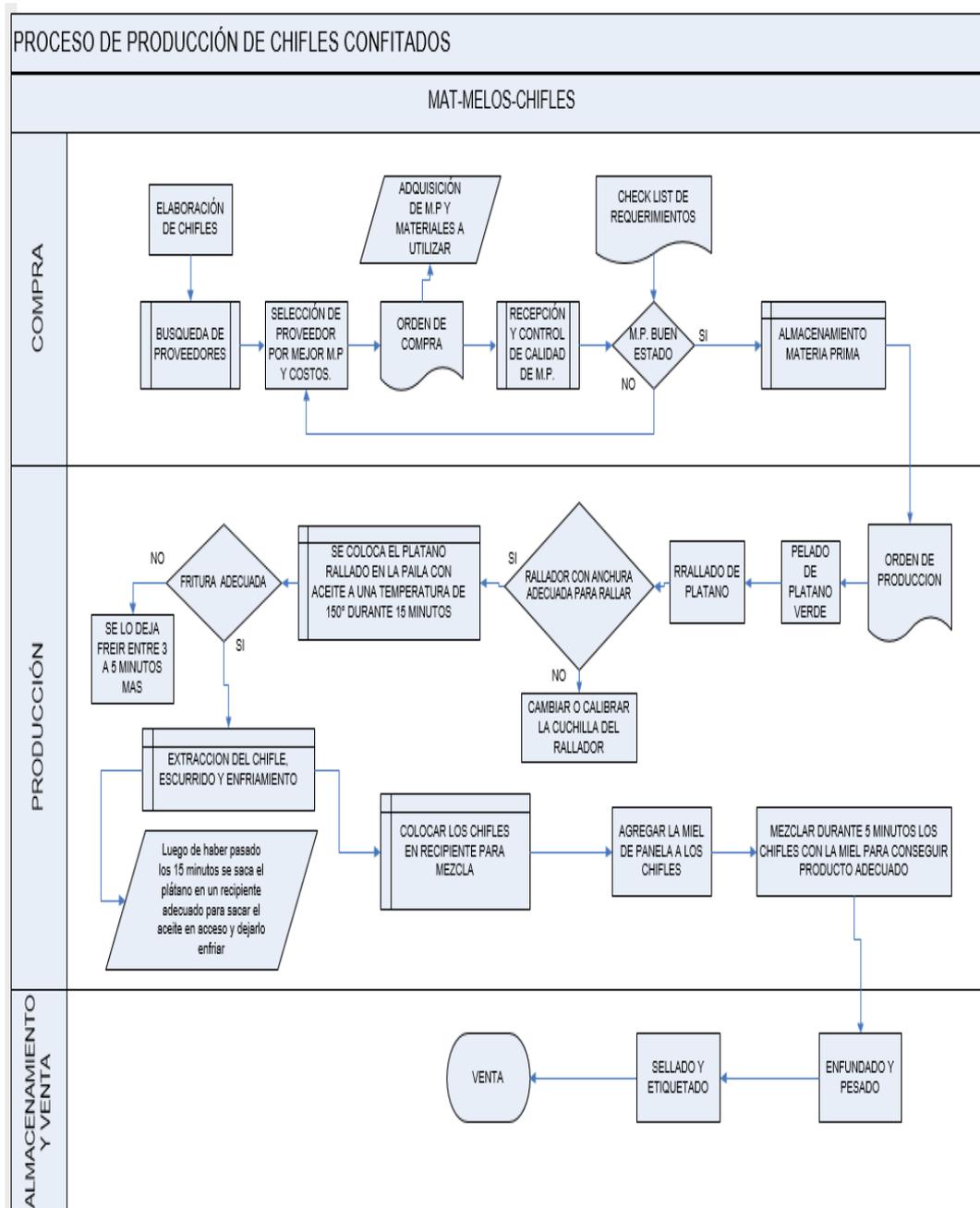


Figura 27 Flujo grama

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Tabla 38**

**Producción del proyecto.**

Actividad	Proceso Elaboración de chifles confitados
1	Peso y control de calidad de M.P
2	Lavado Materia Prima plátano verde por Inmersión
3	Pelado de Plátano Verde
4	Mientras se pela el verde se debe colocar aceite en la paila y calentar en cocina industrial hasta llegar a la temperatura de 150°
5	Revisar el rallador para que la dimensión de 3milímetros sea la correcta
6	En caso de que la cuchilla del rallador se encuentre en mal estado se la debe cambiar y calibrar la misma a la dimensión adecuada
7	Se procede con el rebanado del plátano verde dentro de la paila con el aceite caliente una cantidad de 457 gramos de plátano verde
8	freír durante 15 minutos
9	se debe revisar la contextura del chifle antes de sacarlo es decir que el aceite no debe emitir espuma en su hervor y el producto debe ser de contextura crocante
10	si no se cumple la condición anterior se debe esperar durante 3 a 5 minutos más para obtener la contextura adecuada
11	Extraer el chifle con la espumadera metálica
12	Se coloca el chifle caliente dentro de un recipiente de plástico escurridor para que evacue el aceite accedente
13	Luego de que escurra el aceite excedente se lo coloca en una tina grande de 160 litros de 5.5 kg. para su enfriamiento
14	Se deberá realizar la misma actividad durante 6 horas para obtener la cantidad de producción indicada.
15	Calentar la miel de panela a 75°
16	Se vierte la miel de panela al chifle que se encuentra en la tina
17	Se procede a la mezcla del chifle con la miel caliente esto debe tardar de 10 a 15 minutos hasta que la miel se adhiera a todo el producto.
18	Se deja enfriar el chifle confitado durante 15 minutos.
19	Se lo empaca en las fundas adecuadas de polifán de 6x5 cm
20	Se procede con el sellado de fundas y colocado de etiquetas.
21	Se coloca en gaveta plástica estándar para su traslado a bodega de producto terminado.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

---

#### 4.3.4 Maquinaria

Al ser un producto elaborado artesanalmente no se requiere de maquinaria ya que se trata de conservar el sabor natural y la calidad otorgada por los colaboradores de la microempresa.

#### 4.3.5 Equipos

Para el desarrollo del proyecto será necesario tomar en consideración el uso y adquisición del equipo que se lo detallará en la siguiente tabla, lo cual proporcionará un buen desarrollo en actividades y una producción de chifles que sean de satisfacción del cliente y este acorde a lo planificado.

Tabla 39

**Equipos**

Descripción	Nº Unidades	Costo unitario	Costo Total
<b>Maquinaria y Equipos</b>			
Cocina Industrial 3 quemadores	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Selladora de fundas plasticas de 8 pulgadas	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Paila para freir # 6	2	\$ 80.00	\$ 160.00
Sernidero metalico	1	\$ 8.00	\$ 8.00
espumadera plastica	2	\$ 4.00	\$ 8.00
Tina plastica grande	2	\$ 30.00	\$ 60.00
Rallador manual	2	\$ 40.00	\$ 80.00
cuchillos	2	\$ 2.50	\$ 5.00
campana extractora	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Balanzas Electronicas Digital De 500 Kilos	1	\$ 170.00	\$ 170.00
tanque de gas	2	\$ 58.00	\$ 116.00
<b>Total Maquinaria y Equipos</b>		<b>\$ 972.50</b>	<b>\$ 1,187.00</b>
<b>Muebles y Enseres</b>			
Escritorio	3	\$ 80.00	\$ 240.00
mesa para reunion	1	\$ 150.00	\$ 150.00
sillas de escritorio	3	\$ 50.00	\$ 150.00
Estanterías metalicas de 1.50mx1.50mx0.30cm	3	\$ 120.00	\$ 360.00
Sillas de espera	3	\$ 15.00	\$ 45.00
mesas de trabajo 1.50mX0.80cmX1m	5	\$ 50.00	\$ 250.00
archivadores	2	\$ 50.00	\$ 100.00
telefonos inalambricos	2	\$ 20.00	\$ 40.00
vestidores con 4 servicios	1	\$ 200.00	\$ 200.00
<b>Total Muebles y Enseres</b>		<b>\$ 735.00</b>	<b>\$ 1,535.00</b>
<b>Equipos de Computación</b>			
computadora	3	\$ 300.00	\$ 900.00
impresora	1	\$ 150.00	\$ 150.00
<b>Total Equipos de Computación</b>		<b>\$ 450.00</b>	<b>\$ 1,050.00</b>
<b>Suma Total</b>		<b>\$ 2,157.50</b>	<b>\$ 3,772.00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

---

## CAPÍTULO 5 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2012)

### 5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales

#### 5.1.1 Operacionales

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos que se percibirá por la actividad económica principal de la empresa, que en este caso serán por la venta del producto terminado que es el chifle confitado.

#### 5.1.2 No Operacionales

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, mismos que posiblemente se generarán debido a los residuos, quedados por la producción del chifle confitado, es decir la venta del aceite reciclado y la cáscara del verde para alimento de animales de corral (cerdos).

Los ingreso generados por la micro empresa serán en base a lo que se produzca al año multiplicado por el costo más un margen de utilidad y con una proyección para cinco años tal como lo indica la siguiente tabla.

**Tabla 40****Ingresos Operacionales**

Ingresos operacionales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5			
	Productos	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso									
Chifles																
confitados	115200	\$0.60	\$69,120.00	116928	\$0.60	\$70,164.09	116946	\$0.60	\$70,182.18	116964	\$0.60	\$70,200.28	116982	\$0.60	\$70,218.38	
<b>TOTALES</b>	<b>115200</b>	<b>\$0.60</b>	<b>\$69,120.00</b>	<b>116928</b>	<b>\$0.60</b>	<b>\$70,164.09</b>	<b>116946</b>	<b>\$0.60</b>	<b>\$70,182.18</b>	<b>116964</b>	<b>\$0.60</b>	<b>\$70,200.28</b>	<b>116982</b>	<b>\$0.60</b>	<b>\$70,218.38</b>	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**5.2 Costos**

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). (Porto, 2008)

**5.2.1 Costo Directo**

Estos costos se asocian con el producto de una forma muy clara, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Se producen cuando las empresas establecen mecanismos de control para conocer con exactitud la cantidad de coste que va al producto, servicio o sección. (Díez, 2014).

Dentro de estos, los más habituales son:

**5.2.1.1 Materias Primas**

Son los materiales que se utilizará fabricar el producto, mismo que se puede extraer directamente de la naturaleza o también pueden haber sido elaborados por otra empresa y sean necesarios para terminar otros.

### 5.2.1.2 Mano de Obra Directa (MOD)

Está considerada por las personas que interactúan directamente con la transformación o elaboración del producto. Las horas ocupadas en la elaboración del producto pueden ser medidas a través de tarjetas de tiempos.

**Tabla 41**

#### Costos Directos

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$ 1,090.00	\$ 13,080.00
Materiales Directos	\$ 297.60	\$ 3,571.20
Mano de obra Directa	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
Prestaciones sociales	\$ 489.51	\$ 5,874.12
Total		\$ 36,925.32

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

#### Análisis:

Los datos obtenidos dentro de los costos directos estarán relacionados en base a la producción anual del proyecto, mismos datos que fueron obtenidos previos al análisis de la capacidad de producción.

### 5.2.2 Costos Indirectos

Los costos indirectos de fabricación son aquellos tipos de costos que no se pueden atribuir directamente a una partida concreta dentro del proceso de fabricación. Por ejemplo, el alquiler del almacén es un gasto necesario para la fabricación del producto pero no podemos atribuir concretamente un precio único por producto fabricado. (Garzón, 2017)

**Tabla 42****Costos Indirectos**

<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>valor anual</b>
Servicios Básicos	\$ 41.00	\$ 492.00
Útiles de aseo	\$ 10.00	\$ 120.00
Útiles de oficina	\$ 0.92	\$ 11.00
Equipos de protección personal	\$ 4.33	\$ 52.00
Depreciación de Maquinaria		\$ 118.70
<b>Total</b>		<b>\$ 793.70</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

Los costos indirectos se llegan a determinar por todos los materiales, útiles y depreciaciones de maquinaria de producción que se realizarán durante el año, mismos que serán necesarios dentro de la producción del proyecto.

**5.2.3 Gastos Administrativos**

“Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción.” (Gomez, 2017)

**Tabla 43****Gastos Administrativos**

<b>Descripción</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Sueldos	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Prestaciones Sociales	\$ 196.15	\$ 2,353.80
Servicios básicos	\$ 15.30	\$ 183.60
Útiles de Aseo	\$ 3.92	\$ 47.00
Útiles de Oficina	\$ 12.08	\$ 145.00
Arriendo	\$ 0.00	\$ 0.00
Depreciación equipo de computo	-	\$ 350.00
Depreciación de Equipo de Oficina	-	\$ 22.00
Depreciación muebles y encerados	-	\$ 149.50
Depreciación infraestructura	-	\$ 2,500.00
Depreciación vehículo	-	\$ 0.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 11,750.90</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

Se tomarán en consideración los gastos por la gestión de administración de la microempresa, mismos que podrán variar acorde a la necesidad administrativa o al crecimiento de la misma.

**5.2.4 Costo de Ventas**

El costo de ventas es el gasto o el costo de producir de todos los artículos vendidos durante un período contable. Cada unidad vendida tiene un costo de ventas o costo de los bienes vendidos.

En las empresas con un gran número de elementos que fluyen a través, el costo de ventas o costo de los bienes vendidos a menudo se calcula mediante esta fórmula:

Costo de Ventas = Inventario al comienzo del periodo + Compras y gastos durante el periodo - Inventario al Final del Periodo. (Gomez, 2017)

**Tabla 44****Gastos Ventas**

<b>Descripción</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Servicios básicos	\$ 16.70	\$ 200.40
Transporte y Fletes	\$ 70.00	\$ 840.00
Publicidad	\$ 2.08	\$ 25.00
Sueldos	\$ 400.00	\$ 4,800.00
Prestaciones sociales	\$ 163.17	\$ 1,958.04
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 7,823.44</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

En el caso del proyecto en curso limitaremos los gastos que han incurrido para la venta del producto en mención dentro del sector establecido.

**5.2.5 Costos Financieros**

Es el que se integra por los gastos derivados de allegarse fondos de financiamiento por lo cual representa las erogaciones destinadas a cubrir en moneda nacional o extranjera, los intereses, comisiones y gastos que deriven de un título de crédito o contrato respectivo, donde se definen las condiciones específicas y los porcentajes pactados; se calculan sobre el monto del capital y deben ser cubiertos durante un cierto periodo de tiempo. Incluye las fluctuaciones cambiarias y el resultado de la posición monetaria. (García, 2017)

**Tabla 45****Gastos Financieros**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Intereses a corto plazo	\$ 790.44
Intereses a largo plazo	\$ 2,096.72
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2,887.16</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

---

### **Análisis:**

Dentro del financiamiento del proyecto se podrá visualizar que los gastos financieros serían más convenientes a corto plazo, pero se debe tomar en consideración que es recomendable asegurar el financiamiento acorde a los años que se planifica el mismo para no incurrir en incumplimientos de pago por alguna situación ajena a la microempresa.

### **5.2.6 Costos Fijos y Variables**

#### **5.2.6.1 Costos Fijos**

“Son aquellos que siempre deberás pagar, independiente del nivel de producción de tu negocio o emprendimiento. Puedes tener meses que no produzcas o vendas, pero en los que de todas formas deberás pagar.” (Peralta, 2017)

Ejemplos:

- Arriendo de oficinas o locales
- Dividendo de oficinas o locales
- Sueldos
- Cuentas Básicas
- Telefonía e Internet
- Gastos de Oficina
- Gastos de administración y ventas
- Pago de obligaciones financieras
- Pago de Seguros

---

**Análisis:**

Dentro de la microempresa se obtendrá costos fijos no muy altos ya que se tratara de incurrir en lo posible en gastos innecesarios, al momento solo se contará con los gastos de servicios básicos, sueldos y lo que implica los mismos, créditos de financiamiento y adicional a los que implica los de administración y ventas.

**5.2.6.1 Costos Variables**

“Son aquellos que deberás pagar para producir tus productos o prestar tus servicios. Mientras mayor sea el volumen de tu producción, más costos variables deberás pagar.” (Peralta, 2017)

Ejemplo:

- Materia Prima
- Insumos
- Existencias
- Mano de Obra
- Costos de distribución
- Comisiones por venta
- Proveedores Externos para la producción

**Análisis:**

Se determinará en base a la producción establecida con anterioridad, con el anhelo de que se pueda seguir extendiendo el mercado y de esta manera variarían para beneficio de la microempresa.

### 5.3 Inversiones

Desde el punto de vista contable, se habla inversiones en activo fijo y en activo circulante. La inversión en circulante se refiere a las partidas que componen o integran el Fondo de Maniobra, que como se sabe, financian el ciclo de explotación de la empresa. (Martos, 2006)

#### 5.3.1 Inversión Fija

La inversión fija es la inversión en activos físicos tales como maquinaria, terrenos, edificios, instalaciones, vehículos o tecnología. Normalmente, un balance de la empresa indicará tanto la cantidad de gasto en activos fijos durante el trimestre o año y el valor total del stock de activos fijos de propiedad. (Ragano, 2017)

##### 5.2.1.1 Activos Fijos

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. Son ejemplos de activos fijos: bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, etc. Se encuentran recogidos en el balance de situación. (Leoni, 2017)

**Tabla 46**

#### Activos Fijos

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 1,187.00
Muebles y Enseres	\$ 1,495.00
Equipo de Computo	\$ 1,050.00
Equipo de oficina	\$ 220.00
Infraestructura	\$ 25,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 28,952.00</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Diego Haro

### **Análisis:**

La inversión de activos fijos de la microempresa considerablemente no es muy alta tomando en cuenta que al momento se cuenta con el 75% de los mismos.

#### **5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos)**

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos. (Martinez, 2013)

**Tabla 47**

#### **Activos Nominales**

<b>Activos Nominales</b>	<b>Valor</b>
Gastos de Organización	\$ 50.00
Gastos de Instalación	\$ 500.00
Capacitación de Personal	\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 550.00</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Diego Haro

### **Análisis:**

Al momento de arrancar con las operaciones de la empresa solo se requerirá de permisos esenciales para su funcionamiento ya que la legalización completa se la realizará apenas se empiece a percibir utilidad dentro de la misma.

#### **5.3.2 Capital de Trabajo**

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como 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). (Arteaga, 2011)

**Tabla 48****Capital de Trabajo**

<b>Columna1</b>	<b>Columna2</b>	<b>Columna3</b>	<b>Columna4</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>
Materia Prima			
Existente	\$ 1,090.00	\$ 1,090.00	\$ 1,090.00
Servicios Básicos	\$ 41.00	\$ 41.00	\$ 41.00
Mano de obra directa	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Caja Bancos	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3,831.00</b>	<b>\$ 3,831.00</b>	<b>\$ 3,831.00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

El capital de trabajo para empezar el funcionamiento de la microempresa mes a mes se ve reflejado en la necesidad para la producción y desenvolvimiento de la misma.

**5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos**

De todas las actividades de un negocio, la de reunir el capital es de las más importantes. La forma de conseguir ese capital, es a lo que se llama financiamiento.

A través de los financiamientos, se le brinda la posibilidad a las empresas, de mantener una economía estable y eficiente, así como también de seguir sus actividades comerciales; esto trae como consecuencia, otorgar un mayor aporte al sector económico al cual participan. (Bautista, 2014)

**Tabla 49****Fuente de Financiamiento**

	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO	PROVEEDORES
INVERSIONES FIJAS	\$ 28,952.00	\$ 26,187.00	\$ 2,765.00	\$ 0.00
Maquinaria y Equipo	\$ 1,187.00	\$ 1,187.00	\$ 0.00	
Muebles y Enseres	\$ 1,495.00		\$ 1,495.00	
Equipo de Computo	\$ 1,050.00		\$ 1,050.00	
Equipo de oficina	\$ 220.00		\$ 220.00	
Infraestructura	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 0.00	
Vehículo	\$ 0.00		\$ 0.00	
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1,050.00	\$ 0.00	\$ 550.00	\$ 0.00
Gastos de Organización	\$ 550.00		\$ 550.00	
Gastos de Instalación	\$ 500.00		\$ 0.00	
Capacitación de Personal	\$ 0.00		\$ 0.00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 3,831.00	\$ 1,500.00	\$ 2,331.00	\$ 0.00
Materia Prima Existente	\$ 1,090.00		\$ 1,090.00	
Servicios Básicos	\$ 41.00		\$ 41.00	
Mano de obra directa	\$ 1,200.00		\$ 1,200.00	
Caja Bancos	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 0.00	
TOTAL	\$ 33,833.00	\$ 27,687.00	\$ 5,646.00	\$ 0.00
	100%	82%	17%	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**5.3.4 Amortización de Financiamiento**

Cuando tenemos un préstamo, crédito o hipoteca, cada pago que realizamos se compone del capital prestado y los intereses que acompañan a la financiación. La amortización financiera se corresponde a la parte del capital devuelto a una determinada fecha. Este tipo de productos, suelen ser de prestación única (ponen a nuestra disposición cierta cantidad de dinero que hemos requerido) y contraprestación múltiple, que serán los pagos a realizar en el tiempo que hayamos acordado la devolución. (Andrade, 2015)

**Tabla 50****Financiamiento**

<b>Deuda</b>	<b>\$ 5,646.00</b>	
N° cuotas	6	anual
Tasa	14.0%	anual

**Amortización Francés**

# Cuotas	Amortización	Interés	Valor Anual	Saldo Insoluto
0				\$ 5,646.00
1	\$ 661.47	\$ 790.44	\$ 1,451.91	\$ 4,984.53
2	\$ 754.08	\$ 697.83	\$ 1,451.91	\$ 4,230.45
3	\$ 859.65	\$ 592.26	\$ 1,451.91	\$ 3,370.80
4	\$ 980.00	\$ 471.91	\$ 1,451.91	\$ 2,390.80
5	\$ 1,117.20	\$ 334.71	\$ 1,451.91	\$ 1,273.61
6	\$ 1,273.61	\$ 178.30	\$ 1,451.91	(\$ 0.00)
		\$ 2,096.72		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

El financiamiento de la microempresa se lo realizará a la duración del proyecto y se lo ejecutará con pagos fijos según lo indica la amortización Francés y esta apalancada con el 17%.

**5.3.5 Depreciaciones**

Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable. El ingreso generado por el activo usado, se le debe incorporar el gasto correspondiente desgaste que ese activo a sufrido para poder generar el ingreso, puesto que como según señala un elemental principio económico, no puede haber ingreso sin haber incurrido en un gasto, y el desgaste de un activo por su uso, es uno de los gastos que al final permiten generar un determinado ingreso. (Porto, 2017)

**Tabla 51****Depreciación de Activos Fijos**

DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL	año1	año2	año3	año4	año5
Maquinaria	\$ 1,187.00	10	\$ 118.70	\$ 118.70	\$ 118.70	\$ 118.70	\$ 118.70
Muebles y Enseres	\$ 1,495.00	10	\$ 149.50	\$ 149.50	\$ 149.50	\$ 149.50	\$ 149.50
Equipo de oficina	\$ 220.00	10	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00
Equipo de Computación	\$ 1,050.00	3	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	-	-
Infraestructura	\$ 25,000.00	10	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Vehículo	\$ 0.00	5	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>TOTAL</b>			\$ 3,140.20	\$ 3,140.20	\$ 3,140.20	\$ 2,790.20	\$ 2,790.20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Tabla 52****Depreciación de Activos Diferidos**

DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL	año1	año2	año3	año4	año5
Activos Nominales	\$ 550.00	5	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

La depreciación del de los activos fijos y de los diferidos se determinara en la finalización del estudio del proyecto por lo que sería conveniente ya que al obtener una rentabilidad dentro 5 años no implicaría mucho volver a realizar una reinversión.

**5.3.6 Estado de Situación Inicial**

“El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado.” (Freire, Gabriela, 2015)

Tabla 53

## Estado de Situación Inicial

<u>EMPRESA "MAT-MELO-CHIFLES"</u>			
<u>Estado de Situación Inicial</u>			
<u>AL 31 DE DICIEMBRE 2017</u>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Bancos	\$ 1,500.00	Cuentas por pagar	-
		<b>Total Pasivo Corriente</b>	-
<b>ACTIVOS NO CORRIENTE</b>	\$ 28,952.00	<b>PASIVO LARGO / PLAZO</b>	\$ 5,646.00
Propiedad planta y equipo	\$ 28,952.00	Prestamo L/P	\$ 5,646.00
Equipo de Oficina	\$ 220.00	<b>TOTAL DE PASIVO</b>	<b>\$ 5,646.00</b>
Maquinaria o Equipos	\$ 1,187.00		
Infraestructura	\$ 25,000.00	<b>PATRIMONIO</b>	\$ 25,356.00
Vehículo	\$ 0.00	Capital	\$ 25,356.00
Equipo de Computo	\$ 1,050.00		
Muebles y Enseres	\$ 1,495.00	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 31,002.00</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>	\$ 550.00		
Gastos d Organización	\$ 50.00		
Gastos de Instalación	\$ 500.00		
Gastos de Publicidad	\$ 0.00		
Capacitación personal	\$ 0.00		
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 31,002.00</b>		
<u>FIRMA GERENTE</u>		<u>FIRMA CONTADOR</u>	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

Se puede apreciar que en el balance la microempresa en de una estabilidad regular, pero que al realizar una inversión sustancial se puede constituir en sólida, se considera el principio de contabilidad que indica que todo lo que ingresa debe salir, es decir, débitos y créditos se igualan.

**5.3.7 Estado de Resultados Projectado**

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado. (Freire, 2017)

**Tabla 54****Estado de Resultados**

EMPRESA "MAT-MELO-CHIFLES"

ESTADOS DE RESULTADOS

AL 31 DE DICIEMBRE 2017

AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 69,120.00	\$ 70,164.09	\$ 70,182.18	\$ 70,200.28	\$ 70,218.38
SERVICIOS TOTALES	\$ 69,120.00	\$ 70,164.09	\$ 70,182.18	\$ 70,200.28	\$ 70,218.38
INFLACIÓN:	1.039%				
AÑOS	1	2	3	4	5
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 37,719.02	\$ 38,110.92	\$ 38,506.89	\$ 38,906.98	\$ 39,311.22
COSTO DIRECTO	\$ 36,925.32	\$ 37,308.97	\$ 37,696.61	\$ 38,088.28	\$ 38,484.02
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	\$ 793.70	\$ 801.95	\$ 810.28	\$ 818.70	\$ 827.20
GASTOS DE VENTAS	\$ 7,823.44	\$ 7,904.73	\$ 7,986.86	\$ 8,069.84	\$ 8,153.68
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 11,750.90	\$ 11,872.99	\$ 11,996.35	\$ 12,120.99	\$ 12,246.93
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2,887.16	\$ 2,917.16	\$ 2,947.47	\$ 2,978.09	\$ 3,009.04
UTILIDAD BRUTA	\$ 8,939.48	\$ 9,358.29	\$ 8,744.61	\$ 8,124.37	\$ 7,497.50
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 1,340.92	\$ 1,403.74	\$ 1,311.69	\$ 1,218.66	\$ 1,124.63
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 7,598.56	\$ 7,954.55	\$ 7,432.92	\$ 6,905.72	\$ 6,372.88
IMPUESTO A LA RENTA	-\$ 1,127.72	-\$ 2,814.09	-\$ 2,918.42	-\$ 3,023.86	-\$ 3,130.42
UTILIDAD NETA	\$ 8,726.27	\$ 10,768.64	\$ 10,351.34	\$ 9,929.57	\$ 9,503.30

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

En la relación de los resultados del balance se puede apreciar que los 2 primeros años serán de una rentabilidad considerable, pero al tercer año se empieza a ver una decreciente por lo que se debería ir implementado una estrategia de mercado para incrementar las ventas.

**5.2.8 Flujo Caja**

Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa. (Rodríguez, 2015)

**Tabla 55****Flujo de Caja**

PERIODOS	1	2	3	4	5
DETALLE					
INGRESOS	\$ 69,120.00	\$ 70,164.09	\$ 70,182.18	\$ 70,200.28	\$ 70,218.38
SERVICIOS TOTALES	\$ 69,120.00	\$ 70,164.09	\$ 70,182.18	\$ 70,200.28	\$ 70,218.38
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 37,719.02	\$ 38,110.92	\$ 38,506.89	\$ 38,906.98	\$ 39,311.22
COSTO DIRECTO	\$ 36,925.32	\$ 37,308.97	\$ 37,696.61	\$ 38,088.28	\$ 38,484.02
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	\$ 793.70	\$ 801.95	\$ 810.28	\$ 818.70	\$ 827.20
GASTOS DE VENTAS	\$ 7,823.44	\$ 7,904.73	\$ 7,986.86	\$ 8,069.84	\$ 8,153.68
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 11,750.90	\$ 11,872.99	\$ 11,996.35	\$ 12,120.99	\$ 12,246.93
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2,887.16	\$ 2,917.16	\$ 2,947.47	\$ 2,978.09	\$ 3,009.04
UTILIDAD BRUTA	\$ 8,939.48	\$ 9,358.29	\$ 8,744.61	\$ 8,124.37	\$ 7,497.50
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 1,340.92	\$ 1,403.74	\$ 1,311.69	\$ 1,218.66	\$ 1,124.63
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 7,598.56	\$ 7,954.55	\$ 7,432.92	\$ 6,905.72	\$ 6,372.88
IMPUESTO A LA RENTA	-\$ 1,127.72	-\$ 2,814.09	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
UTILIDAD NETA	\$ 8,726.27	\$ 10,768.64	\$ 10,351.34	\$ 9,929.57	\$ 9,503.30
DEPRECIACIONES (+)	\$ 3,140.20	\$ 3,140.20	\$ 3,140.20	\$ 2,790.20	\$ 2,790.20
AMORTIZACIONES (+)	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00
EXCEDENTE OPERACIONAL	\$ 11,976.47	\$ 14,018.84	\$ 13,601.54	\$ 12,829.77	\$ 12,403.50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

Los flujos de caja de la microempresa tienen relación para el balance de resultados por lo que se debe determinar en medida a la estrategia aplicada en el punto anterior.

**5.4 Evaluación**

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión. (Meza, 2009)

### 5.4.1 Tasa de Descuento

La tasa de descuento es la inversa a la tasa de interés, que sirve para aumentar el valor (o añadir intereses) en el dinero presente. La tasa de descuento por el contrario, resta valor al dinero futuro cuando se traslada al presente, excepto si la tasa de descuento es negativa, caso que supondrá que vale más el dinero futuro que el actual. La tasa de interés se utiliza para obtener el incremento a una cantidad original, mientras que la tasa de descuento se resta de una cantidad esperada para obtener una cantidad en el presente. (Martinez J. , 2015)

**Tabla 56**

#### Tasa de Descuento

Tasa Activa	14.00%
Tasa Pasiva	6.95%
TMAR	20.95%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

#### Análisis:

En la tasa de descuento es donde se determinará la TMAR, este cálculo se lo efectúa de los porcentajes obtenidos de tasa activa y pasiva de la institución financiera donde se realizará el crédito, (Cooperativa de Ahorro y Crédito Cotocollao) para la inversión de la microempresa.

### 5.4.2 VAN

El Valor Actual Neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN).” (Arteaga J. , 2015)

Se utiliza para la valoración de distintas opciones de inversión. Ya que calculando el VAN de distintas inversiones se da a conocer con cuál de ellas se obtiene una mayor ganancia.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

- $F_t$  =son los flujos de dinero en cada periodo t
- $I_0$  =es la inversión realiza en el momento inicial ( t = 0 )
- n =es el número de periodos de tiempo
- k =es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

**Tabla 57**

#### Evaluación VAN

Indicador	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VAN = - P	+ FNE 1	+ FNE 2	+ FNE 3	+ FNE 4	+ FNE 5
	(1+i)^1	(1+i)^2	(1+i)^3	(1+i)^4	(1+i)^5
VAN = -\$ 33,833.00	+ \$ 11,976.47	+ \$ 14,018.84	+ \$ 12,551.54	+ \$ 12,829.77	+ \$ 12,403.50
	1.21	1.46	1.77	2.14	2.59
VAN = -\$ 33,833.00	+ \$ 9,902.00	+ \$ 9,582.97	+ \$ 7,093.81	+ \$ 5,995.09	+ \$ 4,791.98
VAN = -\$ 33,833.00	+ \$ 37,365.85				
VAN =	\$ 3,532.85				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

#### Análisis:

Se puede establecer que el proyecto es rentable, ya que según la teoría explica que al obtener un VAN positivo el mismo es viable.

### 5.4.3 TIR

“La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.” (Martínez A. , 2015)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

- $F_t$  = son los flujos de dinero en cada periodo  $t$
- $I_0$  = es la inversión realiza en el momento inicial ( $t = 0$ )
- $n$  = es el número de periodos de tiempo

**Tabla 58**

#### Evaluación TIR

Indicador	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VAN = - P	+ FNE 1	+ FNE 2	+ FNE 3	+ FNE 4	+ FNE 5
	$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$
VAN = -\$ 33,833.00	+ \$ 11,976.47	+ \$ 14,018.84	+ \$ 12,551.54	+ \$ 12,829.77	+ \$ 12,403.50
	1.21	1.46	1.77	2.14	2.59
VAN = -\$ 33,833.00	+ \$ 9,902.00	+ \$ 9,582.97	+ \$ 7,093.81	+ \$ 5,995.09	+ \$ 4,791.98
VAN = -\$ 33,833.00	+ \$ 37,365.85				
VAN =	\$ 3,532.85				
TIR=	25.67%				

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: Diego Haro

#### Análisis:

Al observar que la TIR es mayor que la TMAR es otra manera de determinar que el proyecto en curso es sostenible y viable para poderlo aplicar.

#### 5.4.4 PRI (Período de recuperación de la inversión)

El Payback o Plazo de Recuperación es un criterio para evaluar inversiones que se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión. Es un método estático para la evaluación de inversiones.

Por medio del payback sabemos el número de periodos (normalmente años) que se tarda en recuperar el dinero desembolsado al comienzo de una inversión. Lo que es crucial a la hora de decidir si embarcarse en un proyecto o no.” (Martinez A. , 2015)

**Tabla 59**

#### Periodo de Recuperación

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado2
0	-\$ 33,833.00	-\$ 33,833.00	1.00	-\$ 33,833.00	-\$ 33,833.00
1	\$ 11,976.47	-\$ 21,856.53	0.83	\$ 9,902.00	-\$ 23,931.00
2	\$ 14,018.84	-\$ 7,837.69	0.68	\$ 9,582.97	-\$ 14,348.02
3	\$ 12,551.54	\$ 4,713.85	0.57	\$ 7,093.81	-\$ 7,254.22
4	\$ 12,829.77	\$ 17,543.63	0.47	\$ 5,995.09	-\$ 1,259.13
5	\$ 12,403.50	\$ 29,947.13	0.39	\$ 4,791.98	\$ 3,532.85

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Diego Haro

Tabla 60

## Período de Recuperación PRVC-PRVA

PERIODO DE RECUPERACION A

VALORES ACTUALIZADOS

3 años y 6 Meses

Tiempo	Ingresos	Inversión a Recuperar
	\$ 9,902.00	-\$ 33,833.00
1 mes	\$ 825.17	-\$ 33,007.83
2 mes	\$ 825.17	-\$ 32,182.67
3 mes	\$ 825.17	-\$ 31,357.50
4 mes	\$ 825.17	-\$ 30,532.33
5 mes	\$ 825.17	-\$ 29,707.16
6 mes	\$ 825.17	-\$ 28,882.00
7 mes	\$ 825.17	-\$ 28,056.83
8 mes	\$ 825.17	-\$ 27,231.66
9 mes	\$ 825.17	-\$ 26,406.50
10 mes	\$ 825.17	-\$ 25,581.33
11 mes	\$ 825.17	-\$ 24,756.16
12 mes	\$ 825.17	-\$ 23,931.00
13 mes	\$ 825.17	-\$ 23,105.83
14 mes	\$ 825.17	-\$ 22,280.66
15 mes	\$ 825.17	-\$ 21,455.49
16 mes	\$ 825.17	-\$ 20,630.33
17 mes	\$ 825.17	-\$ 19,805.16
18 mes	\$ 825.17	-\$ 18,979.99
19 mes	\$ 825.17	-\$ 18,154.83
20 mes	\$ 825.17	-\$ 17,329.66
21 mes	\$ 825.17	-\$ 16,504.49
22 mes	\$ 825.17	-\$ 15,679.33
23 mes	\$ 825.17	-\$ 14,854.16
24 mes	\$ 825.17	-\$ 14,028.99
25 mes	\$ 825.17	-\$ 13,203.82
26 mes	\$ 825.17	-\$ 12,378.66
27 mes	\$ 825.17	-\$ 11,553.49
28 mes	\$ 825.17	-\$ 10,728.32
29 mes	\$ 825.17	-\$ 9,903.16
30 mes	\$ 825.17	-\$ 9,077.99
31 mes	\$ 825.17	-\$ 8,252.82
32 mes	\$ 825.17	-\$ 7,427.65
33 mes	\$ 825.17	-\$ 6,602.49
34 mes	\$ 825.17	-\$ 5,777.32
35 mes	\$ 825.17	-\$ 4,952.15
36 mes	\$ 825.17	-\$ 4,126.99
37 mes	\$ 825.17	-\$ 3,301.82
38 mes	\$ 825.17	-\$ 2,476.65
39 mes	\$ 825.17	-\$ 1,651.49
40 mes	\$ 825.17	-\$ 826.32
41 mes	\$ 825.17	-\$ 1.15
42 mes	\$ 825.17	\$ 824.02

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

PERIODO DE RECUPERACION A

VALORES CORRIENTES

2 Años y 10 Mese

Tiempo	Ingresos	Inversión a Recuperar
	\$ 11,976.47	-\$ 33,833.00
1 mes	\$ 998.04	-\$ 32,834.96
2 mes	\$ 998.04	-\$ 31,836.92
3 mes	\$ 998.04	-\$ 30,838.88
4 mes	\$ 998.04	-\$ 29,840.84
5 mes	\$ 998.04	-\$ 28,842.80
6 mes	\$ 998.04	-\$ 27,844.76
7 mes	\$ 998.04	-\$ 26,846.72
8 mes	\$ 998.04	-\$ 25,848.68
9 mes	\$ 998.04	-\$ 24,850.64
10 mes	\$ 998.04	-\$ 23,852.60
11 mes	\$ 998.04	-\$ 22,854.56
12 mes	\$ 998.04	-\$ 21,856.53
13 mes	\$ 998.04	-\$ 20,858.49
14 mes	\$ 998.04	-\$ 19,860.45
15 mes	\$ 998.04	-\$ 18,862.41
16 mes	\$ 998.04	-\$ 17,864.37
17 mes	\$ 998.04	-\$ 16,866.33
18 mes	\$ 998.04	-\$ 15,868.29
19 mes	\$ 998.04	-\$ 14,870.25
20 mes	\$ 998.04	-\$ 13,872.21
21 mes	\$ 998.04	-\$ 12,874.17
22 mes	\$ 998.04	-\$ 11,876.13
23 mes	\$ 998.04	-\$ 10,878.09
24 mes	\$ 998.04	-\$ 9,880.05
25 mes	\$ 998.04	-\$ 8,882.01
26 mes	\$ 998.04	-\$ 7,883.97
27 mes	\$ 998.04	-\$ 6,885.93
28 mes	\$ 998.04	-\$ 5,887.89
29 mes	\$ 998.04	-\$ 4,889.85
30 mes	\$ 998.04	-\$ 3,891.81
31 mes	\$ 998.04	-\$ 2,893.77
32 mes	\$ 998.04	-\$ 1,895.73
33 mes	\$ 998.04	-\$ 897.70
34 mes	\$ 998.04	\$ 100.34

### Análisis:

Se puede distinguir claramente que dentro de tres años se podrá recuperar la inversión del capital para el proyecto, por lo que resulta de tal manera rentable y de buen crecimiento económico según lo esperado por la microempresa.

#### 5.4.5 RBC (Relación costo beneficio)

El análisis costo-beneficio 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. (Bermudez, 2017)

**Tabla 61**

#### Relación Costo Beneficio

$$RBC = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

PERIODO	INGRESOS		COSTOS	C ACTUALIZ
	INGRESOS	ACTUALIZADOS		
1	\$ 69,120.00	\$ 69,120.00	\$ 37,719.02	\$ 37,719.02
2	\$ 70,164.09	\$ 70,164.09	\$ 38,110.92	\$ 38,110.92
3	\$ 70,182.18	\$ 70,182.18	\$ 37,696.61	\$ 37,696.61
4	\$ 70,200.28	\$ 70,200.28	\$ 38,906.98	\$ 38,906.98
5	\$ 70,218.38	\$ 70,218.38	\$ 39,311.22	\$ 39,311.22
		\$ 349,884.92		\$ 191,744.75
<b>RBC =</b>	<b>1.82</b>			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

### Análisis:

La relación costo beneficio del proyecto indica que por cada dólar invertido se está obteniendo una ganancia de 0.82 centavos de dólar de ganancia, con esto nuevamente se vuelve a demostrar que se obtiene una rentabilidad adecuada.

**Tabla 62****Relación Utilidad Neta Sobre Patrimonio**

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

$$\text{R.O.E} = \frac{8,726.27}{27,687.00}$$

$$\text{R.O.E} = 0.32$$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

Una ganancia positiva sobre la utilidad es recomendada para que una microempresa sea solvente en cuanto a su funcionamiento.

**Tabla 63****Relación Utilidad Neta Sobre Activo Total**

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{8,726.27}{28,952.00}$$

$$\text{R.O.A} = 0.30$$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

Al obtener un ROA positivo, indica que la microempresa podría seguir reinvertiendo en activos para mejorar sus procesos administrativos y productivos.

**Tabla 64****Relación Utilidad Neta Sobre la Inversión**

ROI=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$
ROI=	$\frac{8,726.27}{33,833.00}$
ROI=	0.26

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

**Análisis:**

Un ROI positivo, indica que la microempresa puede seguir funcionando de manera adecuada y esto con ganancias según aumenta la producción.

**5.3.6 Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida. (Porto, 2017)

La fórmula para hallar el punto de equilibrio es:

$$\text{Pe} = \text{CF} / (\text{PVU} - \text{CVU})$$

El resultado de la fórmula será en unidades físicas; si se quiere hallar el punto de equilibrio en unidades monetarias, simplemente se debe multiplicar el resultado por el precio de venta.

Tabla 65

## Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
P.E. = $\frac{CF}{p - Cvu}$	
<b>Costos Fijos:</b>	<b>Valor</b>
Gastos Administrativos	\$ 11,750.90
Gastos de Ventas	\$ 7,823.44
Gastos Financieros	\$ 2,887.16
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 22,461.50</b>
Costo Variable unitario	\$ 0.27
Precio	\$ 0.60
PE = $\frac{CF}{p - Cvu}$	
PE = $\frac{\$ 22,461.50}{\$ 0.60 - \$ 0.27}$	
PE = $\frac{\$ 22,461.50}{\$ 0.33} = 67971 \text{ u}$	
<b>DEMOSTRACION</b>	
<b>VENTAS</b>	<b>\$ 40,782.45</b>
(-) Costo Variable	<b>\$ 18,320.95</b>
(=) Margen Contribucion	<b>\$ 22,461.50</b>
(-) Costo Fijos	<b>\$ 22,461.50</b>
(=) Utilidad Operacional	<b>\$ 0.00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

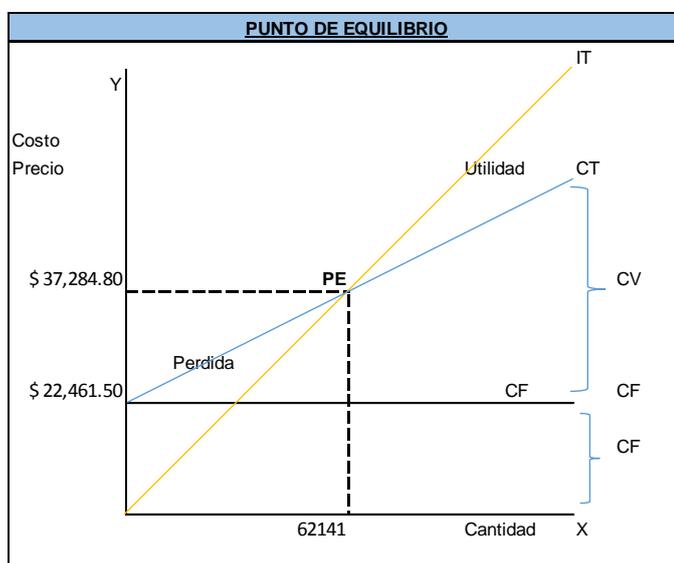


Figura 28 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Haro

---

### 5.3.7 Análisis de índices financieros

Tomando en cuenta los indicadores financieros se puede apreciar que el proyecto en mención es viable, para su implementación con un margen de utilidad rentable y un periodo de recuperación apreciado dentro de los 5 años de estudio, por tal razón estaría considerado como un posible potencial de ayuda para el crecimiento del índice de empleo y para el incremento económico del sector.

---

## CAPÍTULO 6 ANÁLISIS DE IMPACTOS

### 6.1 Impacto Ambiental

El proyecto en mención hace referencia a un impacto ambiental no negativo en dos puntos específicos que deja nuestra producción, el primero en mención al uso de aceite dentro de la fritura del producto a comercializar, se tomara en cuenta que los residuos de aceite al ser tirados a los desagües o alcantarillados provocan una contaminación irreversible dentro del ambiente por tal razón serán debidamente almacenados en recipientes adecuados para su posterior venta a la empresa ARC (ACEITE RECICLADO DE COCINA) la cual se encargará de procesar debidamente los residuos de aceite entregados, en segundo plano la cáscara del plátano verde, la cual será entregada a personas aledañas del sector las cuales se dedican a la cría de cerdos y la cáscara sirve como alimento para los mismos, al suceder este tipo de tratamiento se reducirá la contaminación y por ende el impacto ambiental será bajo.

### 6.2 Impacto Económico

Desarrolla un impacto económico positivo ya que se puede observar en todo el estudio una recuperación pronta de la inversión generada por lo que es viable implementarlo, por lo que al demostrar este impacto se podrá atraer una posible inversión de capital para la expansión del negocio y así mismo pensar en poder generar una exportación del mismo con la finalidad de hacer conocer el producto y poder generar fuentes de ingreso económico al país.

---

### 6.3 Impacto Productivo

Se mencionara que se debe tomar en consideración el impacto productivo dentro de la materia prima, el plátano verde podría subir sus precios debido a acontecimientos ajenos a la voluntad humana es decir clima o siniestros naturales para lo cual es importante determinar varias fuentes de posibles proveedores esto se lo podrá realizar acorde al estudio previamente realizado donde indica más de una opción de donde conseguir la materia prima para de esta manera evitar un incremento inoportuno dentro de la producción y evitar el desabastecimiento de los clientes.

### 6.4 Impacto Social

El impacto social será de manera directa ya que está enfocado en la ayuda al crecimiento del empleo dentro del sector, a medida que la micro empresa siga creciendo, adicional se enfocará en la mejora del barrio La Roldos donde está ubicado para de esta manera ayudar a fomentar el desarrollo dentro del sector.

---

## CAPÍTULO 7 CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

Se debe tomar en cuenta que dentro de la constitución legal de la empresa se tomará un tiempo considerable mientras se recupera la inversión y se sigue en crecimiento para de esta manera implementar maquinaria adecuada para la elaboración y desarrollo del producto y fomentarse como un proveedor competitivo dentro del mercado.

Después de haber analizado el VAN del proyecto se llega a la conclusión de que el mismo es rentable por lo que se su viabilidad ayudará a fomentar uno de los objetivos por lo cual a un principio se empezó a desarrollar el mismo, es decir, mejorar la calidad económica de la familia que decidió crear el mismo.

En la parte de producción se llega a la conclusión de que un proceso neta mente artesanal debe ser sustituida en un determinado tiempo por maquinaria para de esta manera poder llegar a obtener una mayor rentabilidad y de la misma manera incrementar plazas de trabajo para el sector donde se la desarrolle.

### 7.2 Recomendaciones

Dentro de la capacidad óptima se recomienda aprovechar al máximo los equipos, tomando en consideración una expansión de mercado, es decir, cubrir otra demanda insatisfecha y no solo a la demanda actual, tomando en cuenta estrategia de ventas, nuevos productos y posibles ofertas.

En un momento determinado al implementar maquinaria sería recomendable que el departamento de Gestión y Desarrollo implemente la elaboración de nuevo productos para de esta manera ser una microempresa competitiva dentro del mercado.

De la misma manera queda en recomendación realizar el estudio de la implementación de un plan de marketing para el posicionamiento del producto dentro de los supermercados, ya que de esta manera la microempresa ganara mayor rentabilidad y mayor reconocimiento.

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Pelado del Plátano Verde



Fuente: Elaboración del producto  
Elaborado por: Diego Haro

### Anexo 2

#### Rallado del Plátano Verde



Fuente: Elaboración del producto  
Elaborado por: Diego Haro

### Anexo 3

#### Fritura del Plátano Verde



Fuente: Elaboración del producto  
Elaborado por: Diego Haro

## Anexo 4

### Enfriamiento del Producto



Fuente: Elaboración del producto

Elaborado por: Diego Haro

## Anexo 5

### Añadidura de miel de Panela



Fuente: Elaboración del producto

Elaborado por: Diego Haro

## Anexo 6

### Mezcla de Chifles con Miel de Panela



Fuente: Elaboración del producto

Elaborado por: Diego Haro

## Anexo 7

### Empaquetado del Producto



Fuente: Elaboración del producto  
Elaborado por: Diego Haro

## Anexo 8

### Producto Final



Fuente: Elaboración del producto  
Elaborado por: Diego Haro

## Anexo 9

### Materiales y Equipo



Fuente: Elaboración del producto  
Elaborado por: Diego Haro

---

## BIBLIOGRAFÍA

### INTERNET

Alfredo Fabra. (2014). UNCOMO. Obtenido de

<http://negocios.uncomo.com/articulo/que-es-el-macroentorno-de-una-empresa-25375.html#comentar>

Anzil, F. (17 de Enero de 2012). Zona Economica. Obtenido de Zona Economica:

<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Arturo K. (2014). CRECENEGOCIOS. Obtenido de

<http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>

Banco Central del Ecuador. (2015). BANCO CENTRAL. Obtenido de

<http://www.bce.fin.ec/>

Batista, D. G. (02 de 06 de 2017). Eumed.net. Obtenido de

<http://www.eumed.net/libros->

[gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm](http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm)

Bembibre, V. (6 de 01 de 2009). Definición ABC. Obtenido de

<https://www.definicionabc.com/general/cliente.php>

Borges Virginia. (2013). METODOMARKETING. Obtenido de

<http://www.metodomarketing.com/slogan/>

Borja Rodrigo. (2010). Economia Politica. Obtenido de

<http://www.encyclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=p&idind=1183&termino=>

Buenosnegocios.com. (17 de 12 de 2012). Buenosnegocios.com. Obtenido de

<http://www.buenosnegocios.com/notas/231-analisis-foda-diagnostico-decidir>

- Calderón Gloria. (2012). WORDPPRESS. Obtenido de <https://gloriacalderon.wordpress.com/tag/entorno-tecnologico/>
- Caro, R. E. (7 de 4 de 2012). administracion moderna. Obtenido de <http://www.administracionmoderna.com/2012/04/la-gestion-operativa-y-la-gestion.html>
- Castillo William David. (2012). GOYOECONO. Obtenido de <http://goyoecono701.blogspot.com/>
- COCOGUM. (2017). COCOGUM. Obtenido de <http://www.cocogum.org/Nuestra%20Jugada/Introduccion/Factor%20economico>
- Copro.com.ar. (16 de 07 de 2017). copro.com.ar. Obtenido de copro.com.ar: [http://copro.com.ar/Inversion\\_fija.html](http://copro.com.ar/Inversion_fija.html)
- Crece Negocios. (21 de 6 de 2014). Crece Negocios. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>
- Definicion.de. (07 de 07 de 2017). Definición.de. Obtenido de Definición.de: <http://definicion.de/demanda/>
- Economipedi. (2015). economipedia.com. Obtenido de economipedia.com: <http://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>
- Economipedi. (2015). economipedia.com. Obtenido de economipedia.com: <http://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Emprendedores. (26 de 08 de 2012). bbvacontumpresa.es. Obtenido de bbvacontumpresa.es: <http://www.bbvacontuempresa.es/a/determinar-la-dimension-optima-la-empresa>
- Emprendedores. (19 de 06 de 2017). google. Obtenido de google: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

Enciclopedia Financiera. (15 de 07 de 2017). Enciclopediafinanciera.com. Obtenido de Enciclopediafinanciera.com: <http://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>

Foromarketing. (11 de 07 de 2017). Foromarketing.com. Obtenido de Foromarketing.com: <http://www.foromarketing.com/diccionario/productos-sustitutivos/>

Freire, G. (16 de enero de 2015). slideshare.net. Obtenido de slideshare.net: <https://es.slideshare.net/GabrielaFreire02/estado-de-situacion-inicial-43600367>

Gallego, A. P. (13 de 11 de 2015). Pèrez Bustamante & Ponce. Obtenido de <http://www.pbplaw.com/que-es-luae/>

Gardey, J. P. (2008). Definición.de. Obtenido de <http://definicion.de/planeacion-estrategica/>

Gardey, J. P. (2009). Definicion.de. Obtenido de <http://definicion.de/producto/>  
Gerencie.com. (12 de 06 de 2010). Gerencie.com. Obtenido de Gerencie.com: <https://www.gerencia.com/ingresos-no-operacionales.html>

Gerencie.com. (junio de 28 de 2011). Gerencie.com. Obtenido de Gerencie.com: <https://www.gerencia.com/capital-de-trabajo.html>

Gerencie.com. (14 de marzo de 2017). Gerencie.com. Obtenido de Gerencie.com: <https://www.gerencia.com/depreciacion.html>

Gestión de talento Humano. (16 de 4 de 2010). competencias empresariales. Obtenido de <http://competenciasempresariales.blogspot.com/2010/04/que-son-competencias-empresariales.html>

Gestiopolis.com. (16 de 3 de 2001). Gestiopolis.com. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>

glosario de contabilidad. (16 de 07 de 2017). debitoor.es. Obtenido de debitoor.es:

<https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>

google. (2017). gogle. Obtenido de

<https://www.google.com.ec/webhp?ssrp=1&hl=es-EC#hl=es->

[EC&q=que+es+el+registro+sanitario](https://www.google.com.ec/webhp?ssrp=1&hl=es-EC#hl=es-EC&q=que+es+el+registro+sanitario)

Gutierrez Morales J. (2010). ACADEMIA.EDU. Obtenido de

[http://www.academia.edu/9174860/Conceptos\\_banca](http://www.academia.edu/9174860/Conceptos_banca)

Hinojoso Pino Carol. (2010). Monografias.com. Obtenido de

<http://www.monografias.com/trabajos81/cuatro-p-marketing/cuatro-p->

[marketing2.shtml](http://www.monografias.com/trabajos81/cuatro-p-marketing/cuatro-p-marketing2.shtml)

Jesús, M. O. (3 de 04 de 2009). gestiopolis.com. Obtenido de gestiopolis.com:

<https://www.gestiopolis.com/evaluacion-financiera-proyectos-proyeccion-precios->

[corrientes-constantes/](https://www.gestiopolis.com/evaluacion-financiera-proyectos-proyeccion-precios-corrientes-constantes/)

López, I. B. (10 de 07 de 2017). Ingenieriaindustrialonline.com. Obtenido de

Ingenieriaindustrialonline.com:

<https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero->

[industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/](https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/)

Luis, L. B. (26 de marzo de 2014). Gestiopolis.com. Obtenido de Gestiopolis.com:

<https://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>

Martos, L. G. (03 de 04 de 2006). Zonaeconomica. Obtenido de Zonaeconomica:

<http://www.zonaeconomica.com/inversion/definicioncontable>

Matos Luis . (2012). Monografias.com. Obtenido de

<http://www.monografias.com/trabajos25/gestion-administrativa/gestion->

[administrativa.shtml#gestion](http://www.monografias.com/trabajos25/gestion-administrativa/gestion-administrativa.shtml#gestion)

- Monteagudo, D. R. (24 de 01 de 2012). Elaboracion de Proyectos Educativos y Sociales . Obtenido de Elaboracion de Proyectos Educativos y Sociales :  
<http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>
- Morillo, E. S. (2013). Macroeconomía. Quito, Pichincha, Ecuador: Instituto Tecnológico Superior Cordillera.
- Muñoz Rafael. (2013). MARKETING-XXI. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- Nunes, P. (11 de 10 de 2012). know.net. Obtenido de know.net:  
<http://old.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/entornoexterno.htm>
- Peñalver, P. (14 de 11 de 2012). Proyecto Empresarial. Obtenido de <https://proyectoempresarial.wordpress.com/tag/entorno-social/>
- Peralta García Idalia. (2010). SLIDESHARE. Obtenido de <http://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>
- Peralta, M. P. (17 de 07 de 2017). crecemujer.cl. Obtenido de crecemujer.cl:  
<https://www.crecemujer.cl/capacitacion/ideas-de-negocio/que-son-los-costos-fijos-y-variables-en-mi-emprendimiento>
- Porto, J. P. (25 de 07 de 2008). Definicion.de. Obtenido de Definicion.de:  
<http://definicion.de/costo/>
- Porto, J. P. (02 de 07 de 2009). Definicion.de. Obtenido de <http://definicion.de/oferta/>
- Porto, J. P. (2012). Definicion.de. Obtenido de Definicion.de:  
<http://definicion.de/mano-de-obra/>

Reyes, V. (08 de Octubre de 2007). El Universo. Recuperado el 21 de mayo de 2017, de

<http://www.eluniverso.com/2007/10/08/0001/18/7CF4E55AEDD44C2385F5CD5985FEBAB9.html>

Risco, L. V.-J. (7 de 12 de 2009). ECUADOR PLATANO. Obtenido de ECUADOR PLATANO: <http://ecuadorplatano.blogspot.com/2009/12/origen-del-platano-barraganete.html>

Sectorial, A. (13 de 07 de 2015). Proecuador.gob.ec. Obtenido de Proecuador.gob.ec [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/PROEC\\_AS2015\\_PLATANO1.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/PROEC_AS2015_PLATANO1.pdf)

Soto, O. (2001). gestiopolis. Obtenido de Facultad de Economía UNAM, 2001.

suministros, G. c. (16 de 07 de 2017). blog.bextok.com. Obtenido de [blog.bextok.com: https://blog.bextok.com/costos-indirectos-de-fabricacion-ejemplos-clasificacion/](https://blog.bextok.com/costos-indirectos-de-fabricacion-ejemplos-clasificacion/)

Thompson Ivan. (2006). PROMONEGOCIOS.NET. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>

Torres Cecilia. (2012). GESTION OPERATIVA DE ORGANIZACIONES.

Obtenido de <http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>

Ucha, F. (29 de 9 de 2009). definicionabc.com. Obtenido de definicionabc.com: <https://www.definicionabc.com/?s=Impacto%20ambiental>

Ucha, F. (10 de 12 de 2013). DefiniciónABC. Obtenido de DefiniciónABC: <https://www.definicionabc.com/economia/proceso-productivo.php>

Universidad Santo Tomas. (08 de 07 de 2017). Google. Obtenido de Google:

[http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/localizacin\\_del\\_proyecto.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/localizacin_del_proyecto.html)

Valietti Pérez Bengochea. (2008). DE GERENCIA.COM. Obtenido de

[http://www.degerencia.com/articulo/competitividad\\_empresarial\\_un\\_nuevo\\_concepto](http://www.degerencia.com/articulo/competitividad_empresarial_un_nuevo_concepto)

Vallejo, A. P. (9 de 10 de 2014). Pèrez Bustamante & Ponce. Obtenido de

<http://www.pbplaw.com/que-es-el-ruc/>

Vasquez, V. H. (2009). Organización aplicada. Quito: Gráficas Vasquez.

Wikipedia. (21 de 04 de 2016). Wikipedia.rg. Obtenido de Wikipedia.org:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Ingenier%C3%ADa\\_de\\_producto](https://es.wikipedia.org/wiki/Ingenier%C3%ADa_de_producto)

# URKUND

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: DIEGO HARO.pdf (D30301035)  
 Submitted: 2017-08-31 05:42:00  
 Submitted By: diego\_papa\_20@hotmail.com  
 Significance: 9 %

### Sources included in the report:

Joan Gabriel Lara Ramos.docx (C19716090)  
 MERCY KARINA QUISHPE (Copia de NXPowerLite).docx (D19604715)  
 MARCO ANIBAL CHANGO CHANGO.docx (D30299577)  
 urkund\_patricia\_granda\_banca\_17.docx (D30287058)  
 TESIS JESSICA VINUEZA Aaaaaaa.pdf (D30286300)  
 WILLIAM ANDRES CAICEDO M/LDONADO.docx (D19872924)  
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/2374/IPR-16-16-0919969527.pdf?sequence=1>  
<https://proyectoempresarial.wordpress.com/2012/11/14/>  
[https://prezi.com/\\_bly-tybwwhc/competencias/](https://prezi.com/_bly-tybwwhc/competencias/)  
[http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/PROEC\\_AS2015\\_PLATANO1.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/PROEC_AS2015_PLATANO1.pdf)  
<http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>  
<https://www.definicionabc.com/general/cliente.php>  
<http://www.metodomarketing.com/eslogan/>  
[http://copro.com.ar/Inversion\\_fija.html](http://copro.com.ar/Inversion_fija.html)  
<http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>  
<https://www.crecenegocios.com/el-analisis-costo-beneficio/>  
<https://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>  
<http://definicion.de/demanda/>  
<http://www.definicion.org/costo-financiero>  
[http://www.economia.com.mx/producto\\_interno\\_bruto.htm](http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm)  
<http://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>  
<http://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>  
<http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>  
<http://definicion.de/producto/>  
<https://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>  
<https://www.gerencie.com/depreciacion.html>  
<https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>  
<http://www.encyclopediainfinanciera.com/definicion-bienes-y-servicios.html>  
<https://www.gestiopolis.com/evaluacion-financiera-proyectos-proyeccion->  
<https://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>  
<http://www.zonaeconomica.com/inversion/definicioncontable>  
<http://old.knoww.net/es/cieeconcom/gestion/entornoexterno.htm>  
<http://definicion.de/costo/>  
<http://definicion.de/oferta/>  
<https://www.definicionabc.com/economia/proceso-productivo.php>  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Ingenier%C3%ADa\\_de\\_producto](https://es.wikipedia.org/wiki/Ingenier%C3%ADa_de_producto)

### Instances where selected sources appear:

48