



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APORTAR AL DESARROLLO DE LA INNOVACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS  
A TRAVÉS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS SEMIMADUROS CON FRUTAS  
ENCONFITADAS, DIRIGIDO A CADENAS DE SUPERMERCADOS Y  
DELICATESSENS UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2014

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo

En Administración Bancaria Financiera

Autora: Mendoza Villavicencio Diana Patricia

Tutor: Francisco Cañar

Quito, Octubre 2014

### **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.

---

Diana Patricia Mendoza Villavicencio

CI. 040161956-4

## **Contrato de cesión sobre derechos propiedad intelectual**

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Mendoza Villavicencio Diana Patricia, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "APORTAR AL DESARROLLO DE LA INNOVACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS A TRAVÉS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS SEMIMADUROS CON FRUTAS ENCONFITADAS, DIRIGIDO A CADENAS DE SUPERMERCADOS Y DELICATESSENS UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2014, el cual incluye la creación y desarrollo del producto, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno.

b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla el proyecto, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del proyecto desarrollado descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el proyecto por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del proyecto por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del proyecto; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del proyecto que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del proyecto a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 23 días del mes de Octubre del 2014.

f) \_\_\_\_\_

Mendoza Villavicencio Diana Patricia

C.C. N° 0401619564

CEDENTE

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

## AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme llegar hasta aquí, por llenarme de bendiciones y salud a lo largo de mi vida .

A mis padres con su ayuda incondicional y están siempre en todo momento.

A mi amigo Javier, y compañeros de estudio que fueron un pilar fundamental para el logro y culminación de mi carrera profesional.

Diana Mendoza.

## DEDICATORIA

A Dios.

Con mucho amor para mis padres, y hermanos.

## Índice general

Declaratoria.....	i
Contrato de cesión sobre derechos propiedad intelectual .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
Índice general.....	viii
Índice de tablas .....	xv
Índice de figura .....	xviii
Índice de gráficos.....	xix
Resumen ejecutivo .....	xx
Abstract.....	xxii
Capítulo I .....	1
Introducción .....	1
1.1 Justificación. ....	1
1.2 Antecedentes.....	3
Capítulo II.....	7
2. Análisis situacional .....	7
2.1.1 factor económico.....	7
2.1.1.1 pib .....	7
2.1.1.2 inflación: .....	9
<b>2.1.1.3 tasas de interés .....</b>	<b>10</b>

<b>2.1.1.4 balanza comercial</b> .....	11
2.1.2 factor social.....	12
2.1.2.1 <i>pea</i> .....	12
2.1.2.2 <i>tasa de desempleo</i> .....	13
2.1.2.3 <i>canasta básica</i> .....	14
2.1.3.1 <i>permisos de funcionamiento</i> .....	16
2.1.3.1 <i>ruc (registro único de contribuyentes)</i> .....	16
<b>2.1.3.2 <i>luae</i></b> .....	17
<b>2.1.3.3 <i>licencia artesanal</i></b> .....	18
2.1.4 factor tecnológico.....	24
2.2 Entorno Local.....	25
2.2.1 clientes .....	25
2.2.2 proveedores .....	26
2.2.3 competidores .....	27
2.3 Análisis interno .....	28
2.3.1 propuesta estratégica.....	28
2.3.1.1 <i>misión</i> .....	29
2.3.1.2 <i>visión</i> .....	29
2.3.1.3 <i>objetivos</i> .....	30
2.3.1.3.1 <i>objetivo general</i> .....	30
2.3.1.3.2 <i>objetivos específicos</i> .....	30

2.3.1.4 principios y valores .....	30
<b>2.3.2 gestión administrativa .....</b>	<b>31</b>
2.3.3 gestión operativa .....	36
2.3.4 gestión comercial .....	40
2.3.5 producto .....	45
2.3.6 precio.....	45
2.3.7 plaza. ....	46
2.3.8 promoción. ....	47
2.3.9 publicidad.....	47
2.4 Análisis FODA.....	49
2.4.1 estrategia jerarquizada .....	50
Capítulo III.....	52
Estudio de mercado.....	52
3.1 Análisis del consumidor.....	53
3.1.1 determinación de la población y muestra.....	53
3.1.1.1 población.....	53
3.1.1.2 muestra.....	54
3.1.2 técnicas de obtención de información.....	55
3.1.2.1 inventario por cuestionario.....	56
3.1.2.3 encuesta.....	57
3.1.3 análisis de la información.....	59

3.2 Demanda .....	72
3.2.1 demanda histórica .....	72
3.3.2 demanda actual.....	72
3.3.3 demanda proyectada.....	73
3.4 Oferta .....	74
3.4.1 oferta histórica .....	74
3.4.2 oferta actual.....	74
3.4.3 oferta proyectada.....	75
3.5 Balance oferta – demanda .....	76
3.5.1 balance actual.....	76
3.5.2 balance proyectado.....	76
Capítulo IV.....	77
4. Estudio Técnico .....	77
4.1 Tamaño Del Proyecto .....	77
4.1.1 capacidad instalada .....	78
4.1.2 capacidad óptima .....	78
4.2 Localización.....	78
4.2.1 macro localización .....	78
4.2.2 microlocalización .....	80
4.2.3 localización óptima .....	80
4.3 Ingeniería Del Producto .....	81

4.3.1 definición de bien y servicio .....	81
4.3.1.1 bien o servicio .....	81
4.3.2 distribución de la planta .....	82
4.3.3. proceso productivo.....	83
4.3.4 maquinaria.....	84
4.3.5 equipos .....	85
Capítulo V.....	86
5. Estudio Financiero .....	86
5.1 Ingresos Operacionales .....	87
5.1.1 ingresos no operacionales .....	88
5.2 Costos.....	88
5.1.2 costos directos.....	89
5.2.2 costos indirectos.....	90
5.2.3 gastos administrativos.....	90
5.2.4 costo de ventas .....	92
5.2.5 costos fijos y variables .....	94
<b>5.3 Inversiones .....</b>	<b>95</b>
<b>5.3.1 inversión fija .....</b>	<b>95</b>
5.3.1.1 activos fijos .....	96
5.3.1.2 activos nominales (diferidos).....	96
5.3.2 capital de trabajo .....	97

5.3.3 fuentes de financiamiento y uso de fondos .....	97
5.3.4 amortización de financiamiento (tabla de amortización) .....	98
5.3.5 depreciaciones (tabla de depreciación) .....	98
5.3.6 estado de situación inicial .....	99
5.3.7 estado de resultados proyectado (a cinco años) .....	100
5.3.8 flujo caja.....	101
<b>5.4 Evaluación .....</b>	<b>102</b>
5.4.1 tasa de descuento.....	102
5.4.2 van.....	103
5.4.3 tir .....	104
5.4.4 pri .....	105
5.4.5 relación costo beneficio .....	105
5.4.6 punto de equilibrio .....	106
<b>5.4.1 índices financieros.....</b>	<b>108</b>
<b>5.4.1.1 roe .....</b>	<b>108</b>
<b>5.4.1.2 roi .....</b>	<b>109</b>
<b>5.4.1.3 Índice de Endeudamiento .....</b>	<b>109</b>
Capítulo VI.....	110
Análisis de impactos .....	110
6.1 Impacto Ambiental.....	110
6.2 Impacto Económico .....	110

6.3 Impacto Productivo .....	111
6.4 Impacto Social .....	111
<b>Capítulo VII</b> .....	112
<b>7. Conclusiones y Recomendaciones</b> .....	112
<b>7.1 Conclusiones</b> .....	112
<b>7.2 Recomendaciones</b> .....	113
Bibliografía .....	¡Error! Marcador no definido.



### Indice de tablas

Tabla 1 clientes .....	26
Tabla 2 proveedores. ....	27
Tabla 3 competidores.....	27
Tabla 4 Cadena de Valor .....	38
Tabla 5 FORTALEZAS .....	50
Tabla 6 DEBILIDADES.....	50
Tabla 7 OPORTUNIDADES .....	51
Tabla 8 AMENAZAS .....	51
Tabla 9 Género.....	59
Tabla 10 Edad.....	60
Tabla 11 Ingresos .....	61
Tabla 12 Consume Ud. quesos semimaduros.....	62
Tabla 13 Esta de acuerdo en adquirir quesos con contenido nutritivo y de diversos sabores como por ejemplo.....	63
Tabla 14 En qué tipo de establecimiento compra ud habitualmente este tipo de quesos semimaduros .....	64
Tabla 15 Señale la marca de quesos que consume habitualmente.....	65
Tabla 16 Con que frecuencia Ud. Compra quesos semimaduros .....	66
Tabla 17 Indique que otros quesos satisfacen su necesidad alimenticia? .....	67
Tabla 18 Que factores toma en cuenta a la hora de adquirir quesos semimaduros.....	68
Tabla 19 Cuanto estaría dispuesto a pagar al momento de adquirir quesos semimaduros de 500 gramos?.....	69
Tabla 20 Está satisfecho con los productos lácteos que le ofrece la competencia considerando calidad y precio? .....	70



Tabla 21 De estos productos según su criterio cual sustituye al queso?.....	71
Tabla 22 Calculo de la demanda actual .....	72
Tabla 23 Resultados de la encuesta.....	73
Tabla 24 Cálculo de la demanda actual .....	73
Tabla 25 Demanda actual .....	74
Tabla 26 Oferta Actual .....	75
Tabla 27 Proyección de la Oferta.....	75
Tabla 28 balance proyectado.....	76
Tabla 29 Tamaño Del Proyecto .....	77
Tabla 30 macro localización .....	79
Tabla 31 maquinaria .....	84
Tabla 32 equipos.....	85
Tabla 33 Ingresos Operacionales .....	87
Tabla 34 Ingresos proyectados .....	88
Tabla 35 costos directos.....	89
Tabla 36 Materia Prima Directa .....	89
Tabla 37 Costos Indirectos.....	90
Tabla 38 Gastos de personal.....	90
Tabla 39 Materiales de aseo y limpieza.....	91
Tabla 40 Suministros de Oficina.....	91
Tabla 41 Gastos Administrativos proyectados.....	92
Tabla 42 Costo de ventas .....	92
Tabla 43 Costos de ventas proyectados.....	93
Tabla 44 Proyección de costos y gastos.....	93



Tabla 45 Proyección de gastos administrativos .....	93
Tabla 46 Proyección de gastos de ventas .....	94
Tabla 47 Costos fijos y variables .....	94
Tabla 48 Cuadro de inversiones .....	95
Tabla 49 Activos Fijos .....	96
Tabla 50 Diferidos .....	96
Tabla 51 Capital de trabajo .....	97
Tabla 52 Fuentes de Financiamiento .....	97
Tabla 53 Tabla de Amortización .....	98
Tabla 54 Depreciaciones .....	99
Tabla 55 Estado de situación inicial .....	100
Tabla 56 Estado de resultados. ....	101
Tabla 57 Flujo de Caja .....	102
Tabla 58 TMAR .....	103
Tabla 59 van .....	103
Tabla 60 tir .....	104
Tabla 61 pri .....	105
Tabla 62 Relación Costo beneficio .....	105
Tabla 63 Punto de Equilibrio .....	106

## Índice de figura

Figura 1 pib .....	8
Figura 2 Porcentaje del Pib por sector .....	8
Figura 3 Inflación.....	9
Figura 4 balanza comercial.....	11
Figura 5 pea.....	12
Figura 6 tasa de desempleo .....	13
Figura 7 canasta básica .....	15
Figura 8 Logotipo .....	29
Figura 9 gestión administrativa.....	33
Figura 10 gestión operativa .....	37
Figura 11 Gestión Operativa .....	39
Figura 12 Gestión Comercial.....	41
Figura 13 producto.....	45
Figura 14 plaza.....	46
Figura 15 Tarjetas de Presentación.....	47
Figura 16 Flyers .....	48
Figura 17 Análisis FODA .....	49
Figura 18 Macro localización .....	79
Figura 19 Micro localización .....	80
Figura 20 distribución de la planta.....	82
Figura 21 proceso productivo .....	83

## Índice de gráficos

Grafico 1 Género.....	59
Grafico 2 Edad.....	60
Grafico 3 Ingresos .....	61
Grafico 4 Pregunta N° 1 .....	62
Grafico 5 Pregunta N°2 .....	63
Grafico 6 Pregunta N°3 .....	64
Grafico 7 Pregunta N°4 .....	65
Grafico 8 Pregunta N° 5 .....	66
Grafico 9 Pregunta N° 6 .....	67
Grafico 10 Pregunta7 .....	68
Grafico 11 Pregunta N° 8 .....	69
Grafico 12 Pregunta N° 9 .....	70
Grafico 13 Pregunta N°10 .....	71

## Resumen ejecutivo

El queso es un alimento con un gran valor nutritivo al igual que otros productos lácteos; el queso aporta proteínas, vitaminas, minerales y grasas saturadas a nuestra ingesta de alimentos.

El queso es una de las mejores fuentes de calcio: una porción de 50 gramos de queso proporciona la misma cantidad de calcio que un vaso de leche o yogur. Durante nuestra etapa de crecimiento son parte importante de la formación de huesos y dientes, pero en la edad adulta es necesario mantener un consumo adecuado, con el fin de favorecer la conservación de la masa ósea, contribuyendo así a prevenir la desmineralización de los huesos, causa frecuente de osteoporosis y fracturas. Este efecto cobra aún más importancia en las mujeres durante las etapas de adolescencia, embarazo, lactancia y menopausia.

En cuanto al sodio, aunque un vaso de leche contiene 120 miligramos, 50 gramos de queso fresco contiene entre 110 y 450 miligramos, mientras que 60 gramos de queso semi-curado o curado pueden contener tanto como 800 miligramos.

El alto valor proteico del queso es imprescindible para el organismos humano, el aporte diario de proteínas necesario para un adulto puede cubrirse en un 35% o 45% con unos 100 gramos de queso.

El contenido en grasas en el queso es alta, pero ello no quiere decir que tengamos que renunciar a él, deberemos realizar un consumo equilibrado y necesario a nuestras características individuales. Como referencia, 50 gramos de queso es equivalente a unos 12 a 14 gramos de grasa, 9 gramos de ácidos grasos saturados, 44 miligramos de colesterol y 173 calorías.

La pirámide de alimentación recomienda que se consuman diariamente 2 ó 3 porciones del grupo de los Productos Lácteos; es decir, leche, yogur o queso. Una porción es equivalente a 50-60 gramos de queso.

Además el queso es un alimento fácilmente digerible y la maduración del queso conduce a una especie de pre-digestión.

También el conjunto de mohos, bacterias que contiene el queso, puede actuar de una forma favorable en nuestra flora intestinal. (CHESE)

En base a los resultados obtenidos del estudio financiero se denota que el proyecto es factible para implementarlo, obteniendo grandes resultados.

### Abstract

Cheese is a food with a high nutritional value as well as other dairy products; cheese provides protein, vitamins, minerals and saturated fat to our food intake.

Cheese is one of the best sources of calcium: a portion of 50 grams of cheese provides the same amount of calcium as a glass of milk or yogurt. During our growth stage are important part of the formation of bones and teeth, but in adulthood is necessary to maintain an adequate intake, in order to promote the conservation of bone mass, helping to prevent bone demineralization, common cause of osteoporosis and fractures. This effect is even more important in women during the stages of adolescence, pregnancy, lactation and menopause.

For sodium, although a glass of milk containing 120 milligrams, 50 grams of soft cheese contains from 110 to 450 milligrams, while 60 grams of cheese semi-cured or cured can contain as much as 800 milligrams.

The high protein cheese is essential for human bodies, the daily protein intake for an adult can be covered by 35 % or 45 % with about 100 grams of cheese.

The fat content in cheese is high, but that does not mean we have to give up on , we need to make a balanced and our individual consumption characteristics. For reference, 50 grams of cheese is equivalent to about 12 to 14 grams of fat, 9 grams of saturated fatty acids, 44 mg cholesterol, and 173 calories.

The food pyramid recommends consuming 2 or 3 daily servings from the Milk Products ; is, milk, yogurt or cheese . One serving is equivalent to 50-60 grams of cheese.

Also cheese is an easily digestible food and cheese ripening leads to a kind of pre - digestion.

Also the set of molds, bacteria containing the cheese, can act in a favorable manner in our intestinal flora.

Based on the results of the financial analysis is denoted that the project is feasible to implement it, with great results.



## Capítulo I

### Introducción

#### 1.1 Justificación.

Considerando que el cambio de matriz productiva en el país espera beneficiar a los sectores artesanales y de microempresas, logrando de ésta forma sustituir los productos que ingresan como importaciones sobre todo de alimentos que pueden ser producidos en el país, a este factor importante le añadimos el crecimiento en la empresa de lácteos, todo producto que se encuentra en la rama productiva, tendrá oportunidades importantes en un mercado actualmente potencial.

Esta idea surge de la necesidad en el mercado de contar con una empresa que provea a delicatessen y cadenas de supermercados de un producto innovador, direccionado a paladares que gusten del queso semi maduro con frutas enconfitadas.

Actualmente en el mercado, existen innumerables proveedores de productos lácteos dentro de ellos quesos, cada empresa determina un amplio portafolio de productos, pero ninguna de ellas dedicada a un segmento o producto en concreto,

dejando el mercado de los quesos semimaduros insatisfecho con nuevas variedades, sobre todo con productos innovadores que combinen los valores nutricionales del queso y de las frutas enconfitadas.

Todas las frutas son alimentos con mayor cantidad y nutrientes, altamente beneficiosos para la salud, gracias a estas propiedades se obtendrá una dieta balanceada, ayudando el correcto funcionamiento del aparato digestivo, el ser humano puede vivir sin sufrir enfermedades causadas por carencias vitamínicas consumiendo únicamente queso, pan y fruta, puesto que el conjunto de estas tres llevan las vitaminas, sales minerales y proteínas necesarias para vivir. Según pasa el tiempo el queso aumenta su aportación de calorías y mejora su calidad bacteriológica formando un conjunto de moho, bacterias que contiene actuando de una forma favorable en nuestra flora intestinal, es por eso fusionamos el queso semimaduro con fruta enconfitada siendo un alimento digerible a la vez.

Con el presente estudio se abrirá un nuevo campo comercial en el país, generando fuentes de empleo y nivel de reconocimiento internacional, no obstante al crear esta empresa que tendrá como producto innovador la elaboración de quesos semimaduros con frutas confitadas seremos competitivos antes empresas queseras de reconocimiento nacional como por ejm: Floralp, El Salinerito, etc, y con el tiempo pensar en una industrialización masiva con la propuesta del gobierno sobre el cambio de la matriz productiva y el apoyo a créditos a microempresarios esto tiene como finalidad ser reconocidos internacionalmente que obliga a crear ideas de productos como lo es nuestro queso semimaduro con frutas enconfitadas.

## 1.2 Antecedentes.

La creación de una nueva microempresa, implica buscar un valor agregado a los productos que ofrece y sobre todo lograr perfección en los estándares de calidad, la industria de producción de quesos posee un indicador de crecimiento en nuestro país, sobre todo de aquellos productos dirigido a grupos específicos y paladares que gusten de las variedades de quesos, por lo tanto a continuación un breve resumen de los componentes investigativos que motivaron mi proyecto.

(ESCANDON, 1977), dice “El queso es el producto escurrido y conservado en determinadas condiciones de la leche coagulada por la acción del cuajo, que no viene a ser sino la membrana del cuarto estómago de los animales de leche, especial y casi exclusivamente de los corderos, cabritos y corderos. Todos los quesos se preparan en virtud de ese principio, habiendo caído por completo en desuso el empleo de algunas plantas, usadas antes, para el objeto. Sus diferencias proceden más bien del modo de fabricarlos y del tiempo y manera en que su maduración se verifica” (pág., 255)

El queso es un alimento derivado de la leche que se obtiene de la coagulación de la misma. Durante este proceso se obtiene el suero, por un lado, y la cuajada por el otro, la cual puede seguir diferentes procesos en función del tipo de queso a elaborar.

Tres son los ingredientes fundamentales en la elaboración del queso:

Leche: el queso no es más que leche muy concentrada, a la que se le elimina el agua; por eso las características de la leche utilizada definirán, en gran parte, las del queso resultante.

Cuajo: procedente del cuarto estómago (o cuajar) de ternero muy joven, contiene quimosina, un enzima que permite que la kappa-caseína -responsable de mantener las micelas de caseína en la leche separadas- se inactive. Las moléculas de caseína, principal proteína de la leche, se mantienen agrupadas en unas estructuras llamadas micelas. Cuando el cuajo actúa, las micelas de caseína confluyen para unirse y formar la leche cuajada.

Microorganismos: bacterias y hongos son los que darán las peculiaridades a cada queso al modificar las proteínas y grasas presentes en la leche, dando lugar a nuevos compuestos con sabores y aromas característicos. La variedad es amplia, desde las bacterias iniciadoras, que suelen ser bacterias del ácido láctico responsables de la acidificación de la leche y sabor de gran parte de quesos semiduros, hasta las bacterias propiónicas responsables de los agujeros de quesos como el gruyere, o los mohos azules del roquefort y los blancos del Camembert.(BERNACER, 2013)

Frutas Enconfitadas: es un producto elaborado obtenido de la concentración de jarabes en los cuales se sumerge la fruta, cuyo fin es que las frutas liberen ácidos y agua, a cambio estos absorben azúcar para darles dulzor y conservarlos por más tiempo, luego estos son sometidos a un proceso de deshidratación hasta que estén bien secos.

Los alimentos que consumimos en nuestra dieta diaria aportan a nuestro organismo unas cantidades específicas de nutrientes. El conjunto de ellos constituyen un aporte energético, vitamínico, mineral y proteico, total que determinará las características de nuestra dieta.

Cada alimento aporta cantidades diferentes de estos componentes de manera que si controlamos y conocemos su composición, podremos mejorar y completar nuestros hábitos alimentarios para cumplir los requerimientos nutricionales de nuestro cuerpo.

Historia: El queso es una de las máximas expresiones de la capacidad del hombre de transformar una materia prima en otra. Comenzó siendo una forma de preservar los excedentes de leche en un formato concentrado para convertirse en un arte que da lugar a multitud de variantes, todas ellas con la identidad propia del lugar donde se elaboran.

Es probable que la historia del queso se remonte 5.000 años atrás, cuando los pobladores de Asia Central y Oriente Próximo se dieron cuenta de que era posible almacenar y conservar la leche cuajada y agriada de forma natural, eliminando el suero y salándola.

Más adelante, descubrieron que si el cuajado tenía lugar en el estómago de un animal, el resultado era una cuajada más flexible con una textura más consistente. Esta técnica se expandió hacia el oeste y el norte, llegando a Europa, donde la variedad de climas dio lugar a la gran cantidad de quesos que conocemos hoy en día.

Así pues, el arte de elaborar queso progresó en las diferentes zonas europeas, de forma independiente y adaptándose al entorno, clima, materiales y mercados locales. En la actualidad, y pese a la producción industrial quesera, siguen existiendo pequeños productores artesanales que mantienen la esencia del buen hacer quesero.

(BERNACER, 2013)

Propiedades y aportes nutricionales: El queso comparte casi las mismas propiedades nutricionales con la leche, excepto porque contiene más grasas y proteínas

concentradas. Además de ser fuente proteica de alto valor biológico, se destaca por ser una fuente importante de calcio y fósforo, necesarios para la re mineralización ósea.

Con respecto al tipo de grasas que nos aportan, es importante volver a señalar que se trata de grasas de origen animal, y por consiguiente son saturadas, las cuales influyen muy negativamente ante enfermedades cardiovasculares y la obesidad o sobrepeso.

En cuanto a las vitaminas, el queso es un alimento rico en vitaminas A, D y del grupo B.

Gracias a todos los nutrientes importantes que el queso nos aporta, debe estar presente en una dieta sana y equilibrada, aunque deberá ser consumido con moderación.

La mejor opción es elegir, quesos frescos desnatados tipo Burgos, ricotas, requesón, o versiones de bajo contenido graso, tanto para los niños como para adultos, ya que solo en este tipo de quesos, se ve modificado su contenido graso, pero no el resto de vitaminas y minerales.

Las personas con intolerancia a la lactosa o alérgicas, deben tener especial cuidado, restringiendo su consumo, o tomando solo aquellos que su organismo tolera sin generar reacciones adversas.(LICATA, 2014)

## Capítulo II

### 2. Análisis situacional

#### 2.1.1 factor económico

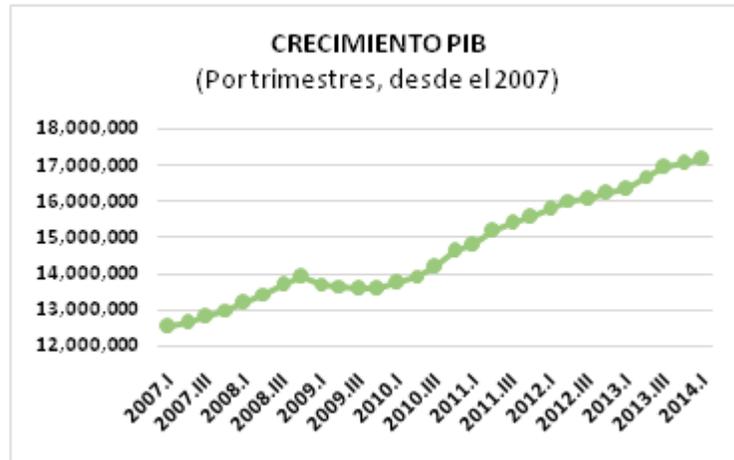
Este factor es muy importante ya que determina el comportamiento de la economía, y son los indicadores que no se los pueden controlar pues de ellos depende el posicionamiento de la empresa en el mercado.

A continuación detallamos los más importantes:

##### 2.1.1.1 *pib*

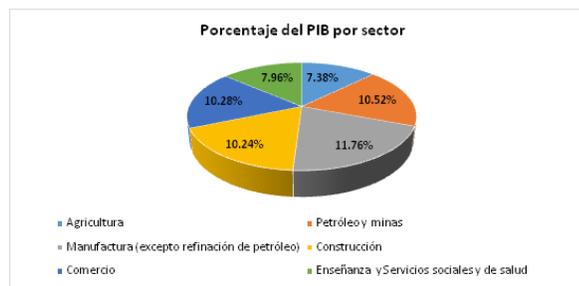
El producto interno bruto (PIB) es el valor total de la producción corriente todos los de bienes y servicios de un país, durante un período de tiempo determinado, que por lo general de es un trimestre o un año. (Arenas, 2010)

Según la Cámara de Industrias de Guayaquil, el sector manufacturero ha ido creciendo a un menor ritmo que los trimestres anteriores. Pasó de 5,2% en el tercer trimestre del 2012 a 2,9% en el segundo trimestre del año 2013 (EXPRESO, 2013).



**Figura 1 pib**

Fuente: Banco Central del Ecuador



**Figura 2 Porcentaje del Pib por sector**

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gracias al crecimiento del PIB en los últimos años nos colocamos en un rango aceptable en América Latina, lo que es un crecimiento bastante bueno lo que significa una gran ventaja para nuestro proyecto de factibilidad porque en mínimas cantidades podremos contribuir al desarrollo económico nuestro país, y más específicamente si analizamos el PIB del sector manufacturero , podemos ver un crecimiento en el mismo

durante los últimos años, entendiéndolo como una gran ventaja para la creación de empresas que se dedican a la fabricación de nuevos productos.

### 2.1.1.2 inflación:

En Economía, se le llama inflación al incremento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios en un periodo determinado. Es bien conocido que un artículo que hace un año costaba \$10.000 hoy puede costar \$10.500 o más.

La existencia de inflación durante un período implica un aumento sostenido del precio de los bienes en general, lo cual afecta la capacidad adquisitiva de la población disminuyendo su capacidad de compra y por ende su calidad de vida. (Arenas, 2010)

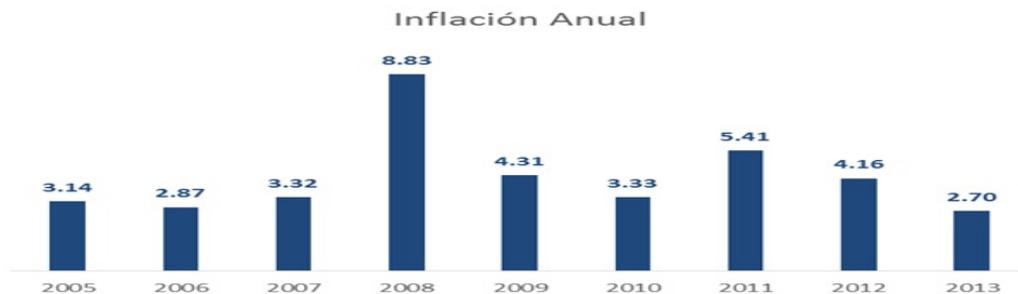


Gráfico: INEC

Figura 3 Inflación

Fuente: INEC

La inflación se considera una amenaza para el estudio de factibilidad ya que el porcentaje de inflación puede ir variando pese a que en la actualidad los índices de inflación se encuentran estables, si este factor llegará a variar drásticamente esto reflejaría en la disminución del poder adquisitivo de la moneda. una medida frecuente

de la inflación es el índice de los precios al consumidor por esa razón muchos hogares tienden a bajar su cantidad de consumo e incluso se privan de la utilización de varios bienes y servicios.

### ***2.1.1.3 tasas de interés***

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube.

Existen dos tipos de tasas de interés: la tasa pasiva o de captación, es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado; la tasa activa o de colocación, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Esta última siempre es mayor, porque la diferencia con la tasa de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando además una utilidad. La diferencia entre la tasa activa y la pasiva se llama margen de intermediación. (<http://www.bce.fin.ec>)

Estas tasas fluctúan dependiendo el porcentaje por el uso de los fondos prestables, es decir es de mayor beneficio para la empresa que la tasa activa sea baja, ya que si nosotros tenemos adquirimos un préstamo el interés sería bajo, en cambio si tenemos capital nos interesa que la tasa pasiva de un valor alto para que la banca pague un valor aceptable para generar intereses.

El presente proyecto se vería afectado si las tasa activa son reajustadas trimestralmente como lo indican varias Entidades Financieras, últimamente no se ha obtenido variación de las mismas.

#### 2.1.1.4 balanza comercial

La balanza comercial o de pagos es un indicador o relación donde se consignan las operaciones comerciales y de capitales que un país desarrolla con el mundo en un determinado periodo.

La balanza de pagos considera aspectos como la balanza comercial, entendida esta como la diferencia entre las importaciones y exportaciones de bienes y servicios, y considera también la llamada cuenta de capitales. Algunos incluyen aspectos como la cuenta corriente, balanza de rentas y de transferencias, que al final de cuentas forman parte de la balanza comercial o de capitales. (Arenas, 2010)



Figura 4 balanza comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Actualmente se han restringido las importaciones, esto hará que los productos producidos en Ecuador sean consumidos y exportados a otros países. La balanza Comercial en los últimos años ha sido negativa, pero con esta nueva Ley implica que suba de una manera considerable obteniendo resultados a largo plazo.

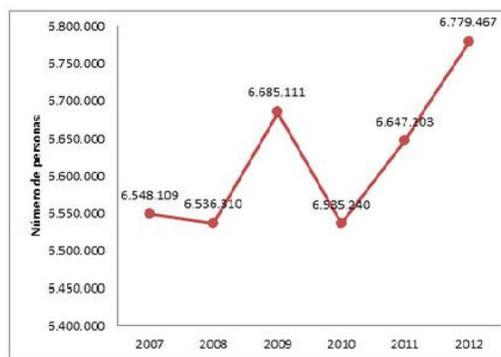
## 2.1.2 factor social.

### 2.1.2.1 *pea*

La PEA (Población Económica Activa), está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados). (<http://inec.gob.ec>)

**Serie cronológica**

AÑO	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nacional	6.548.109	6.536.310	6.685.111	6.535.240	6.647.203	6.779.467



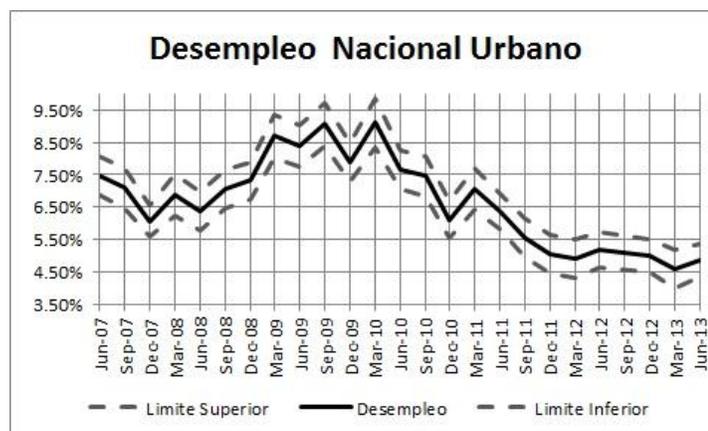
**Figura 5** *pea*

**Fuente:** INEC, Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU

Este factor permite determinar si existe mayor demanda de trabajo por parte de las empresas, por lo tanto nuestro proyecto apoyará generando empleos porque contaremos con personal calificado llevando a cabo un empleo digno para cada uno de sus colaboradores, mejorando la calidad de vida.

### 2.1.2.2 tasa de desempleo

El desempleo es uno de los problemas que más genera preocupación en la sociedad actual. Las personas desempleadas son aquellas que no tienen empleo u ocupación, deben enfrentarse a situaciones difíciles por no tener ingresos con los cuales sostenerse a sí mismos y a sus familias. Cuando el número de personas desempleadas crece por encima de niveles que se podrían considerar como “normales”, una gran preocupación aparece en toda la sociedad. (<http://www.banrepcultural.org>)



**Figura 6** tasa de desempleo

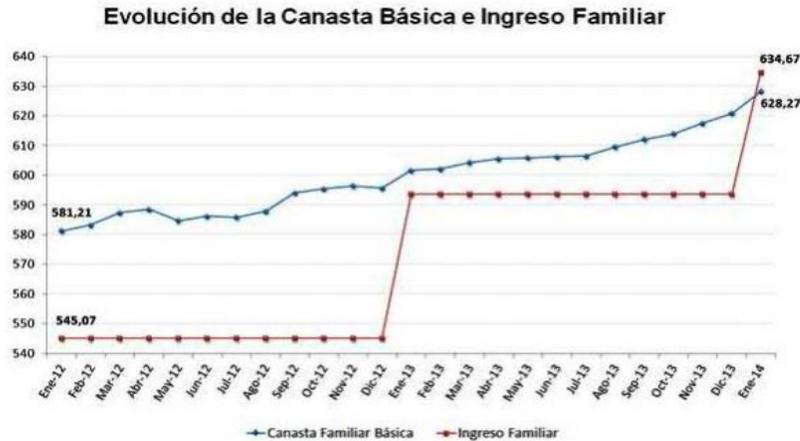
Fuente: INEC

Mientras la tasa de desempleo en Ecuador bajó en 0,06 puntos entre septiembre del 2013 (4,57%) y el mismo mes del año anterior (4,63), el subempleo urbano registró un incremento en el mes pasado, al ubicarse en 42,69% respecto al 41,88% en septiembre del 2012, según la última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (<http://www.eluniverso.com>)

El desempleo es un factor que en la actualidad ha ido decreciendo siendo una gran ventaja para los Ecuatorianos especialmente para aquellos que no disponen de una actividad económica, en nuestro proyecto generaremos empleo para aquellos que carecen de este factor. Otorgando un salario digno y buen clima laboral.

### ***2.1.2.3 canasta básica***

La canasta básica según la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), es el conjunto de bienes y servicios indispensables para que una persona o una familia pueda cubrir sus necesidades básicas a partir de su ingreso; en otras palabras, una canasta básica es aquella que tiene todos los productos necesarios para poder tener una vida sana, tanto física como mentalmente. (<http://www.esmas.com>)



**Figura 7 canasta básica**

Fuente: [ecuadorencifras.gob.ec](http://ecuadorencifras.gob.ec)

Este factor permitirá cubrir las necesidades básicas del colaborador dentro de una organización por lo tanto ayudaremos a erradicar la pobreza y desempleo en el entorno del mismo.

### 2.1.3 factor legal:

Constituyen todos aquellos documentos, permisos, etc. que están enmarcados en las leyes y reglamentos vigentes actuales en nuestro país para la constitución de una empresa.

La empresa será constituida bajo el régimen de compañía limitada, con 2 socios que aporten capitales en el mismo porcentaje.

Para constituir una micro empresa artesanal son necesarios los siguientes documentos:

### ***2.1.3.1 permisos de funcionamiento***

La licencia de funcionamiento es la autorización que otorga la municipalidad para el desarrollo de cualquier actividad económica con o sin fines de lucro en un establecimiento determinado, a favor del titular de la misma. Podrá solicitar licencia de funcionamiento que incluyan más de un giro, siempre y cuando estos sean a fines o complementarios. La licencia de funcionamiento es otorgada por cada establecimiento en donde usted desea desarrollar una actividad económica.

La Municipalidad evaluará dos aspectos para el otorgamiento de la licencia, la zonificación y compatibilidad de uso y las condiciones de seguridad del establecimiento en Defensa Civil, cualquier otro aspecto adicional será materia de fiscalización posterior. (<http://www.tramifacil.pe>)

### ***2.1.3.1 ruc (registro único de contribuyentes)***

Deben inscribirse todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

Requisitos:

#### **PERSONAS NATURALES**

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.

- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

## DISTRIBUIDORAS DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y ADITIVOS ALIMENTARIOS

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copia del RUC del establecimiento
- Lista de productos con su respectivo registro sanitario

Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)

- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

(<http://www.aeo.org.ec>)

### ***2.1.3.2 luae***

La Licencia Única Actividades Económicas es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía. (<http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec>)

### ***2.1.3.3 licencia artesanal***

La Calificación Artesanal es la certificación que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos.

Los Maestros de Taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede.

## **REQUISITOS PARA LA CALIFICACIÓN Y RECALIFICACION DEL TALLER ARTESANAL**

Para obtener la calificación de un Taller Artesanal, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- 1.- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario en la Junta)
- 2.- Copia del Título Artesanal
- 3.- Carnet actualizado del gremio
- 4.- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
- 5.- Copia de la cédula de ciudadanía
- 6.- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
- 7.- Foto a color tamaño carnet
- 8.- Tipo de sangre
- 9.- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior (<http://www.artesanosecuador.com>)

Beneficios:

- ✓ Exoneración de pago de decimotercero, décimo cuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- ✓ Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- ✓ Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas.

## Sociales

- ✓ Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- ✓ Acceso a las prestaciones del seguro social
- ✓ Extensión del seguro social al grupo familiar
- ✓ No pago de fondos de Reserva

## Tributarios

- ✓ Facturación con tarifa 0% (I.V.A)
- ✓ Declaración semestral del I.V.A
- ✓ Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- ✓ Exoneración del pago de impuesto a la renta
- ✓ Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- ✓ Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal.

(<http://www.relacioneslaborales.gob.ec>)

### **Código orgánico de la producción, comercio e inversiones**

Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento

de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, ecoeficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente;
- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;
- d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;
- f. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza;
- g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;
- h. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;

- i. Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;
- j. Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados;
- k. Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico -institucional;
- l. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;
- m. Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;
- n. Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;
- o. Fomentar y diversificar las exportaciones;
- p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;
- q. Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley;
- r. Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas, el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos

y nacionalidades;

s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente; y,

t. Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica. (NACIONAL, 2010)

#### **2.1.4 factor tecnológico.**

Es uno de los factores que determina el crecimiento de cualquier empresa, ya que debemos estar a la vanguardia tecnológica, no solo en herramientas de producción sino por medios tecnológicos establecer sistemas de promoción vía internet redes sociales, etc.

En la empresa, la sociedad a crearse empresa se utilizaran los siguientes recursos.

1 Computador.

1 balanza de precisión

Internet: redes sociales, correo electrónico

Líneas móviles y fijas.

Mesas de acero inoxidable

## 2.2 Entorno Local

### 2.2.1 clientes

Un cliente es aquella persona que recibe cierto servicio o bien, a cambio de alguna compensación monetaria o cualquier otro objeto de valor. la palabra proviene del latín cliens.

Un cliente puede ser catalogado en dos categorías principales: como cliente final, que es el que adquiere el producto por el simple deseo de poseerlo y utilizarlo, o como cliente intermedio, que es el que compra el producto con el fin de volverlo a vender para obtener una ganancia. (<http://sobreconceptos.com>)

De acuerdo a la investigación realizada los principales clientes serian:

Cadenas Supermaxi

Supermercado Santa María.

Despensas Tía

Corporación El Rosado

Principales delicatessen ubicados en la ciudad de Quito.

**Tabla 1 clientes**

CLIENTE	DIRECCIÓN	PRODUCTOS
Cadenas "SUPERMAXI"	Amaguaña	Queso semimaduro con fruta confitada
Supermercados "SANTA MARIA"	Iñaquito	Queso semimaduro con fruta confitada
Despensas "TIA "	La Floresta	Queso semimaduro con fruta confitada
Corporación EL ROSADO	Iñaquito	Quesos semimaduros con fruta confitada
QUESERAS DE BOLIVAR	La Floresta	Queso semimaduro con fruta confitada

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### **2.2.2 proveedores.**

Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. Son proveedores aquellos que proveen o abastecen, o sea que entregan bienes o servicios a otros.

Nuestra preferencia para proveernos de materia prima de calidad como es la Leche será hacia las comunidades que se dediquen a un buen cuidado y alimentación de su ganado, para producir una materia prima y por ende nuestro producto final sea de mejorado.

Dentro de nuestro objetivo es trabajar con productos de calidad preferentemente orgánicos realizado por campesinos que no utilicen sustancias químicas o sustitutas para sus procesos de producción.

**Tabla 2 proveedores.**

PROVEEDOR	DIRECCIÓN	PRODUCTOS
"EL HACENDADO"	Mindo	Leche de calidad
"HACIENDA MIRADOR"	Cayambe	Leche de calidad
CANDY CANDY	La Floresta	Frutas Enconfitadas
"BAYER"	Av. 12 de Octubre	Cuajo y ácido cítrico
"PRINTO PAC"	Panamericana Norte	Empaques

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 2.2.3 competidores.

Son aquellos negocios que ofrecen productos o servicios que satisfacen la misma necesidad en el cliente, aun cuando lo hagan de diferente manera, estén localizados o no dentro de una misma localidad, son tus competidores. (<http://mexico.smetoolkit.org>)

**Tabla 3 competidores.**

COMPETIDOR	DIRECCIÓN	PRODUCTOS
"EL SALINERITO"	Av. Mallorca y Coruña	Queso fresco, queso tilsit, orégano, ají, alpesto, comino, etc
"FLORALP"	Ibarra	Queso cheddar, camembert.
"PRODUCTOS GONZALEZ"	San Gabriel - Carchi	Queso fresco, queso semimaduro con especias, parmesano.

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Los competidores en la actualidad manejan gran variedad de quesos como por ejm: el Salinerito dispone de quesos frescos, queso sanduche, andino, tilsit, tilsit con orégano, al pesto, ají, comino, gouda, gruyere, parmesano etc. Son industrias que no se han preparado para la innovación de un nuevo producto como lo es quesos semimaduros con fruta confitada, que será degustado por el paladar del cliente, siendo clientes principales supermercados y principales delicatessen, de esta manera llegaremos al cliente meta.

## **2.3 Análisis interno**

### **2.3.1 propuesta estratégica**

Una propuesta estratégica es el conjunto de actividades que nos permitan llegar a un fin con organización y de forma metodológica.

Al crear la microempresa tendremos obligaciones que diseñar, por ejm: filosofía empresarial, departamentos de producción, ventas, marketing. Las mismas que serán necesarias para poner en marcha el proyecto los cual que verán reflejados a largo plazo.

Mediante varias lluvias de ideas se ha definido que la empresa se denominará:

**NOMBRE: CHESE FRUIT Cía. Ltda.**

**SLOGAN: "Deleitamos tu paladar"**

Se eligió el presente slogan, por que al momento que un cliente adquiere un queso, deleitamos el paladar del mismo siendo un factor muy principal ya que con este sentido podemos tener buenas referencias.

LOGOTIPO:

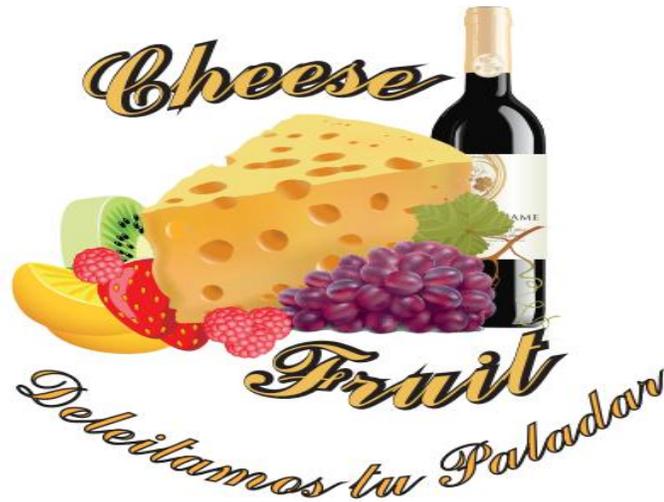


Figura 8 Logotipo

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### *2.3.1.1 misión.*

Satisfacer a nuestro cliente externo proporcionado productos y servicios que cumplan con los estándares más altos y exigentes de calidad, de forma artesanal alcanzando continuamente una mayor participación en el mercado nacional y el posicionamiento de la marca como la mejor microempresa quesera.

### *2.3.1.2 visión.*

Ser una empresa líder en 2017 en el mercado de quesos semimaduros con frutas confitadas, distribuidos estratégicamente en delicatesen y supermercados.

Generando una rentabilidad sostenida y consistente para la empresa y personal motivado e identificado con la microempresa proveyendo en todo momento un servicio de excelencia.

### ***2.3.1.3 objetivos.***

#### ***2.3.1.3.1 objetivo general.***

Diseñar y crear estructuras organizacionales que permita tener los conocimientos adecuados para el funcionamiento de la microempresa.

#### ***2.3.1.3.2 objetivos específicos.***

- Organizar estructuralmente a la empresa
- Diseñar plan de mercadeo y ventas. Crear estrategias de posicionamiento de mercado. Buscar estrategias de comercialización para el buen posicionamiento del producto en el mercado.
- Identificar una investigación de mercados a través de encuestas las mismas que ayudarán a determinar gustos necesidades preferencias del mercado meta.
- Fomentar la competitividad a través de políticas de calidad y productividad para lograr procesos de transformación social.

#### ***2.3.1.4 principios y valores.***

Estos valores y principios serán aplicados en el presente proyecto, por lo tanto serán muy importantes que rigen el pensamiento o la conducta de los seres humanos:

Principios: son reglas o normas de conducta que orientan la acción. Se trata de normas de carácter general, máximamente universales

- ✓ No mentir.
- ✓ Respetar la vida
- ✓ Buena educación
- ✓ Respeto

Valores: son aquellas cualidades o apreciaciones que una persona le otorga a otro individuo, hecho u objeto.

- ✓ Lealtad
- ✓ Honestidad
- ✓ Puntualidad
- ✓ Equidad

### **2.3.2 gestión administrativa**

Es un proceso particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control desempeñados para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos, otros recursos.

Existen cuatro elementos importantes que están relacionados con la gestión administrativa, sin ellos es imposible hablar de gestión administrativa, estos son:

- Planeación
- Organización
- Ejecución
- Control

A continuación definiremos cada uno de ellos:

#### Planeación:

Planificar implica que los gerentes piensan con antelación en sus metas y acciones, y que basan sus actos en algún método, plan o lógica y no en corazonadas.

Los planes presentan los objetivos de la organización y establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos. Son la guía para que la organización obtenga y comprometa los recursos que se requieren para alcanzar los objetivos.

#### Organización:

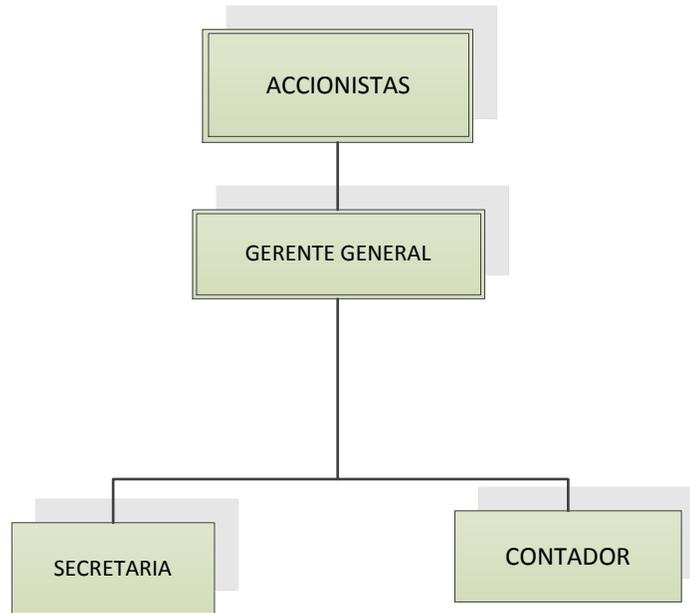
Organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la organización.

#### Dirección:

Dirigir implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales.

#### Control:

Es el proceso para asegurar que las actividades reales se ajustan a las actividades planificadas. El gerente debe estar seguro de los actos de los miembros de la organización que la conducen hacia las metas establecidas. (<http://www.slideshare.net>)



**Figura 9** gestión administrativa

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

## Gerente

Es aquel que se encarga de que su organización funcione por completo, es la base del trabajo y todos los empleados se mueven respecto a él o ella, es por eso que es de extrema importancia que exista una buena relación gerente-empleado.

Todo gerente debe de tener buena presencia e imagen, además de una actitud servicial, cordial, educada y sobre todo de mucho respeto, acompañada de una gran disposición y tolerancia, para poder sobrellevar todos los problemas cotidianos que se enfrentan en cualquier negocio o empresa.

Sus funciones:

1. Se encarga de supervisar al personal de diferente área.
2. Estar enterado de cualquier anomalía que suceda en negocio o empresa para poder solucionarla.
3. Atender las quejas de los empleados, clientes y proveedores, por pequeñas que sean.
4. Encargarse de que se supla cualquier puesto si es necesario.
5. Atender a los clientes especiales y promover el buen desarrollo y funcionamiento de la empresa o negocio.
6. Conocer cada una de las áreas y el funcionamiento de éstas.
7. Fijar consignas de trabajo.
8. Establecer los planes de desarrollo de la empresa o negocio.
9. Conocer el mercado y tomar las medidas necesarias para que su empresa o negocio funcione con éxito.
10. Realizar las labores administrativas en conjunto con el área específica para esta función.

Secretaria

Brindará a su jefe un apoyo incondicional con las tareas establecida, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir en el área de mercadeo.

Funciones:

Debe ser una persona en la que se tenga plena confianza, y que cumpla con las siguientes características:

1. Excelente redacción y ortografía.
2. Facilidad de expresión verbal y escrita.
3. Persona proactiva, y organizada
4. Facilidad para interactuar en grupos.
5. Dominio de Windows, Microsoft Office, Star Office, Linux e Internet.
6. Brindar apoyo a todos los departamentos.
7. Desempeñarse eficientemente en cualquier Área Administrativa.
8. Conocimientos en el área de logística, Créditos, Cobranzas y Atención al Cliente.
9. Aptitudes para la organización.
10. Buenas relaciones interpersonales.
11. Dinámica y entusiasta.
12. Habilidades para el planeamiento, innovación, motivación, liderazgo y toma de decisiones. (<http://es.scribd.com>)

#### Contador

Será un colaborador de inicio externo porque se contratará por horas, se pagará por honorarios profesionales.

El Contador es el responsable de solicitar, revisar, analizar y procesar toda la documentación e información financiera de la empresa, para proporcionar el pago de impuestos correspondiente y el estatus financiero de la misma.

Este proceso se lleva a cabo cada mes para que la información sea procesada y de esta forma cumplir con el proceso contable a tiempo.

La labor contable es una de las más importantes dentro de la empresa ya que su propósito principal es tener la información de manera oportuna, eficiente y cuantificada, para que pueda realizarse la toma de decisiones en la Administración y Dirección de la empresa. Así mismo otra de sus funciones principales es cumplir con los pagos de impuestos correspondientes en tiempo y forma. (<http://www.enlacomexico.info>)

### 2.3.3 gestión operativa

Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso. Sus principales tareas son:

- **Análisis de los servicios:** Fundamentalmente se refiere al análisis de la concordancia entre los servicios ofrecidos o que se piensa ofrecer y los requerimientos de los ciudadanos. También se refiere al cumplimiento de las especificaciones técnicas propias de cada producto o servicio, y a las pruebas de su correcto funcionamiento.
- **Análisis de los procesos:** Se refiere a los procesos técnicos y administrativos, y a su encuadre legal, que se utilizan o van a utilizarse para la realización de proyectos,

prestación de servicios, etc., tanto en lo referente a la relación con el público destinatario como a la relación con otras organizaciones de la administración pública.

- Revisión de los modos de diseñar y dirigir: El enfoque estratégico de la administración pública entraña, a diferencia del enfoque burocrático, un permanente proceso de búsqueda de procedimientos más eficientes para la realización de proyectos y la prestación de servicios, tratando de lograr resultados acordes con los requerimientos de la gente sin malgastar los recursos públicos disponibles. (<http://www.eumed.net>)

Cadena de valor.

Es un modelo teórico que gráfica y permite describir actividades de una organización, para generar valor al cliente final y a la empresa.

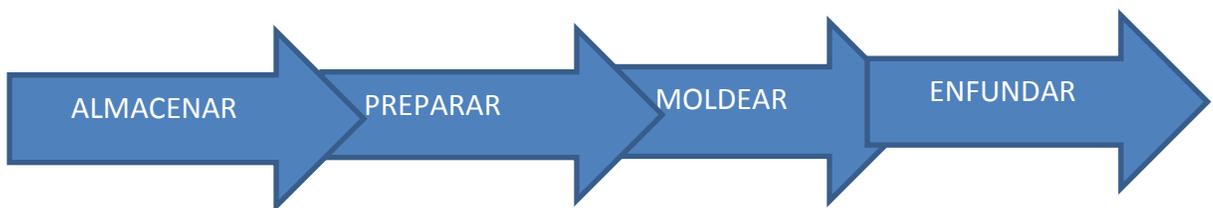
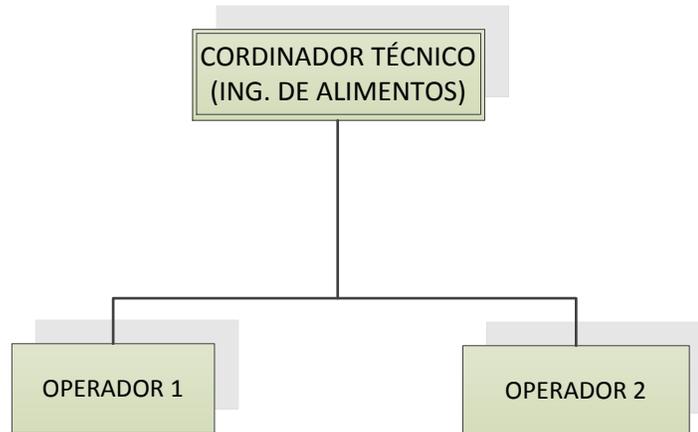


Figura 10 gestión

Tabla 4 Cadena de Valor

<p>En esta fase se almacenará toda la leche de los proveedores.</p> <p>Se realizará la prueba de la mastitis y análisis organolépticos correspondientes, eliminaremos impurezas gruesas.</p> <p>Se separará la materia de buen estado de la que no este en condiciones de ser procesada.</p>	<p>Pasteurización, es un método de calentamiento y cumple la función de eliminar microorganismos.</p> <p>Agregar ciertas sustancias como fruta confitada, compuestos como cloruro de calcio cuajo artificial.</p> <p>Dejar reposar para que se cuaje.</p> <p>Cortar con la lira en pequeños pedazos.</p>	<p>Separar el suero del queso para que este se proceda a moldear</p> <p>Vaciar los granos de cuajada en los moldes ligeramente aplastamos.</p>	<p>Después de obtener los quesos listos se procede a enfundarlos etiquetarlos y sellarlos.</p> <p>Cuando se encuentren listos se procederá al almacenamiento y distribución.</p>
--	--	--	--

Elaborado por: Diana Mendoza



**Figura 11 Gestión Operativa**

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### **Ing. de Alimentos.**

El Ingeniero en Alimentos aplica los principios de la Ingeniería de los procesos y la Tecnología a la industrialización de los alimentos, capaz de proyectar, instalar, poner en marcha y controlar industrias alimentarias, el manejo de control de calidad, el valor nutritivo de los alimentos, técnicas modernas de conservación, almacenamiento y transporte de productos alimenticios.

Desarrolla y adopta nuevas tecnologías para el proceso de elaboración de alimentos, formula nuevos productos alimenticios, valora y mejora el poder nutritivo de los alimentos. Además aporta información acerca del impacto que los procesos productivos ligados a la agricultura y ganadería pueden tener sobre la calidad nutricional de estos, además de su sabor, textura, olor y color. El Ingeniero en Alimentos aplica los principios de la Ingeniería de los procesos y la Tecnología a la industrialización de los alimentos, capaz de proyectar, instalar, poner en marcha y controlar industrias

alimentarias, el manejo de control de calidad, el valor nutritivo de los alimentos, técnicas modernas de conservación, almacenamiento y transporte de productos alimenticios. (<http://www.mi-carrera.com>)

Operador.

Los lugares de trabajo que requieren líneas de producción a menudo necesitan operarios de producción para ayudar a mantener el trabajo a tiempo y en perfecto funcionamiento. Las funciones de un operador de producción varían en función del tipo de producción. Los diferentes métodos de producción requieren diferentes tipos de procesos de producción. Sin embargo, los objetivos subyacentes básicos son los mismos para la mayoría de los operadores de producción. (<http://www.ehowenespanol.com>)

Funciones:

1. Saber la cantidad de sustancias o ingredientes a agregarse en el proceso.
2. Eliminar impurezas de la materia prima.
3. Nivelar el porcentaje de grasas
4. Agregar sustancias, es el caso de cloruro de calcio.
5. Cuidar de los productos que se encuentren en óptimas condiciones.

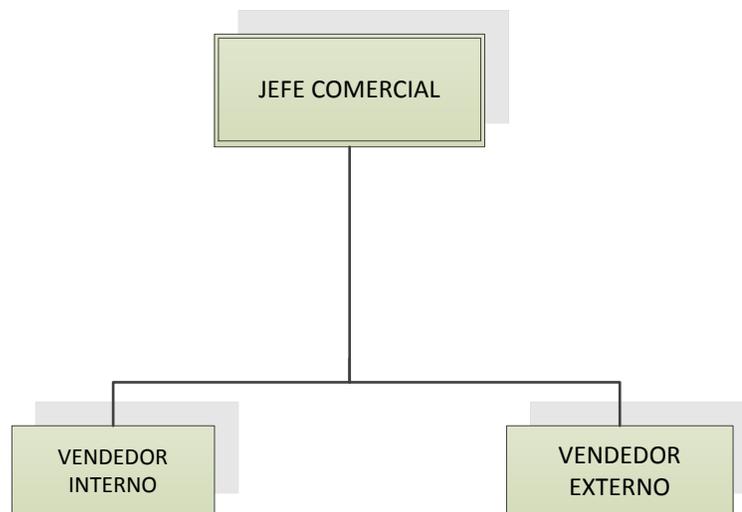
#### **2.3.4 gestión comercial**

La Gestión Comercial es una de las actividades más importantes para la promoción de cualquier producto. El contacto entre fabricante y consumidor final se hace prácticamente imposible sin un departamento comercial entre medio. Porque

sabemos que es necesario tener registradas todas las acciones comerciales, obtener listados y explotar datos

Para una empresa es de suma importancia, saber hacia dónde quiere desarrollarse comercialmente, que productos son rentables, que zonas geográficas funcionan, que precios marcar, etc. Es parte de la estrategia comercial de la empresa.

(<http://www.tesipro.com>)



**Figura 12 Gestión Comercial**

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

## **Jefe Comercial**

Su función principal es planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinar eficientemente el sistema comercial, diseñando estrategias que permitan el logro de los objetivos empresariales, dirigiendo el desarrollo de las actividades de marketing y las condiciones de venta de los servicios postales y afines.

### Funciones:

1. Liderar la elaboración del plan estratégico comercial y de mercadeo.
2. Orientar la gestión del equipo de ventas, jurídico, mercadeo e ingeniería.
3. Dirigir la actualización permanente del sistema de información de mercadeo.
4. Decidir sobre la vinculación y desvinculación del personal a su cargo.
5. Evaluar el desempeño de sus colaboradores.
6. Administrar la fuerza de ventas para dar servicio a los clientes
7. Establecer las estrategias para lograr que se generen ventas de modo que se cubran las necesidades de la empresa y el cliente.
8. Administrar los recursos para controlar la generación de ventas con el fin de cumplir con los objetivos establecidos por la Gerencia General.
9. Evaluar los antecedentes de la empresa, con el fin de establecer estrategias comerciales y de mercadeo
10. Investigar, presentar y recomendar acciones de nuevos negocios económicos óptimos y que se adecuen al capital a invertir
11. Participar en la implementación de nuevos negocios.
12. Controlar el adecuado manejo de activos propios y en custodia de terceros.
13. Atender y manejar las relaciones gremiales.
14. Evaluar y mejorar las competencias de su grupo de trabajo
15. Autorizar despachos acorde a las políticas de negociación de la empresa
16. Posicionar la marca en el mercado
17. Tener un excelente clima organizacional en su proceso
18. Presentar y sustentar los negocios ante el comité de negocios

19. Administrar los contratos comerciales vigentes
20. Elaborar y controlar el presupuesto de gastos (<http://www.serpost.com.>)

### **Vendedor.**

En la actualidad, la función del vendedor o tarea que le corresponde realizar, ya no consiste únicamente en vender y brindar un buen servicio al cliente (como pensaban y aún piensan algunos) sino, en realizar un «conjunto de actividades» que le permitan lograr determinados objetivos, como: retener a los clientes actuales, captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en el mercado, generar una determinada utilidad o beneficio, entre otros.

Por ello, es necesario que tanto vendedores como gerentes de ventas y mercadólogos, conozcan a fondo cuál es la función del vendedor en la actualidad, para que de esa manera, estén mejor preparados para enfocar sus actividades hacia el logro de objetivos concretos para la empresa que representan.

A continuación se resumen algunas de las tareas básicas que debe cumplir un vendedor:

- Investigar el área asignada
- Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales.
- Evaluar nuevos usos o necesidades de consumo de los clientes activos.
- Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente de su zona.
- Preparar pronósticos de venta en función del área asignada para ser evaluados por la supervisión.
- Definir las necesidades de material promocional y soporte técnico para su zona.
- Programar el trabajo en su área, anticipando los objetivos de cada gestión.

- Ventas y cobranzas
- Vender todos los productos que la empresa determine, en el orden de prioridades por ella establecidos.
- Cerrar las operaciones de venta a los precios y condiciones determinados por la empresa.
- Respetar los circuitos o itinerarios previamente trazados en su zona.
- Visitar a todos los clientes (activos y/o potenciales) de acuerdo a la zona o cartera establecida.
- Cumplimentar los formularios y procedimientos para registrar las operaciones de venta.
- Realizar tareas para activar la cobranza en función de cumplir con las metas fijadas en los presupuestos mensuales.
- Mantener a los clientes informados sobre novedades, posibles demoras de entrega y cualquier otro tipo de cambio significativo.

### **Ventaja competitiva.**

La ventaja competitiva que tendrá el presente proyecto, es que los desperdicios que generen los quesos como por ejemplo el suero será transformado en crema de leche, y el mismo será utilizado para fabricar quesos con menos grasa.

### **Valor agregado.**

El valor agregado que tendrá el producto en este caso serán las frutas confitadas de diversos sabores añadidos en pequeños cortes, la cual será suficiente para que se pueda degustar el sabor y sea diferenciado a CHESE FRUIT de los demás productos.

### 2.3.5 producto

Esta variable engloba un producto que satisface necesidades, gustos preferencias del consumidor, como todos aquellos elementos servicios suplementarios a este producto, estos elementos pueden ser: empaque, atención al cliente, garantía etc.



Figura 13 producto.

Fuente: Investigación de proyecto

### 2.3.6 precio.

En este factor se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa ofrece al mercado, siendo este muy competitivo en el mercado, dado que tiene un poder esencial en el consumidor, siendo una variable muy importante ya que la misma genera ingresos.

El precio se establece de acuerdo a las encuestas y también al precio en el mercado que se encuesta tomando en cuenta el margen de utilidad.

<p>QUESO CON FRUTA ENCONFITADA Precio Aprox. \$5,50</p>
---

### 2.3.7 plaza.

En esta variable se analiza los canales que atraviesa un producto desde su creación hasta que llega a ser consumido por un cliente final. Podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios y el poder de los mismos.



**Figura 14 plaza.**

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: [www.google.com.ec/maps](http://www.google.com.ec/maps)

### 2.3.8 promoción.

La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas con el público, por ejemplo la publicidad, la localización del producto.

### 2.3.9 publicidad.

Para promocionar los productos es importante implementar una página web que describa las diferentes actividades a las que se dedicará la microempresa.

- ✓ Publicidad en radio
- ✓ Tarjetas de presentación.
- ✓ Flyers



**Figura 15 Tarjetas de Presentación**

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

**Te Ofrecemos**

**Vinos**

**Quesos**

**Confitería**

**Sanduches**

**Tablitas**

**SERVICIO A DOMICILIO**

Dirección:  
Zabala, sendero del quin de, y valenciana III

Teléfono:  
0983075610

Correo:  
patty\_mv09@hotmail.com

Síguenos en:

Figura 16 Flyers

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

## 2.4 Análisis FODA

<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Personal Competente.</li> <li>➤ Calidad de servicio.</li> <li>➤ Producto innovador.</li> <li>➤ Disponibilidad de servicios y productos.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Proveedores y acreedores externos y locales.</li> <li>➤ Épocas de mayor movimiento comercial.</li> <li>➤ Tasa de Interés</li> <li>➤ Eliminación de barreras de mercado en el área de la producción nacional.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Escasa especialización del personal.</li> <li>➤ Personal nuevo</li> <li>➤ Gestión Administrativa nueva</li> <li>➤ Calidad de producto no transmitida</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Productos sustitutos.</li> <li>➤ Entrada de nuevas empresas al mercado.</li> <li>➤ Tecnología avanzada.</li> <li>➤ Inflación.</li> </ul>

**Figura 17 Análisis FODA**

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 2.4.1 estrategia jerarquizada

Tabla 5 FORTALEZAS

FORTALEZAS
Producto innovador, permite diferenciarnos de la competencia teniendo una acogida en las personas de diferentes edades
Calidad de servicio que permite construir una imagen específica de la empresa, así como aplicar herramientas de desarrollo personal.
Disponibilidad de servicios y productos un amplio stock de productos y personal disponible altamente capacitado para cubrir todas las necesidades del consumidor
Personal competente, a través de diferentes seminarios, el funcionario otorgará un servicio de calidad

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Tabla 6 DEBILIDADES

DEBILIDADES
La calidad del proceso productivo no se transmite al mercado con la intensidad necesaria.
Escasa especialización del personal, baja productividad de ventas y prestación de servicios, por esta razón la empresa no le alcanza seguir disponiendo de la misma cantidad de personal.
Gestión Administrativa no existe un coaching asignado que pueda guiar o dirigir a su equipo en una sola dirección.
Personal nuevo, no se conoce a fondo el desempeño de los trabajadores

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

**Tabla 7 OPORTUNIDADES**

OPORTUNIDADES
Proveedores y acreedores externos y locales más probabilidad de sobresalir con la competencia, ofreciendo productos y servicios con una disponibilidad inmediata de un stock.
Épocas de mayor movimiento comercial gran demanda en el mercado en temporada de ventas altas como son diferentes festividades.
Tasa de Interés, actualmente la CFN otorga créditos con tasas de interés bajos para poder capitalizarnos y expandirnos en el mercado, ser más competitivos.
Eliminación de barreras de mercado en el área de la producción nacional el apoyo del gobierno en empresas nacionales nos permite abrirnos mercado en el ámbito internacional y nacional

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

**Tabla 8 AMENAZAS**

AMENAZAS
Los productos sustitutos generan una opción de menor precio, pero también menor garantía.
Entrada de nuevas empresas comerciales al mercado genera una barrera de crecimiento para la empresa.
Tecnología avanzada con la que nosotros no contamos, por el costo de inversión y la falta de capital.
La inflación disminuye el poder adquisitivo de la moneda y varía el índice de precios, origina a los hogares una baja en la cantidad de consumo.

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

## Capítulo III

### Estudio de mercado

Con este nombre se denomina a la parte fundamental de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y la cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Por otro lado el estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la primera pregunta importante del estudio: ¿existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar? Si la respuesta es positiva, el estudio continúa. Si la respuesta es negativa, se plantea la posibilidad de un nuevo estudio más preciso y confiable; si el estudio hecho ya tiene esas características, lo recomendable sería detener la investigación. (BACA URBINA, 2008)

La investigación de mercados es la parte esencial del presente proyecto ya que el mismo se encuentra enfocado y permitir llegar a un mercado meta por lo tanto permite saber si es viable o no el producto a en un área delimitada, además busca probar que

existe un número de suficientes de consumidores, buscando identificar y cuantificar a los participantes y factores que influyen en su comportamiento.

### **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.

El análisis del consumidor radica en que al conocer mejor sus características, podemos tomar decisiones o diseñar estrategias que nos permitan atenderlo de la mejor manera posible o que mejores resultados puedan tener en él; por ejemplo, podemos diseñar el producto que mejor satisfaga sus necesidades o elegir el canal de venta que le sea más accesible. (<http://www.crecenegocios.com>, 2011)

#### **3.1.1 determinación de la población y muestra.**

##### ***3.1.1.1 población.***

El presente proyecto está enfocado a personas que acuden a supermercados y delicatessen, a adquirir un queso semimaduro para diferentes eventos y compromisos sociales.

De esta manera el producto posicionado y llegará a ubicarse en cada uno de los hogares, oficinas, salones, como una picada nutritiva.

Se encuestará a la población de Quito para comprobar la aceptación del producto siendo el número de habitantes del Distrito Metropolitano de acuerdo a los datos proporcionados por el INEC en base al censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010 es de 1'619.146.

### 3.1.1.2 muestra.

Es una representación adecuada de la población, en la que se reproduzca de la mejor manera los rasgos esenciales de dicha población que son importantes para la investigación, las cuales será necesario calcular la muestra mediante la siguiente fórmula.

Se utiliza la muestra porque toma menos tiempo y dinero

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

En donde:

N: Tamaño de la muestra

N: Población

P: probabilidad de éxito 50%

Q: Probabilidad de fracaso 50%

$$n = \frac{1'449.491 * (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}{(1'449.491 - 1)(0.05)^2 + (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}$$

n = 384

### 3.1.2 técnicas de obtención de información.

La información que se recopila puede ser de 2 tipos: Primaria y Secundaria.

Información Primaria: Es una investigación de mercado en base a encuestas escritas y entrevistas personales.

Ventajas:

- ✓ Obtención de datos auténticos para una investigación concreta

Desventajas:

- ✓ Tiempo y alto costo

Conocimiento del mercado objetivo es condición previa para el éxito.

Información Secundaria: es aquella que ya existe y se ha recopilado para cualquier otro fin. Ésta información es de bajo costo y de fácil acceso. Cuando esta información está incompleta o es obsoleta se recurre a la información primaria.

Se utilizarán en la investigación el uso de libros, revistas, estadísticas, internet, cámara de pequeña industria, ministerios y cualquier otra técnica que surja en el curso de investigación como necesaria para el desarrollo de la misma.

Ventajas:

- ✓ Son rápidas y de bajo costo
- ✓ Evitan la doble recolección.

Desventajas:

- ✓ Falta de actualidad
- ✓ Pocas posibilidades de comparación

### ***3.1.2.1 inventario por cuestionario.***

Es un conjunto de preguntas para generar los datos necesarios y alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación, permite estandarizar el proceso de recopilación de datos. Un diseño mal construido conlleva a recoger información incompleta.

- Encuesta: es un estudio observacional el cual el investigador recopila datos por medio de un cuestionario previamente diseñado.
- Entrevista: es un acto de comunicación oral que se establece entre dos o más personas, con el fin de obtener información o una opinión.
- Focus Group: es una recolección de datos ampliamente utilizada, se puede señalar que se trata de una entrevista grupal, en la que todos los entrevistados se encuentren en un mismo momento.
- Observación: es una técnica de recogida de información que se utiliza para realizar una investigación o una evaluación.

Para proceder con el análisis de la información se aplicará la siguiente encuesta a las personas determinadas en el presente estudio.

### 3.1.2.3 encuesta

La encuesta que se aplicará a la muestra obtenida es la siguiente:

La presente encuesta tiene como finalidad, obtener información y determinar la factibilidad para la creación de una microempresa que elabore y comercialice QUESOS SEMIMADUROS CON FRUTAS CONFITADAS

DATOS INFORMATIVOS:

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Ingresos: \_\_\_\_\_

La encuesta es anónima para que usted responda con absoluta confianza.

Lea detenidamente cada pregunta para que proporcione la respuesta que crea conveniente.

- Consume Ud. quesos semimaduros?

SI  NO

- Está de acuerdo en adquirir quesos con contenido nutritivo y de diversos sabores como por ejemplo:

Queso con fruta confitada   
Queso con higo   
Queso con aceituna

- En qué tipo de establecimiento compra usted habitualmente este tipo de quesos semimaduros?

Tiendas   
Supermercado   
Delicatesen   
No compra

- Señale la marca de quesos que consuma habitualmente.

Kiosko

Floralp

Salinertio

Productos González

➤ Con que frecuencia Ud. compra de quesos semimaduros

Semanal

Quincenal

Mensual

Otros

➤ Indique que otros quesos satisfacen su necesidad alimenticia?

Semimaduro

Mozarella

Maduro más de 6 meses

Ninguno

➤ Qué factores toma en cuenta a la hora de adquirir quesos semimaduros

Presentación

Calidad

Precio

Servicio

➤ Cuanto estaría dispuesto a pagar al momento de comprar queso semimaduro de 500 grs:

\$ 4.50

\$ 5.00

\$5.50

\$5.50 ó más

➤ Está satisfecho con los productos lácteos que le ofrece la competencia considerando calidad y precio?

SI  NO

De estos productos cual según su criterio sustituye el queso

- Mantequilla
- Queso crema
- Queso de soya

### 3.1.3 análisis de la información.

El análisis de la información consiste en la tabulación de los datos recolectados

Tabla 9 Género

Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	F	203	52,9	52,9	52,9
	M	181	47,1	47,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza  
Fuente: Investigación de proyecto

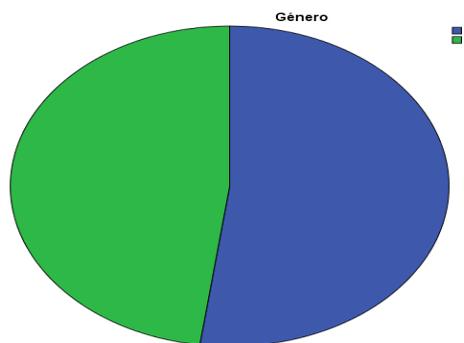


Gráfico 1 Género

**Análisis:** Según las estadísticas que presenta el gráfico, el género femenino son las que se encargan de comprar quesos semimaduros, es una gran ventaja ya que esto significa que generalmente las amas de casa comprarán el producto

Tabla 10 Edad

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	20 - 30	226	58,9	58,9	58,9
	31 - 40	109	28,4	28,4	87,2
	41 - 50	45	11,7	11,7	99,0
	51 - 60	4	1,0	1,0	100,0
Total		384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

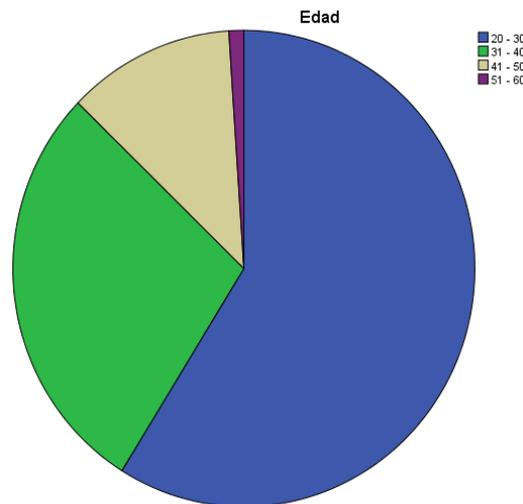


Gráfico 2 Edad

**Análisis:** Las personas que más consumen quesos son las personas de 20 a 40 años, siguiendo de las personas de 41 a 50, siendo una mínima cantidad las personas de edad avanzada.

Tabla 11 Ingresos

		Ingresos			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	400 - 800	61	15,9	15,9	15,9
	801 - 1200	138	35,9	35,9	51,8
	1201 - 1600	167	43,5	43,5	95,3
	1601 - ó mas	18	4,7	4,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

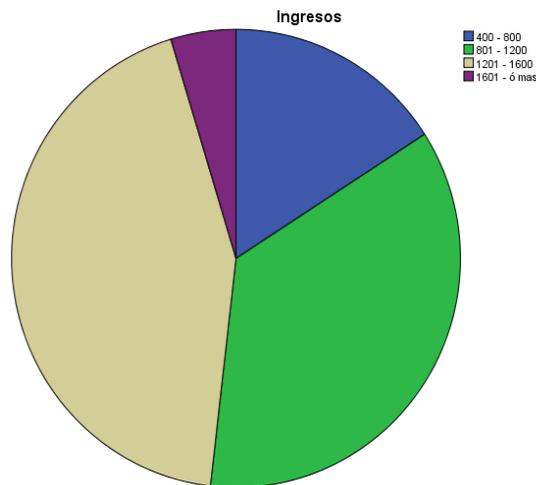


Gráfico 3 Ingresos

**Análisis:** Las personas con ingresos de \$ 800 a \$1.200, son las personas que más consumen quesos semimaduros. Siendo un factor importante ya que este sobrepasa del sueldo básico.

Tabla 12 Consume Ud. quesos semimaduros

		Consume Ud. quesos semimaduros			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	330	85,9	85,9	85,9
	NO	54	14,1	14,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

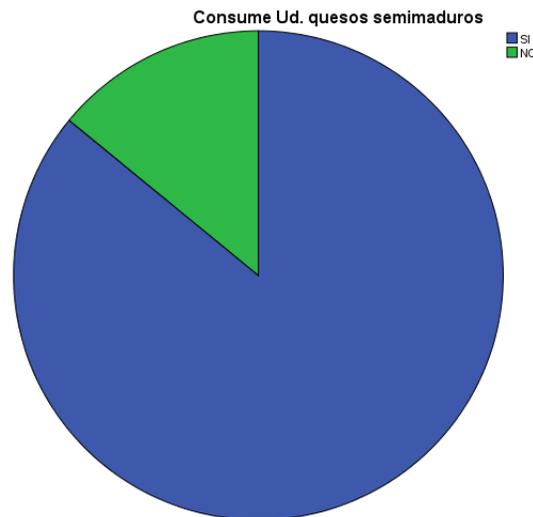


Grafico 4 Pregunta N° 1

**Análisis:** La mayoría de los clientes encuestados dieron una respuesta positiva, siendo de gran provecho para el análisis del presente proyecto.

Tabla 13 Esta de acuerdo en adquirir quesos con contenido nutritivo y de diversos sabores como por ejemplo

Esta de acuerdo en adquirir quesos con contenido nutritivo y de diversos sabores como por ejemplo:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos QUESO CON FRUTA CONFITADA	227	59,1	59,1	59,1
QUESO CON HIGO	103	26,8	26,8	85,9
QUESO CON ACEITUNA	54	14,1	14,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Esta de acuerdo en adquirir quesos con contenido nutritivo y de diversos sabores como por ejemplo:

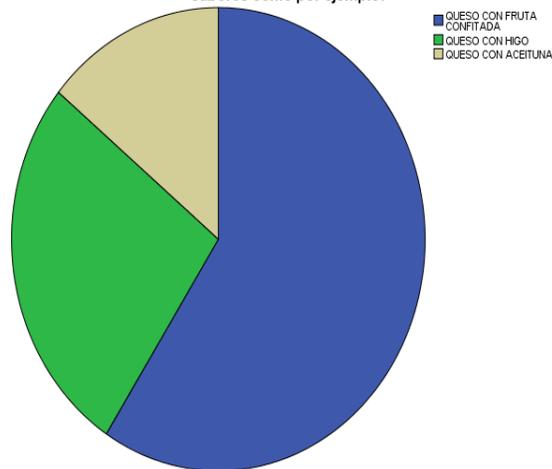


Grafico 5 Pregunta N°2

**Análisis:** Dicha estadística representa que nuestro producto será acogido en gran magnitud, siendo el queso semimaduro con higo representando una competencia.

Tabla 14 En qué tipo de establecimiento compra ud habitualmente este tipo de quesos semimaduros

**En que tipo de establecimiento compra ud habitualmente este tipo de quesos semimaduros**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TIENDAS	89	23,2	23,2	23,2
	SUPERMERCADOS	183	47,7	47,7	70,8
	DELICATESSEN	105	27,3	27,3	98,2
	NO COMPRA	7	1,8	1,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

En que tipo de establecimiento compra ud habitualmente este tipo de quesos semimaduros

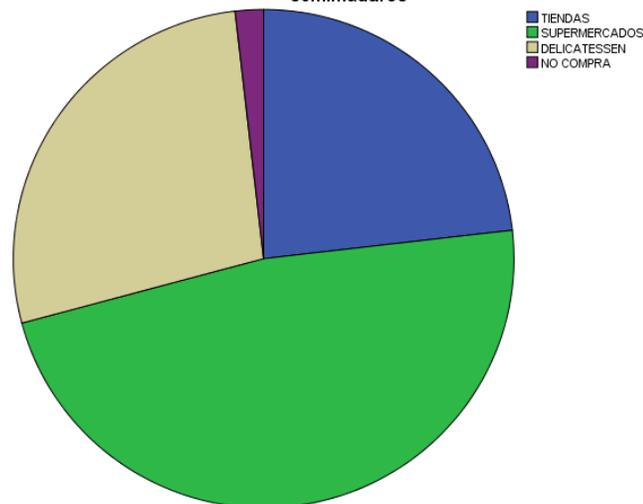


Grafico 6 Pregunta N°3

**Análisis:** Los supermercados es el lugar donde los compradores acuden a comprar quesos semimaduros teniendo un 55% de factibilidad, seguido por los supermercados.

Tabla 15 Señale la marca de quesos que consume habitualmente

		Señale la marca de quesos que consume habitualmente			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	KIOSKO	114	29,7	29,7	29,7
	FLORALP	131	34,1	34,1	63,8
	SALINERITO	109	28,4	28,4	92,2
	PRODUCTOS GONZALEZ	30	7,8	7,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto



Grafico 7 Pregunta N°4

**Análisis:** Las tres primeras competencias son las más demandadas por los clientes, teniendo a la cabecera el Floralp identificado por sus productos de calidad perteneciendo a un queso con tecnología extranjera. Es por ello podemos obtener ventajas comparativas, innovando con productos diferenciados en el mercados y elaborados en Ecuador.

Tabla 16 Con que frecuencia Ud. Compra quesos semimaduros

Con que frecuencia Ud compra quesos semimaduros					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SEMANAL	146	38,0	38,0	38,0
	QUINCENAL	133	34,6	34,6	72,7
	MENSUAL	93	24,2	24,2	96,9
	OTROS	12	3,1	3,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

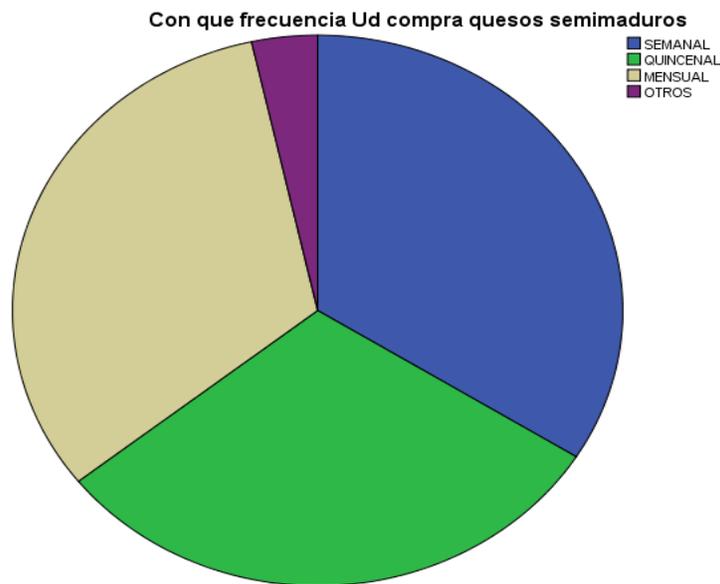


Grafico 8 Pregunta N° 5

**Análisis:** Esta gráfica representa que los clientes compran quesos semimaduros de forma semanal, seguido por mensual.

Tabla 17 Indique que otros quesos satisfacen su necesidad alimenticia?

		Indique que otros quesos satisfacen su necesidad alimenticia?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SEMIMADURO	172	44,8	44,8	44,8
	MOZARELLA	117	30,5	30,5	75,3
	MADURO MAS DE 6 MESES	77	20,1	20,1	95,3
	NINGUNO	18	4,7	4,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

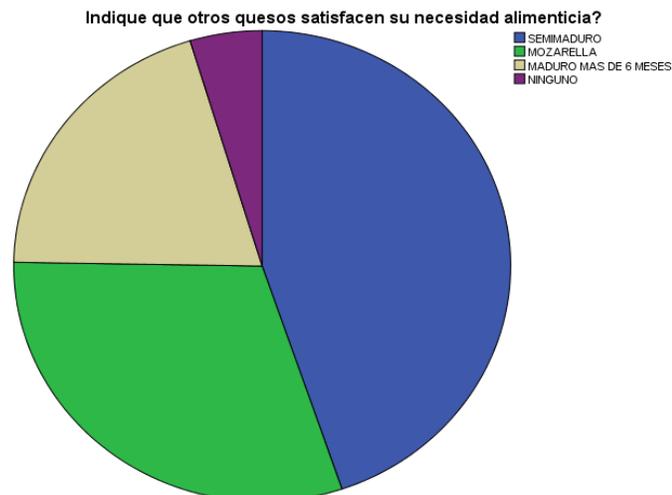


Grafico 9 Pregunta N° 6

**Análisis:** Como se puede apreciar los resultados, el queso más demandado por los clientes son los semimaduros, convirtiéndose en una ventaja para el presente proyecto.

Tabla 18 Que factores toma en cuenta a la hora de adquirir quesos semimaduros

Que factores toma en cuenta a la hora de adquirir quesos semimaduros					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PRESENTACION	91	23,7	23,7	23,7
	CALIDAD	170	44,3	44,3	68,0
	PRECIO	106	27,6	27,6	95,6
	SERVICIO	17	4,4	4,4	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

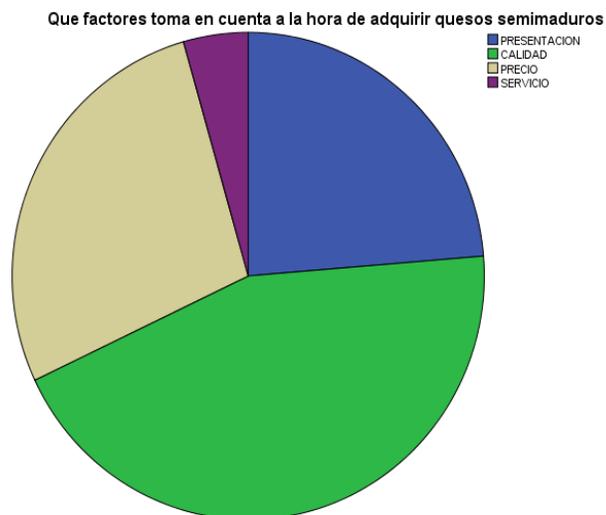


Grafico 10 Pregunta7

**Análisis:** Según los resultados obtenidos el 44.3% el factor más importante que incide a la hora de comprar es la calidad, seguida con un 27.6% el factor precio, existiendo una cantidad significativa en los mismos.

Tabla 19 Cuanto estaría dispuesto a pagar al momento de adquirir quesos semimaduros de 500 gramos?

Cuanto estaría dispuesto a pagar al momento de adquirir quesos semimaduros de 500 grs?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$ 4.50	71	18,5	18,5	18,5
	\$ 5.00	135	35,2	35,2	53,6
	\$ 5.50	146	38,0	38,0	91,7
	\$ 5.50 ó más	32	8,3	8,3	100,0
Total		384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Cuanto estaría dispuesto a pagar al momento de adquirir quesos semimaduros de 500 grs?

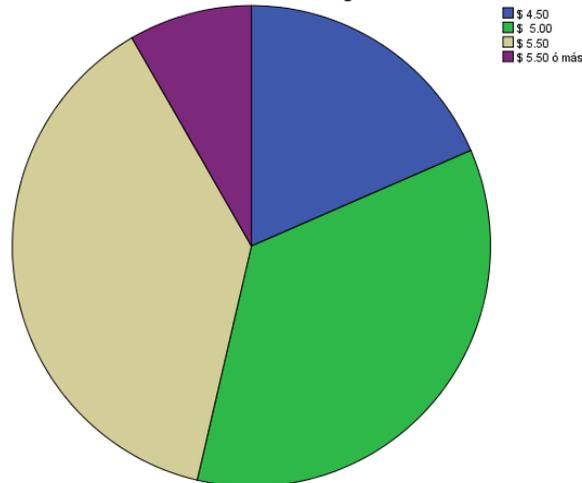


Grafico 11 Pregunta N° 8

**Análisis:** En base a las respuestas obtenidas el 38.0 % estarían dispuestos a pagar por un queso semimaduros un valor estimado de \$5.50 seguido por el valor de \$ 5.00 estos valores serán de gran importancia para el presente proyecto.

Tabla 20 Está satisfecho con los productos lácteos que le ofrece la competencia considerando calidad y precio?

Está satisfecho con los productos lácteos que le ofrece la competencia considerando calidad y precio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	250	65,1	65,1	65,1
	NO	134	34,9	34,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Está satisfecho con los productos lácteos que le ofrece la competencia considerando calidad y precio?

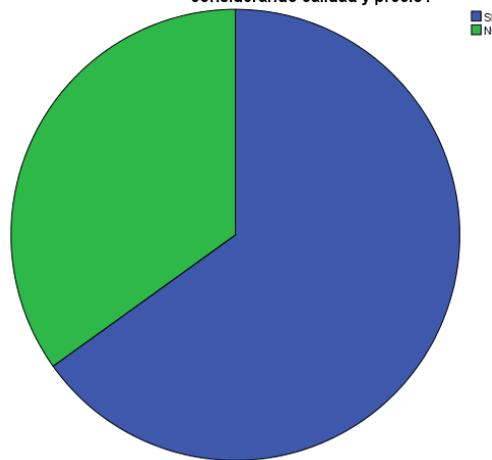


Grafico 12 Pregunta N° 9

**Análisis:** Como se puede apreciar el 65.1% de las personas que se realizó la encuesta esta de acuerdo con los productos que les ofrece la competencia, mientras que el 34.9% se encuentra insatisfecho.

Tabla 21 De estos productos según su criterio cual sustituye al queso?

**De estos productos según su criterio cual sustituye al queso?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MANTEQUILLA	139	36,2	36,2	36,2
	QUESO CREMA	176	45,8	45,8	82,0
	QUESO DE SOYA	69	18,0	18,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto



Grafico 13 Pregunta N°10

**Análisis:** En base a los resultados la mayoría de las personas encuestadas, indicaron que el producto que le sustituiría al queso será el queso crema.

### 3.2 Demanda.

Es el proceso que determina las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio. Para su estudio, es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y así mismo, conocer la tendencia que muestra el bien y/o servicio que se va a comercializar y con base en esta información, poder proyectar el comportamiento futuro de la demanda.

#### 3.2.1 demanda histórica

Cuando existe información estadística resulta fácil conocer el monto y comportamiento histórico de la demanda. Cuando no se cuenta con esta información, la investigación de campo sirve como recurso para obtener datos y cuantificar la demanda

#### 3.3.2 demanda actual.

Calculo de la demanda actual

Tabla 22 Calculo de la demanda actual

Población	1.449.491,00
Total Encuestas	384.00
Porcentaje mayor aceptación	85.9
Porcentaje mayor de frecuencia	38.0

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Tabla 23 Resultados de la encuesta

RESULTADOS DE LA ENCUESTA			
<b>ACEPTACION</b>			
Población	* Porcentaje de Aceptación mayor	=	Aceptación de personas
1,449,491	* 0,8590	=	1.245.112,77
<b>FRECUENCIA</b>			
Aceptación	* Porcentaje de Frecuencia	* tiempo	= Frecuencia de Compra
1.245.112,77	* 0,380	* 12	= 5.677.714,23
<b>PRECIO PROMEDIO</b>			
Rango de precios	/ 2	=	Precio Promedio
(\$5,00 + \$5,50)	/ 2	=	\$ 5,25

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Tabla 24 Cálculo de la demanda actual

CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL			
Frecuencia de compra	* Precio promedio aceptado	=	Aceptación de personas
5.677.714,23	* \$ 5,25	=	\$ 29.807.999,69

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 3.3.3 demanda proyectada

Para realizar el cálculo de la demanda proyecta se utilizará la tasa de crecimiento poblacional, proyectando de la pregunta con qué frecuencia consume quesos y esto multiplicando por el precio, así se obtendrá la demanda como se lo demuestra a continuación:

Tabla 25 Demanda actual

DEMANDA ACTUAL			
AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	DEMANDA PROYECTADA
2014 AÑO BASE	29.807.999,69	1	29.807.999,69
2015	29.807.999,69	1,015	30.255.119,69
2016	30.255.119,69	1,015	30.708.946,48
2017	30.708.946,48	1,015	31.169.580,68
2018	31.169.580,68	1,015	31.637.124,39
2019	31.637.124,39	1,015	32.111.681,25

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 3.4 Oferta

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores están decididos a poner a disposición del mercado en un precio determinado.

#### 3.4.1 oferta histórica

Una vez que se ha realizado la investigación, se puede determinar que no existe oferta histórica debido a que es un producto nuevo en el mercado.

#### 3.4.2 oferta actual

El fin de analizar la oferta es medir las cantidades en que una economía puede poner a disposición del mercado un bien o servicio. Lo cual se tomará en cuenta la pregunta N°9, está satisfecho con los productos que le ofrece la competencia

considerando calidad y precio, considerando el mayor porcentaje 65,10%, el mismo que será aplicado en la demanda proyectada.

### Calculo de la oferta actual

Tabla 26 Oferta Actual

OFERTA ACTUAL			
AÑOS	DEMANDA	PORCENTAJE DE LA COMPETENCIA	OFERTA
2014	29.807.999,69	0,651	19.405.007,80

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 3.4.3 oferta proyectada

Para la proyección de la oferta se toma el porcentaje de la muestra de las personas que se encuentran satisfechas con los productos que ofrece la competencia el cual fue 6,51%

Tabla 27 Proyección de la Oferta

PROYECCIÓN DE LA OFERTA			
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	ACEPTACION COMPETENCIA	OFERTA PROYECTADA
2015	30.255.119,69	0,651	19.696.082,92
2016	30.708.946,48	0,651	19.991.524,16
2017	31.169.580,68	0,651	20.291.397,02
2018	31.637.124,39	0,651	20.595.767,98
2019	32.111.681,25	0,651	20.904.704,50

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 3.5 Balance oferta – demanda

#### 3.5.1 balance actual

#### 3.5.2 balance proyectado

Luego de que se ha obtenido la demanda y la oferta, se debe establecer la demanda insatisfecha que existe en el mercado que aún no ha sido atendido, la cual se obtiene restando la demanda menos la oferta.

Tabla 28 balance proyectado

<b>BALANCE OFERTA Y DEMANDA INSATISFECHA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2015</b>	<b>30.255.119,69</b>	<b>19.696.082,92</b>	<b>10.559.036,77</b>
<b>2016</b>	<b>30.708.946,48</b>	<b>19.991.524,16</b>	<b>10.717.422,32</b>
<b>2017</b>	<b>31.169.580,68</b>	<b>20.291.397,02</b>	<b>10.878.183,66</b>
<b>2018</b>	<b>31.637.124,39</b>	<b>20.595.767,98</b>	<b>11.041.356,41</b>
<b>2019</b>	<b>32.111.681,25</b>	<b>20.904.704,50</b>	<b>11.206.976,76</b>

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

## Capítulo IV

### 4. Estudio Técnico

El estudio técnico permite determinar el tamaño del proyecto, la capacidad instalada, capacidad óptima macro y micro localización

#### 4.1 Tamaño Del Proyecto

Para el presente proyecto se dispone de un área de  $10 \times 10 = 100m$ , la misma que se dividirá en las siguientes áreas.

**Tabla 29 Tamaño Del Proyecto**

ÁREA	TAMAÑO
Área administrativa y Financiera:	$5 \times 4 = 20m^2$
Área de producción:	$10 \times 4 = 40m^2$
Bodega:	$5 \times 4 = 20m^2$
Garage:	$4 \times 3 = 12m^2$
Baño 1:	$1.5 \times 2 = 3m^2$
Baño 2:	$2 \times 3 = 6m^2$

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

#### **4.1.1 capacidad instalada**

Se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse. (MEJÍA, 2013)

La capacidad instalada hace referencia a la disponibilidad de la infraestructura que posee el estudio de este proyecto, utilizando los recursos humanos, bienes raíces maquinaria y equipos para poder procesar la materia prima y poder transformarla en producto terminado.

#### **4.1.2 capacidad óptima**

La microempresa "Chese Fruit" cuenta con una capacidad instalada de 100m<sup>2</sup>, el 70 % se concentra en la producción de quesos con frutas confitadas corresponde a 4000 quesos mensuales, 200 quesos diarios sin tomar en cuenta fines de semana.

### **4.2 Localización**

La localización consiste en determinar el lugar específico donde estará ubicado el proyecto, la microempresa "Chese Fruit" estará localizada en la Parroquia Calderón, sector Zabala Sendero del Quinde.

#### **4.2.1 macro localización**

Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto.

Tabla 30 macro localización

País:	Ecuador
Provincia:	Pichincha
Ciudad:	Quito
Cantón:	Quito
Parroquia:	Calderón

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto



Figura 18 Macro localización

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

#### 4.2.2 microlocalización

La microempresa "Chese Fruit" estará ubicada en parroquia de Calderón sector Zabala, Sendero del Quinde.



Figura 19 Micro localización

Fuente: [www.google.com.ec/maps](http://www.google.com.ec/maps)

#### 4.2.3 localización óptima

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye a mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo. Su objetivo general es llegar a determinar el sitio donde se instala la planta. (BACA URBINA, 2008)

La localización óptima para la implementación del proyecto será la parroquia de Calderón, se ha considerado los siguientes elementos importantes para la implementación:

- Transporte
- Servicios básicos
- Seguridad
- Escasa competencia

Los factores que se han tomado en cuenta, son los más relevantes dentro del estudio del proyecto.

### **4.3 Ingeniería Del Producto**

#### **4.3.1 definición de bien y servicio**

##### ***4.3.1.1 bien o servicio***

El objetivo de la microempresa "Chese Fruit" es la elaboración de quesos con frutas confitadas, siendo este uno de los principios alimentarios necesarios para el crecimiento y desarrollo humano. De esta forma, los especialistas señalan que cubren las necesidades del calcio vitamina D y otros factores nutritivos.

### 4.3.2 distribución de la planta



Figura 20 distribución de la planta

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 4.3.3. proceso productivo

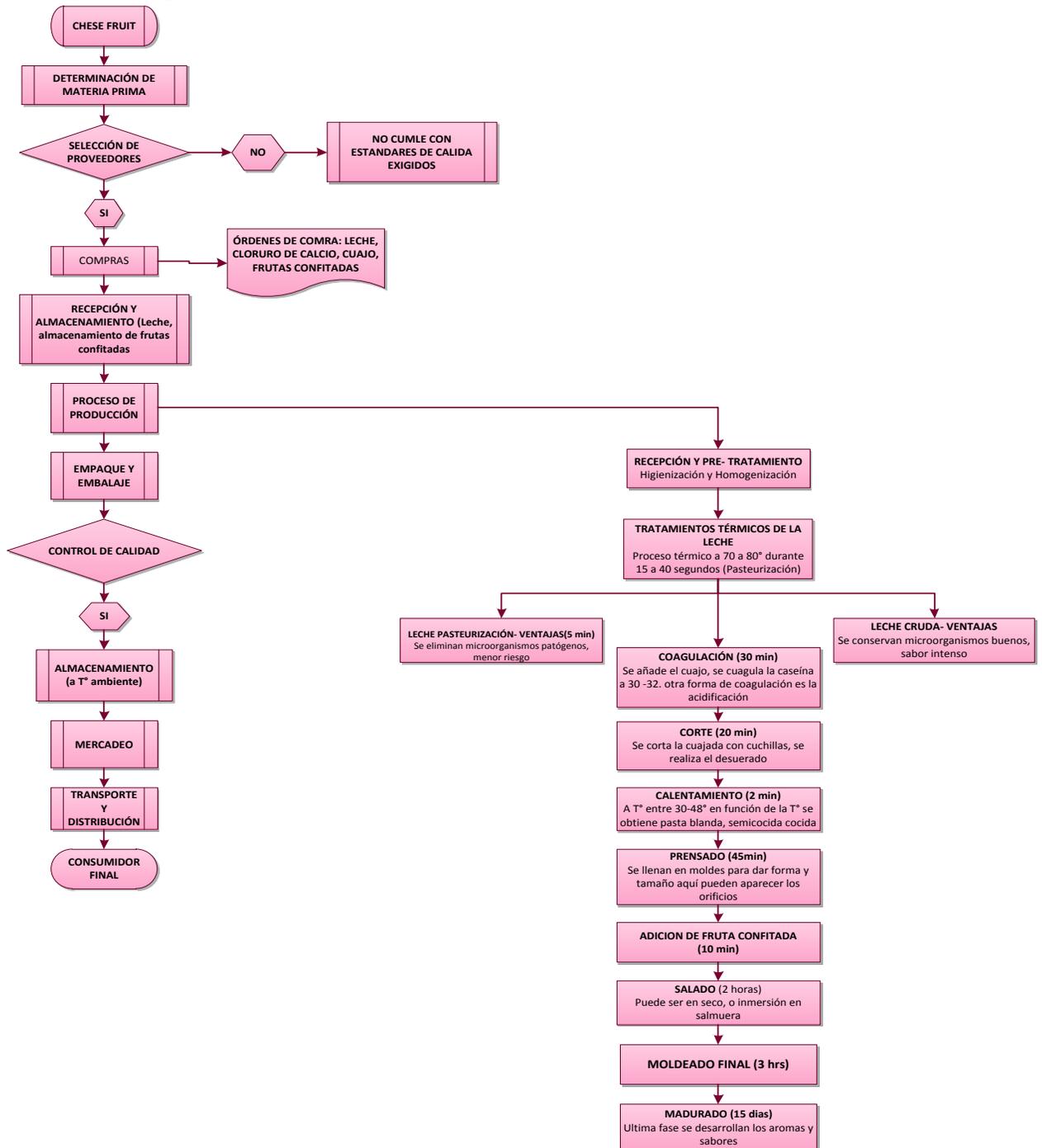


Figura 21 proceso productivo

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 4.3.4 maquinaria

Tabla 31 maquinaria

ACTIVOS FIJOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T.
Construcción	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Vehículo	1	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		\$ 28.000,00	\$ 28.000,00
MATERIA PRIMA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T.
Leche	4	\$ 0,75	\$ 3,00
Cuajo	0,36	\$ 0,01400	\$ 0,01
Cloruro de Calcio	0,12	\$ 0,00330	\$ 0,0004
Fruta Confitada	50	\$ 0,02500	\$ 1,25
Sal	1	\$ 0,00020	\$ 0,00
<b>TOTAL DE MATERIA PRIMA</b>		\$0,79	\$ 4,26
MAQUINARIA Y EQUIPO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T.
Cocina industrial	2	\$ 760,00	\$ 1.520,00
Mesas de acero inoxidable	4	\$ 600,00	\$ 2.400,00
Enfriadores	2	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
Prensa artesanal de quesos	20	\$ 92,00	\$ 1.840,00
Rejilla para madurar quesos	10	\$ 65,00	\$ 650,00
Moldes para quesos	50	\$ 4,50	\$ 225,00
Ollas de acero inoxidable	5	\$ 225,00	\$ 1.125,00
Telas antimosqueteros	100	\$ 1,95	\$ 195,00
Lira	3	\$ 270,00	\$ 810,00
Termómetros	6	\$ 29,50	\$ 177,00
Balanza	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Utensilios	20	\$ 1,20	\$ 24,00
Tanques de gas	5	\$ 25,00	\$ 125,00
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		\$ 3.354,15	\$ 11.731,00

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 4.3.5 equipos

Tabla 32 equipos

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T.
Mesas de Trabajo	5	\$ 110,00	\$ 550,00
Escritorio	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Archivador de oficina	2	\$ 54,00	\$ 108,00
Sillas	6	\$ 41,00	\$ 246,00
<b>TOTAL DE MUEBLES DE OFICINA</b>		\$ 355,00	\$ 1.204,00
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T.
Computador	3	\$ 474,00	\$ 1.422,00
Impresora multifunción	1	\$ 225,00	\$ 225,00
Teléfono	3	\$ 16,80	\$ 50,40
<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTO</b>		715,80	1.697,40

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

## Capítulo V

### 5. Estudio Financiero

Es el estudio de los ingresos, costos y rentabilidad de empresas, considerando todos los factores de producción.

Es el instrumento fundamental que permite determinar la capacidad financiera de la empresa para llevar adelante un proyecto, la proyección financiera también llamada flujo de caja permitirá verificar si la empresa es capaz de generar los fondos requeridos para llevar a cabo el proyecto.

Comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles. (SIGLO XXI, 2010)

## 5.1 Ingresos Operacionales

Un ingreso operacional tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso operacional representa una fuente bruta interna de recursos y resulta del giro ordinario del negocio.

De acuerdo con esta definición es importante tener en cuenta el porqué de los ingresos operacionales, más para saber cuál es el valor que este genera es necesario identificar 3 costos fundamentales requeridos para este cálculo los cuales son:

- MOD (mano de obra directa)
- MPD (materia prima directa)
- CIF (costos indirectos de fabricación)

**Tabla 33 Ingresos Operacionales**

Ingresos Operacionales	
Costo de producción unitario	\$ 3,52
Utilidad 45%	\$ 1,59
P.V.P	\$ 5,11
Producción Mensual	4000
Ingresos Mensuales	\$ 20.443,25
Ingresos Anuales	\$ 245.318,95

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Tabla 34 Ingresos proyectados

Ingresos Proyectados			
Año	Ingreso Actual	Tasa de Crecimiento del sector	Ingreso Proyectado
(Año Base) 2	\$ 245.318,95		\$ 245.318,95
2015	\$ 245.318,95	1,0619	\$ 260.504,19
2016	\$ 260.504,19	1,0619	\$ 276.629,40
2017	\$ 276.629,40	1,0619	\$ 293.752,76
2018	\$ 293.752,76	1,0619	\$ 311.936,05
2019	\$ 311.936,05	1,0619	\$ 331.244,90

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.1.1 ingresos no operacionales

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal.

### 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).

### 5.1.2 costos directos.

Tabla 35 costos directos.

M.O.D						
CONCEPTO	REMUNERACIÓN MENSUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Operador 1	\$ 430,00	\$ 35,83	\$ 28,33	\$ 35,83	\$ 530,00	\$ 6.360,00
TOTAL DE M.O.D					\$ 530,00	\$ 6.360,00

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Tabla 36 Materia Prima Directa

M.P.D							
DETALLE	CANTIDAD UNITARIA	CANTIDAD ANUAL	CANTIDAD grs / lts	PRODUCCIÓN MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Leche	800	192000	lts	16000	\$ 0,75	\$ 12.000,00	\$ 144.000,00
Cuajo	64	15360	ml	1280	\$ 0,0036	\$ 4,61	\$ 55,30
Cloruro de Calcio	24	5760	grs	480	\$ 0,0034	\$ 1,63	\$ 19,58
Fruta Confitada	10000	2400000	grs	200000	\$ 0,0055	\$ 1.100,00	\$ 13.200,00
Sal	800	192000	grs	16000	\$ 0,0030	\$ 48,00	\$ 576,00
TOTAL DE M.P.D					\$ 0,77	\$ 13.154,24	\$ 157.850,88

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.2.2 costos indirectos

Tabla 37 Costos Indirectos

C.I.F				
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Servicios básicos			\$ 200,00	\$ 2.400,00
Gas	5	\$ 18,91	\$ 94,55	\$ 1.134,60
Empaques	4000	\$ 0,03	\$ 120,00	\$ 1.440,00
TOTAL DE C.I.F			\$ 414,55	\$ 4.974,60

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.2.3 gastos administrativos

Son los gastos que ocurren en el departamento administrativo y que sirven de apoyo en la empresa con el fin de optimizar el uso de los recursos y lograr la mayor eficiencia que se requiere en el desempeño de las actividades empresariales.

Tabla 38 Gastos de personal

Gastos de Personal						
Concepto	Remuneración mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total anual
Gerente general	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 28,33	\$ 50,00	\$ 728,33	\$ 8.740,00
Contador	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 28,33	\$ 37,50	\$ 553,33	\$ 6.640,00
Secretaria	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 425,00	\$ 5.100,00
Total Gastos del Personal					\$ 1.706,67	\$ 20.480,00

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Tabla 39 Materiales de aseo y limpieza

Materiales de aseo y limpieza			
Descripción	Cantidad anual	Costo unitario	Costo anual
Escobas	4	\$ 1,60	\$ 6,40
Recogedores	4	\$ 1,15	\$ 4,60
Trapeadores	4	\$ 1,75	\$ 7,00
Desinfectante	4	\$ 1,10	\$ 4,40
Cloro	4	\$ 1,20	\$ 4,80
Lava	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Total materiales de aseo y limp		8,8	37,2

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Tabla 40 Suministros de Oficina

Suministros de Oficina			
Concepto	Cantidad anual	Costo Unitario	Costo anual
Resma de Papel Bond	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Talonario de salida de	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Talonario de orden de	6	\$ 10,00	\$ 60,00
Facturas	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Perforadora	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Grapadora	3	\$ 1,55	\$ 4,65
Lápices	100	\$ 0,30	\$ 30,00
Bolígrafos	100	\$ 0,30	\$ 30,00
Borradores	50	\$ 0,10	\$ 5,00
Total suministros de Oficina		\$ 43,75	\$ 259,15

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Tabla 41 Gastos Administrativos proyectados

Gastos administrativos proyectados							
Concepto	Inflación 2014 - 4,15%	Año base 2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gerente general	\$ 1,0415	\$ 8.740,00	\$ 9.102,71	\$ 9.480,47	\$ 9.873,91	\$ 10.283,68	\$ 10.710,45
Contador	\$ 1,0415	\$ 6.640,00	\$ 6.915,56	\$ 7.202,56	\$ 7.501,46	\$ 7.812,77	\$ 8.137,00
Secretaria	\$ 1,0415	\$ 5.100,00	\$ 5.311,65	\$ 5.532,08	\$ 5.761,66	\$ 6.000,77	\$ 6.249,81
<b>Total Remuneraciones</b>		\$ 20.480,00	\$ 23.344,92	\$ 24.231,11	\$ 25.154,04	\$ 26.115,23	\$ 27.116,26
<b>Otros Gastos</b>							
Material de Aseo y Limpieza	\$ 1,0415	\$ 37,20	\$ 38,74	\$ 40,35	\$ 42,03	\$ 43,77	\$ 45,59
Suministros de oficina	\$ 1,0415	\$ 242,15	\$ 252,20	\$ 262,67	\$ 273,57	\$ 284,92	\$ 296,74
Servicios básicos	\$ 1,0415	\$ 300,00	\$ 312,45	\$ 325,42	\$ 338,92	\$ 352,99	\$ 367,64
<b>Total otros gastos</b>		\$ 579,35	\$ 603,39	\$ 628,43	\$ 654,51	\$ 681,68	\$ 709,97
<b>Total gastos Administrativos</b>		\$ 21.059,35	\$ 23.948,31	\$ 24.859,55	\$ 25.808,55	\$ 26.796,90	\$ 27.826,23

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.2.4 costo de ventas

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.

Tabla 42 Costo de ventas

Gastos de Ventas			
Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor Anual
Gasolina		\$ 50,00	\$ 600,00
Tarjetas de presentación	1000	\$ 20,00	\$ 240,00
Varios		\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>Total Gastos de ventas</b>		\$ 270,00	\$ 3.240,00

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

**Tabla 43 Costos de ventas proyectados**

Gastos de ventas proyectados							
Concepto	Inflación 2014 - 4,15%	Año base 2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gasolina	1,0415	\$ 600,00	\$ 624,90	\$ 650,83	\$ 677,84	\$ 705,97	\$ 735,27
Tarjetas de presentación	1,0415	\$ 240,00	\$ 249,96	\$ 260,33	\$ 271,14	\$ 282,39	\$ 294,11
Varios	1,0415	\$ 200,00	\$ 208,30	\$ 216,94	\$ 225,95	\$ 235,32	\$ 245,09
<b>Total Gastos</b>		<b>\$ 1.040,00</b>	<b>\$ 3.098,16</b>	<b>\$ 3.144,11</b>	<b>\$ 3.191,93</b>	<b>\$ 3.241,69</b>	<b>\$ 3.293,47</b>

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

**Tabla 44 Proyección de costos y gastos**

PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS								
PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN								
DESCRIPCIÓN	2014 AÑO BASE	INFLACIÓN	VALOR PARA LA PROYECCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
M.O.D	\$ 6.360,00	4,15%	1,0415	\$ 6.623,94	\$ 6.898,83	\$ 7.185,14	\$ 7.483,32	\$ 7.793,88
M.P.D	\$ 157.850,88	4,15%	1,0415	\$ 164.401,69	\$ 171.224,36	\$ 178.330,17	\$ 185.730,87	\$ 193.438,71
C.I.F	\$ 4.974,60	4,15%	1,0415	\$ 5.181,05	\$ 5.396,06	\$ 5.620,00	\$ 5.853,23	\$ 6.096,13
TOTAL PROYECCION DE COSTOS DE PRODUCCION				\$ 176.206,68	\$ 183.519,25	\$ 191.135,30	\$ 199.067,42	\$ 207.328,72

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

**Tabla 45 Proyección de gastos administrativos**

PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS								
DESCRIPCIÓN	2014 AÑO BASE	INFLACIÓN	VALOR PARA LA PROYECCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
GASTOS DE PERSONAL	\$ 20.480,00	4,15%	1,0415	\$ 21.329,92	\$ 22.215,11	\$ 23.137,04	\$ 24.097,23	\$ 25.097,26
MATERIALES DE OFICINA	\$ 37,20	4,15%	1,0415	\$ 38,74	\$ 40,35	\$ 42,03	\$ 43,77	\$ 45,59
SUMINISTROS	\$ 259,15	4,15%	1,0415	\$ 269,90	\$ 281,11	\$ 292,77	\$ 304,92	\$ 317,58
TOTAL PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS				\$ 21.638,57	\$ 22.536,57	\$ 23.471,84	\$ 24.445,92	\$ 25.460,42

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Tabla 46 Proyección de gastos de ventas

PROYECCION DE GASTOS DE VENTAS								
DESCRIPCION	2014 AÑO BASE	INFLACION	VALOR PARA LA PROYECCION	2015	2016	2017	2018	2019
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.240,00	4,15%	1,0415	\$ 3.374,46	\$ 3.514,50	\$ 3.660,35	\$ 3.812,26	\$ 3.970,47
TOTAL PROYECCION DE GASTOS DE VENTAS				\$ 3.374,46	\$ 3.514,50	\$ 3.660,35	\$ 3.812,26	\$ 3.970,47

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.2.5 costos fijos y variables

Costos fijos son aquellos que permanecen inalterables, son los que no cambian sea cual sea el nivel de producción.

Costos variables son aquellos que varían en forma directa y proporcional con el volumen de producción.

Tabla 47 Costos fijos y variables

COSTOS FIJOS	2015	2016	2017	2018	2019
Depreciación	\$ 8.152,60	\$ 8.152,60	\$ 8.152,60	\$ 7.586,80	\$ 7.586,80
Amortización de inversión diferida	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Sueldos Administrativos	\$ 23.344,92	\$ 24.231,11	\$ 25.154,04	\$ 26.115,23	\$ 27.116,26
Servicios básicos	\$ 312,45	\$ 325,42	\$ 338,92	\$ 352,99	\$ 367,64
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 32.009,97</b>	<b>\$ 32.909,13</b>	<b>\$ 33.845,56</b>	<b>\$ 34.255,01</b>	<b>\$ 35.270,70</b>
COSTOS VARIABLES					
MPD	\$ 164.401,69	\$ 171.224,36	\$ 178.330,17	\$ 185.730,87	\$ 193.438,71
MOP	\$ 6.623,94	\$ 6.898,83	\$ 7.185,14	\$ 7.483,32	\$ 7.793,88
CIF	\$ 5.181,05	\$ 5.396,06	\$ 5.620,00	\$ 5.853,23	\$ 6.096,13
Tarjetas de presentación	\$ 249,96	\$ 260,33	\$ 271,14	\$ 282,39	\$ 294,11
<b>Total costo variable</b>	<b>\$ 176.456,64</b>	<b>\$ 183.779,59</b>	<b>\$ 191.406,44</b>	<b>\$ 199.349,81</b>	<b>\$ 207.622,83</b>

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

## 5.3 Inversiones

### 5.3.1 inversión fija

La inversión total del proyecto está constituida por: inversión fija (activos fijos y activos diferidos), requeridos como inversión inicial del proyecto, como se puede observar se requiere una inversión inicial de 19,500.00 para la puesta en marcha de proyecto.

Tabla 48 Cuadro de inversiones

Inversiones			
Concepto	Uso de fondo	Recurso Propio	Recurso Financiero
<b>Activos Fijos</b>			
Edificio	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ -
Vehículo	\$ 10.000,00	\$ -	\$ 10.000,00
Maquinaria y Equipo	\$ 11.730,00	\$ 3.730,00	\$ 8.000,00
Equipos de computación	\$ 1.697,40	\$ 197,40	\$ 1.500,00
Muebles y enseres	\$ 1.204,00	\$ 1.204,00	\$ -
<b>Total de activos Fijos</b>	\$ 39.631,40	\$ 20.131,40	
<b>Activos diferidos</b>			
Gastos de constitución	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ -
<b>Total de activos diferidos</b>	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ -
<b>Capital de trabajo</b>			
Costos de Producción	\$ 14.098,79	\$ 14.098,79	\$ -
Gasto Administrativo	\$ 20.776,35	\$ 20.776,35	\$ -
Gasto de Ventas	\$ 3.240,00	\$ 3.240,00	\$ -
<b>Total Capital de trabajo</b>	\$ 38.115,14	\$ 38.115,14	\$ -
<b>Total de inversión</b>	\$ 78.746,54	\$ 59.246,54	\$ 19.500,00
<b>Participación</b>	100%	\$ 75,24	\$ 24,76

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.3.1.1 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.

Tabla 49 Activos Fijos

Inversiones			
Concepto	Uso de fondo	Recurso Propio	Recurso Financiero
<b>Activos Fijos</b>			
Edificio	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ -
Vehículo	\$ 10.000,00	\$ -	\$ 10.000,00
Maquinaria y Equipo	\$ 11.730,00	\$ 3.730,00	\$ 8.000,00
Equipos de computación	\$ 1.697,40	\$ 197,40	\$ 1.500,00
Muebles y enseres	\$ 1.204,00	\$ 1.204,00	\$ -
<b>Total de activos Fijos</b>	<b>\$ 39.631,40</b>	<b>\$ 20.131,40</b>	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.3.1.2 activos nominales (diferidos)

Son todos los activos legales que se requieren para el funcionamiento de una empresa que está iniciando su vida legal.

Tabla 50 Diferidos

Activos diferidos			
Gastos de constitución	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ -
<b>Total de activos diferidos</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ -</b>

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.3.2 capital de trabajo

Capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar.

Tabla 51 Capital de trabajo

Concepto	Uso de fondo	Recurso Propio	Recurso Financiero
Costos de Producción	\$ 14.098,79	\$ 14.098,79	\$ -
Gasto Administrativo	\$ 20.776,35	\$ 20.776,35	\$ -
Gasto de Ventas	\$ 3.240,00	\$ 3.240,00	\$ -
<b>Total Capital de trabajo</b>	<b>\$ 38.115,14</b>	<b>\$ 38.115,14</b>	<b>\$ -</b>

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.3.3 fuentes de financiamiento y uso de fondos

La entidad bancaria que se ha tomado en cuenta para el crédito de financiamiento en la microempresa "Chese Fruit" es el Banco Produbanco, con un préstamo bancario de \$19,500 y una tasa de interés 11,32% a un plazo de 3 años en 6 dividendos semestrales.

Tabla 52 Fuentes de Financiamiento

Fuentes y uso de fondos	
Inversión	\$ 78.746,54
Capital propio	\$ 59.246,54
Financiamiento	\$ 19.500,00
Interés	11,32%
Plazo	3 años
Períodos	6
Formas de pago	Semestralmente
Entidad	Produbanco

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.3.4 amortización de financiamiento (tabla de amortización)

A continuación se presenta la tabla de amortización por el financiamiento del préstamo bancario que se realizará al banco Produbanco.

Monto: 19.500,00

Interés: 11,32%

Plazo : 3

Períodos: 6

Entidad: Produbanco

Forma de Pago: Semestral

Tabla 53 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO						
AÑOS	PERIODO	CAPITAL (MONTO)	INTERÉS	CUOTA DE PAGO	CAPITAL PAGADO	SALDO
2014(AÑO BASE)	0	19.500,00				19.500,00
2015	1	19.500,00	1.103,70	3.250,00	4.353,70	16.250,00
	2	16.250,00	919,75	3.250,00	4.169,75	13.000,00
2016	3	13.000,00	735,80	3.250,00	3.985,80	9.750,00
	4	9.750,00	551,85	3.250,00	3.801,85	6.500,00
2017	5	6.500,00	367,90	3.250,00	3.617,90	3.250,00
	6	3.250,00	183,95	3.250,00	3.433,95	-

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.3.5 depreciaciones (tabla de depreciación)

La depreciación es la pérdida del valor de un activo físico (edificios, maquinarias, muebles, etc.) con motivo de uso.

**Tabla 54 Depreciaciones**

DEPRECIACIONES							
DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA ÚTIL DEL PROYECTO	2015	2016	2017	2018	2019
EDIFICIO	\$ 15.000,00	5	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
VEHICULO	\$ 10.000,00	5	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
MAQUINARIA	\$ 11.730,00	5	\$ 2.346,00	\$ 2.346,00	\$ 2.346,00	\$ 2.346,00	\$ 2.346,00
MUEBLES Y E.	\$ 1.204,00	5	\$ 240,80	\$ 240,80	\$ 240,80	\$ 240,80	\$ 240,80
EQUIPO DE C.	\$ 1.697,40	3	\$ 565,80	\$ 565,80	\$ 565,80	-	-
TOTAL DEPRECIACIONES			\$ 8.152,60	\$ 8.152,60	\$ 8.152,60	\$ 7.586,80	\$ 7.586,80

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 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.



Tabla 56 Estado de resultados.

EMPRESA CHESE FRUIT CIA. LTDA						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DEL 2015 AL 2019						
DESCRIPCIÓN	2014 (AÑO BASE)	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS	\$ 245.318,95	\$ 260.504,19	\$ 276.629,40	\$ 293.752,76	\$ 311.936,05	\$ 331.244,90
(-) COSTOS DE PRODUCCION		\$ 176.206,68	\$ 183.519,25	\$ 191.135,30	\$ 199.067,42	\$ 207.328,72
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 21.638,57	\$ 22.536,57	\$ 23.471,84	\$ 24.445,92	\$ 25.460,42
(-) GASTOS DE VENTAS		\$ 3.374,46	\$ 3.514,50	\$ 3.660,35	\$ 3.812,26	\$ 3.970,47
(-) DEPRECIACIONES		\$ 8.152,60	\$ 8.152,60	\$ 8.152,60	\$ 7.586,80	\$ 7.586,80
(-) AMORTIZACIONES DEL DIF.		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 50.931,88	\$ 58.706,47	\$ 67.132,67	\$ 76.823,66	\$ 86.698,49
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 50.931,88	\$ 58.706,47	\$ 67.132,67	\$ 76.823,66	\$ 86.698,49
(-) 15% PARTICIPACION DE T.		\$ 7.639,78	\$ 8.805,97	\$ 10.069,90	\$ 11.523,55	\$ 13.004,77
(=) UTILIDAD ANTES DE IMP.		\$ 43.292,10	\$ 49.900,50	\$ 57.062,77	\$ 65.300,11	\$ 73.693,72
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 9.524,26	\$ 10.978,11	\$ 12.553,81	\$ 14.366,02	\$ 16.212,62
(=) UTILIDAD NETA		\$ 33.767,84	\$ 38.922,39	\$ 44.508,96	\$ 50.934,09	\$ 57.481,10

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.3.8 flujo caja

El flujo de caja resume las entradas y las salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un periodo próximo, comparándolas y asimilándolas al saldo inicial al principio del año.

Tabla 57 Flujo de Caja

EMPRESA CHESE FRUIT CIA. LTDA						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DEL 2015 AL 2019						
DESCRIPCION	2014 (AÑO BASE)	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS		\$ 260.504,19	\$ 276.629,40	\$ 293.752,76	\$ 311.936,05	\$ 331.244,90
(-) COSTOS DE PRODUCCION		\$ 176.206,68	\$ 183.519,25	\$ 191.135,30	\$ 199.067,42	\$ 207.328,72
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 21.638,57	\$ 22.536,57	\$ 23.471,84	\$ 24.445,92	\$ 25.460,42
(-) GASTOS DE VENTAS		\$ 3.374,46	\$ 3.514,50	\$ 3.660,35	\$ 3.812,26	\$ 3.970,47
(-) DEPRECIACIONES		\$ 8.152,60	\$ 8.152,60	\$ 8.152,60	\$ 7.586,80	\$ 7.586,80
(-) AMORTIZACIONES DEL DIF.		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 50.931,88	\$ 58.706,47	\$ 67.132,67	\$ 76.823,66	\$ 86.698,49
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 50.931,88	\$ 58.706,47	\$ 67.132,67	\$ 76.823,66	\$ 86.698,49
(-) 15% PARTICIPACION DE T.		\$ 7.639,78	\$ 8.805,97	\$ 10.069,90	\$ 11.523,55	\$ 13.004,77
(=) UTILIDAD ANTES DE IMP.		\$ 43.292,10	\$ 49.900,50	\$ 57.062,77	\$ 65.300,11	\$ 73.693,72
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 9.524,26	\$ 10.978,11	\$ 12.553,81	\$ 14.366,02	\$ 16.212,62
(=) UTILIDAD NETA		\$ 33.767,84	\$ 38.922,39	\$ 44.508,96	\$ 50.934,09	\$ 57.481,10
(+) DEPRECIACIONES		\$ 8.152,60	\$ 8.152,60	\$ 8.152,60	\$ 7.586,80	\$ 7.586,80
(+) AMORTIZACIONES DEL DIF.		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
(-) AMORTIZACION DE LA DEUDA		\$ (8.523,45)	\$ (7.787,65)	\$ (7.051,85)		
(-) INVERSION	\$ (40.631,40)					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	\$ (38.115,14)					
DEUDA	\$ 19.500,00					
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	\$ (59.246,54)	\$ 33.596,99	\$ 39.487,34	\$ 45.809,71	\$ 58.720,89	\$ 65.267,90

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

## 5.4 Evaluación

### 5.4.1 tasa de descuento

La TMAR es la tasa mínima aceptable de rendimiento y es el resultado de la sumatoria de la tasa activa y pasiva, también se la conoce como tasa de descuento y se utiliza para actualizar flujos futuros.

Tabla 58 TMAR

CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO O TMAR	
TASA ACTIVA	11,32%
(+) TASA PASIVA	4,98%
TASA DE DESCUENTO	16,30%

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.4.2 van

El Valor Actual Neto, es trasladar o devolver valores futuros del flujo de caja de una empresa a valor presente.

Para ello es necesario descontar los flujos futuros a través de la TMAR, con el objetivo de ver si el presente proyecto ofrecerá al inversionista una rentabilidad.

$Van \geq 0$ ; Factible financieramente

$Van = 0$ ; Es indiferente ni se gana, ni se pierde

$Van \leq 0$ ; No es factible financieramente

Tabla 59 van

TMAR O TASA DE DESCUENTO	16,30%
INVERSIÓN	\$ (78.746,54)
AÑO 2015	\$ 33.596,99
2016	\$ 39.487,34
2017	\$ 45.809,71
2018	\$ 58.720,89
2019	\$ 65.267,90
VAN	\$ 61.248,20

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

### 5.4.3 tir

La Tasa Interna de Retorno significa el porcentaje de rentabilidad esperado por el accionista a cambio de poner en riesgo su capital al constituir una empresa.

$TIR \geq TMAR$ ; Proyecto es factible

$TIR \leq TMAR$ ; Proyecto no es factible

$TIR = TMAR$ ; Es indiferente, ni se gana ni se pierde

Tabla 60 tir

INVERSIÓN	\$ (78.746,54)
AÑO 2015	\$ 33.596,99
2016	\$ 39.487,34
2017	\$ 45.809,71
2018	\$ 58.720,89
2019	\$ 65.267,90
	46,19%

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Partiendo del análisis anterior la TIR reflejo un resultado del 46% por lo que es un proyecto rentable.

#### 5.4.4 pri

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Tabla 61 pri

AÑOS	FLUJOS ACTUALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
2015	\$ 33.596,99	\$ 0,86	\$ 28.888,21	\$ 28.888,21
2016	\$ 39.487,34	\$ 0,74	\$ 29.194,33	\$ 58.082,54
2017	\$ 45.809,71	\$ 0,64	\$ 29.121,81	\$ 87.204,35
2018	\$ 58.720,89	\$ 0,55	\$ 32.097,69	
2019	\$ 65.267,90	\$ 0,47	\$ 30.676,16	

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

#### 5.4.5 relación costo beneficio

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto

Calculo de relación costo beneficio

Relación C/B sumatoria de flujos actualizados

Tabla 62 Relación Costo beneficio

AÑOS	
2015	28.888,21
2016	29.194,33
2017	29.121,81
2018	32.097,69
2019	30.676,16
TOTAL	149.978,20
RC/B	1,90

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

En la tabla presentada se deduce que por cada dólar invertido se obtendrá \$ 0,90

### 5.4.6 punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero.

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

Dónde:

PE= Punto de equilibrio

CF = Costos fijos

P = Precio de venta

Cvu = Costo variable unitario

Tabla 63 Punto de Equilibrio

PROYECCION DE COSTOS ANUALES					
CONCEPTO					
COSTOS FIJOS	2015	2016	2017	2018	2019
Depreciación	\$ 8.152,60	\$ 8.152,60	\$ 8.152,60	\$ 7.586,80	\$ 7.586,80
Amortización de inversion diferido	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Sueldos Administrativos	\$ 23.344,92	\$ 24.231,11	\$ 25.154,04	\$ 26.115,23	\$ 27.116,26
Servicios básicos	\$ 312,45	\$ 325,42	\$ 338,92	\$ 352,99	\$ 367,64
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 32.009,97</b>	<b>\$ 32.909,13</b>	<b>\$ 33.845,56</b>	<b>\$ 34.255,01</b>	<b>\$ 35.270,70</b>
COSTOS VARIABLES					
MPD	\$ 164.401,69	\$ 171.224,36	\$ 178.330,17	\$ 185.730,87	\$ 193.438,71
MOP	\$ 6.623,94	\$ 6.898,83	\$ 7.185,14	\$ 7.483,32	\$ 7.793,88
CIF	\$ 5.181,05	\$ 5.396,06	\$ 5.620,00	\$ 5.853,23	\$ 6.096,13
Tarjetas de presentación	\$ 249,96	\$ 260,33	\$ 271,14	\$ 282,39	\$ 294,11
<b>Total costo variable</b>	<b>\$ 176.456,64</b>	<b>\$ 183.779,59</b>	<b>\$ 191.406,44</b>	<b>\$ 199.349,81</b>	<b>\$ 207.622,83</b>
<b>VENTAS</b>	<b>\$ 260.504,19</b>	<b>\$ 276.629,40</b>	<b>\$ 293.752,76</b>	<b>\$ 311.936,05</b>	<b>\$ 331.244,90</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 99.214,45</b>	<b>\$ 98.046,86</b>	<b>\$ 97.142,98</b>	<b>\$ 94.908,34</b>	<b>\$ 94.507,71</b>

Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	23.344,92
Gastos de Ventas	249,96
Gastos Financieros	
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>23.594,88</b>

Costo Variable unitario	3,56
-------------------------	------

Precio	5,11
--------	------

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

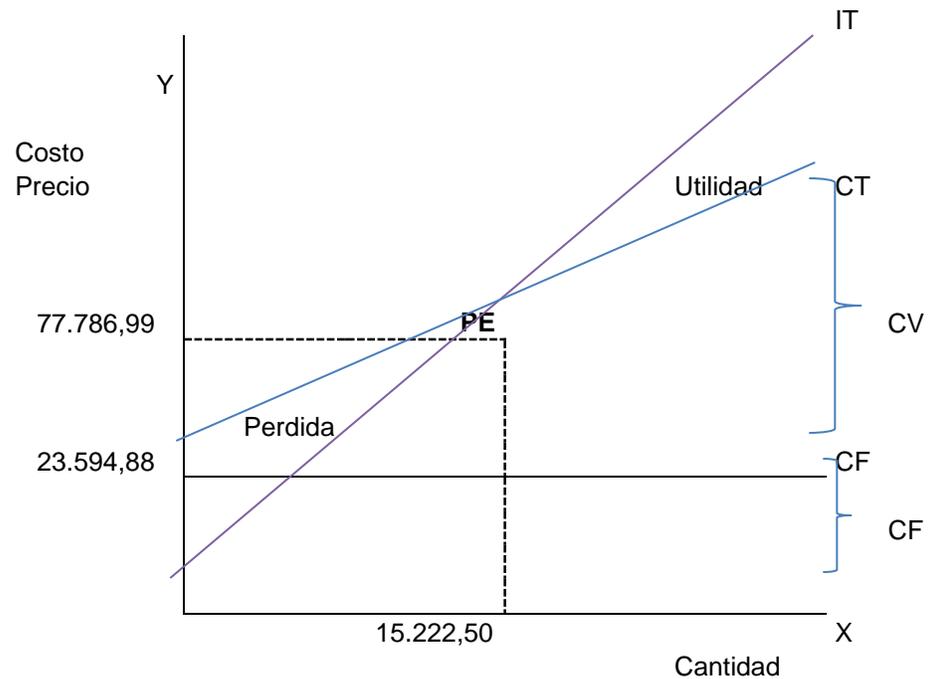
$$PE = \frac{23.594,88}{5,11 - 3,56}$$

$$PE = \frac{23.594,88}{1,55} = 15.222,50 \text{ u}$$

### DEMOSTRACIÓN

VENTAS	77.786,99
( - ) Costo Variable	54.192,11
( = ) Margen Contribución	23.594,88
( - ) Costo Fijos	23.594,88
( = ) Utilidad Operacional	-

**GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**



Elaborado por: Diana Mendoza

Fuente: Investigación de proyecto

El presente gráfico demuestra que cuando se produzca 15.222,5 unidades, el presente proyecto llegará al punto de equilibrio.

**5.4.1 índices financieros.**

**5.4.1.1 roe**

Rendimiento sobre el patrimonio, mide en forma porcentual la rentabilidad que están obteniendo los accionistas a cambio de poner en riesgo su capital.

$$ROE = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$ROE = 0,57 \times 100$$

$$ROE = 57,00$$

Análisis: Este indicador señala que el 57% del patrimonio es utilidad, o que por cada dólar que hay en el patrimonio 0,57 centavos es utilidad.

#### 5.4.1.2 *roi*

Rendimiento sobre activos mide la capacidad que tiene la empresa para generar rentabilidad a los accionistas, en otras palabras mide el rendimiento que se está obteniendo.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total Activos}}$$

$$\text{ROI} = 0,43 \times 100$$

$$\text{ROI} = 43,00$$

Este indicador nos indica que el 43% de los activos es utilidad, o que de cada dólar invertido 0,43 centavos es utilidad.

#### 5.4.1.3 *Índice de Endeudamiento*

El índice de Endeudamiento mide en términos porcentuales el porcentaje de la empresa que está siendo financiada con deuda o fondos de terceros.

$$\text{Nivel de Endeudamiento} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}}$$

$$\text{Nivel de Endeudamiento} = 24,76$$

Análisis: De acuerdo al resultado obtenido podemos concluir que el endeudamiento de la empresa es moderado, significa que está dentro de los parámetros normales.

## Capítulo VI

### Análisis de impactos

#### 6.1 Impacto Ambiental

El proyecto no causa daño al medio ambiente ni crea desequilibrio en el ecosistema; al contrario genera impacto positivo con el uso racional de las tierras de cultivo y del manejo de ganado vacuno. Los desechos como el suero y demás serán utilizados para realizar un estudio y elaborar mantequillas y quesos sin grasa.

Otra de las razones importantes es el hecho de que sea una planta artesanal de producción que no genera mayores desechos que afecten a la naturaleza.

#### 6.2 Impacto Económico

En la Parroquia de Calderón se ha detectado un sector pleno en desarrollo económico, de esta manera la implementación del proyecto aportará al crecimiento del sector lácteo y de la misma manera al crecimiento del PIB que ha tenido un incremento en los últimos años.

### **6.3 Impacto Productivo**

El objetivo primordial del gobierno actual es impulsar la Matriz Productiva, eso hace referencia a que el presente proyecto realice productos de calidad, siendo reconocidos nacionalmente y en el futuro internacionalizarse por crear productos innovadores y artesanales.

### **6.4 Impacto Social**

Como parte de desarrollo del plan del Buen Vivir para Microempresa "Chese Fruit" es de vital importancia que los trabajadores gocen un salario digno para alcanzar las metas personales y colectivas, generando fuentes de empleo aportando al crecimiento y desarrollo de la sociedad.

## Capítulo VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.1 Conclusiones

- ✓ El estudio permitió determinar que es factible la creación de una empresa de elaboración artesanal y comercialización de quesos semimaduros con frutas confitadas, como alternativa nutricional para el consumo humano.
- ✓ El estudio de mercado permitió conocer datos importantes en la población, que se mostró muy positiva con la idea de que se comercialice quesos semimaduros con fruta confitada, ya que ellos conocen de las bondades de los lácteos.
- ✓ El análisis económico, a través de sus indicadores como el VAN, TIR, RC/B, encontrados en el presente estudio, permiten determinar que el proyecto propuesto es económicamente factible. Y, de acuerdo a las condiciones legales del proyecto la propuesta es altamente viable en su ejecución.

## 7.2 Recomendaciones

- ✓ Incrementar el nivel de diversificación de productos para llegar a nuevos mercados y que la marca sea reconocida.
- ✓ Realizar constantemente investigaciones de mercado, para verificar si el cliente se encuentra satisfecho de esta manera fortaleceremos las falencias y los implementos que se utilizara para mejorar como equipo
- ✓ Implementar un plan de marketing para que el producto sea reconocido nacional como internacionalmente.
- ✓ Es recomendable realizar un seguimiento y mejorar la atención personalizada a los clientes, a fin de conocer sus necesidades para de esta manera conseguir la fidelización

## Bibliografía

- <http://www.botanical-online.com/pasas.htm>. (1999). Recuperado el Mayo de 2014, de <http://www.botanical-online.com/pasas.htm>.
- Arenas, J. A. (12 de 06 de 2010). <http://www.gerencie.com/producto-interno-bruto.html>. Recuperado el Martes de Junio de 2014, de <http://www.gerencie.com/producto-interno-bruto.html>: <http://www.gerencie.com/producto-interno-bruto.html>
- BACA URBINA, G. (2008). Estudio de mercado. Quito.
- BERNACER, R. (2013). El queso, composición nutricional e historia. Recuperado el Mayo de 2014, de El queso, composición nutricional e historia: <http://www.webconsultas.com/dieta-y-nutricion/dieta-equilibrada/el-queso-11008>
- ESCANDON, M. (1977). LA LECHE Y SUS DERIVADOS . MADRID, Angel de san Martín : LIBRERO EDITOR .
- EXPRESO. (24 de 11 de 2013). Ecuador, con el riesgo de un menor crecimiento económico. Ecuador, con el riesgo de un menor crecimiento económico.
- <http://allstudies.com>. (s.f.). Obtenido de <http://allstudies.com>: <http://allstudies.com/coordinador-de-produccion.html>
- [http://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion). (s.f.). Obtenido de [http://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)
- <http://es.scribd.com>. (s.f.). Obtenido de <http://es.scribd.com>: <http://es.scribd.com/doc/2962061/FUNCIONES-DE-LA-SECRETARIA>
- <http://es.scribd.com>. (s.f.). Obtenido de <http://es.scribd.com>: <http://es.scribd.com/doc/2962061/FUNCIONES-DE-LA-SECRETARIA>
- <http://inec.gob.ec>. (s.f.). Obtenido de <http://inec.gob.ec>: [http://inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com\\_content&view=article&id=278&Itemid=57&lang=es](http://inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=278&Itemid=57&lang=es)
- <http://mexico.smetoolkit.org>. (s.f.). Obtenido de <http://mexico.smetoolkit.org>: <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3530/Los-competido>
- <http://sobreconceptos.com>. (s.f.). Obtenido de <http://sobreconceptos.com>: <http://sobreconceptos.com/cliente>

- <http://vendedorconclase.blogspot.com>. (s.f.). Obtenido de  
<http://vendedorconclase.blogspot.com>:  
<http://vendedorconclase.blogspot.com/2011/10/funciones-del-vendedor.html>
- <http://www.aeo.org.ec>. (s.f.). Obtenido de <http://www.aeo.org.ec>:  
<http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>
- <http://www.banrepcultural.org>. (s.f.). Obtenido de <http://www.banrepcultural.org>:  
<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo29.htm>
- <http://www.bce.fin.ec>. (s.f.). Obtenido de <http://www.bce.fin.ec>:  
<http://www.bce.fin.ec/index.php/2012-03-21-08-30-13>
- <http://www.crecenegocios.com>. (2011). <http://www.crecenegocios.com>. Recuperado el 2014, de <http://www.crecenegocios.com>: <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>
- <http://www.ehowenespanol.com>. (s.f.). Obtenido de <http://www.ehowenespanol.com>:  
[http://www.ehowenespanol.com/funciones-del-operador-produccion-lista\\_134966/](http://www.ehowenespanol.com/funciones-del-operador-produccion-lista_134966/)
- <http://www.eluniverso.com>. (s.f.). Obtenido de <http://www.eluniverso.com>:  
<http://www.eluniverso.com/noticias/2013/10/16/nota/1590751/septiembre-desempleo-bajo-subio-subempleo>
- <http://www.enlaxemexico.info>. (s.f.). Obtenido de <http://www.enlaxemexico.info>:  
[http://www.enlaxemexico.info/index.php?option=com\\_content&view=article&id=622:las-funciones-y-obligaciones-del-contador&catid=90:cuestion-fiscal&Itemid=171](http://www.enlaxemexico.info/index.php?option=com_content&view=article&id=622:las-funciones-y-obligaciones-del-contador&catid=90:cuestion-fiscal&Itemid=171)
- <http://www.esmas.com>. (s.f.). Obtenido de <http://www.esmas.com>:  
<http://www.esmas.com/finanzaspersonales/555637.html>
- <http://www.espol.edu.ec>. (s.f.). Obtenido de <http://www.espol.edu.ec>:  
<http://www.espol.edu.ec/archivo/file/2573.pdf>
- <http://www.espol.edu.ec>. (s.f.). Obtenido de <http://www.espol.edu.ec>:  
<http://www.espol.edu.ec/10993/evento.aspx>
- <http://www.eumed.net>. (s.f.). Obtenido de <http://www.eumed.net>:  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>
- <http://www.mi-carrera.com>. (s.f.). Obtenido de <http://www.mi-carrera.com>:  
<http://www.mi-carrera.com/IngenieriaEnAlimentos.html>

- <http://www.otavaloempresarial.com>. (s.f.). Obtenido de  
<http://www.otavaloempresarial.com>:  
[http://www.otavaloempresarial.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=31&Itemid=10](http://www.otavaloempresarial.com/index.php?option=com_content&view=article&id=31&Itemid=10)
- <http://www.serpost.com>. (s.f.). Obtenido de <http://www.serpost.com>.:  
[http://www.serpost.com.pe/Website/transparencia2009/Documentacion\\_Transparencia/Docs\\_2010/Datos\\_Generales/Procedimientos/comercial.pdf](http://www.serpost.com.pe/Website/transparencia2009/Documentacion_Transparencia/Docs_2010/Datos_Generales/Procedimientos/comercial.pdf)
- [http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Econom%C3%ADa/ficeco\\_Y09.htm](http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Econom%C3%ADa/ficeco_Y09.htm). (s.f.).  
Obtenido de  
[http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Econom%C3%ADa/ficeco\\_Y09.htm](http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Econom%C3%ADa/ficeco_Y09.htm):  
[http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Econom%C3%ADa/ficeco\\_Y09.htm](http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Econom%C3%ADa/ficeco_Y09.htm)
- <http://www.slideshare.net>. (s.f.). Obtenido de <http://www.slideshare.net>:  
<http://www.slideshare.net/mianacru/gestion-administrativa-8839327>
- <http://www.sri.gob.ec>. (s.f.). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec>:  
<http://www.sri.gob.ec/de/304>
- <http://www.tesipro.com>. (s.f.). Obtenido de <http://www.tesipro.com>:  
<http://www.tesipro.com/content/gestion-comercial>
- <http://www.tramifacil.pe>. (s.f.). Obtenido de <http://www.tramifacil.pe>:  
<http://www.tramifacil.pe/tramites/licenfunc>
- LICATA, M. (2014). zonadiet.com. Recuperado el sábado de mayo de 2014, de  
zonadiet.com : <http://www.zonadiet.com/comida/queso.htm>
- MEJÍA, C. A. (07 de 2013). <http://www.planning.com>. Obtenido de  
<http://www.planning.com>:  
<http://www.planning.com.co/bd/archivos/Julio2013.pdf>
- Pimentel, E. (2008). Pimentel, Edmundo. Quito, Pichincha . Obtenido de  
<http://www.seofrecensoluciones.com/edmundop/Libro%20Proyecto.pdf>
- SIGLO XXI, e. (2006). GUIA PARA PRESENTACION DE PROYECTOS . MÉXICO.

