



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS  
TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA  
CIUDAD DE QUITO AÑO 2017

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

Autora: Velastegui Chango Priscila Estefania

Tutor: Ing. Angela Pimbo

Quito, Octubre 2017



## ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **VELASTEGUI CHANGO PRISCILA ESTEFANIA** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGÁNICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Ing. Angela Pimbo  
**Tutor del Proyecto**

Ing. Carlos Guzman

**Lector del Proyecto**

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR



"CORDILLERA"

DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Bancaria y Producción

Ing. Fernando Buitrón

**Director de Escuela**



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



## DECLARATORIA

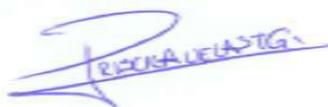
Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son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

---

Priscila Estefania Velastegui Chango  
CC: 1721105839

## LICENCIA DE USO NO COMENRCIAL

**Yo, Priscila Estefania Velastegui Chango** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1721105839 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017**, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



**FIRMA**

**NOMBRE** Priscila Estefania Velastegui Chango

**CEDULA** 1721105839

Quito, Octubre 2017

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMENRCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**



## AGRADECIMIENTO

El presente proyecto está dedicado al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por los 6 semestres de esta retardadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.

A Dios por darme la vida y la sabiduría para poder culminar con un peldaño más en mi vida.

A mi madre, Eimi Velastegui que siempre me ha dado su apoyo incondicional y a quienes debo este triunfo profesional, por todo su trabajo y dedicación para darme una formación académica y sobre todo humanista y espiritual. De ella es este triunfo y para ella es todo mi agradecimiento.

A mi hija Jade Pazmiño por ser lo más hermoso que me regalo la vida.

A mi Director de tesis Ing. Angela Pimbo por su guía y muy acertada enseñanza, y por todos sus comentarios y sus atinadas correcciones en todo el proceso de elaboración de la Tesis.

A todas aquellas personas me han apoyado en el transcurso de todos los años de vida universitaria, y me han ayudado a ser una mejor hija, madre, hermana, amiga y profesional.

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMENRCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

## DEDICATORIA

### **A Dios.**

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

### **A mi madre Eimi Velastegui**

Por haberme dado la vida, gracias por sus consejos y apoyo incondicional, por sus sacrificios, por el amor que siempre me ha brindado, por cultivar e inculcar ese sabio don de la responsabilidad y por brindarme esa gran herencia que me servirá para toda la vida como es la educación, esta es una forma de decirte cuanto te amo y aunque ha sido un camino largo y duro por conseguir este triunfo te lo dedico madrecita mía

### **A mi hija Jade Pazmiño**

Por ser el pilar fundamental en mi vida y ser la persona que más amo y me da impulso a seguirme adelante en mi preparación profesional.

### **A mis hermanos**

Por su apoyo, preocupación, consejos y frases de aliento que siempre me brindaron para cosechar este logro, gracias a todos mis hermanos que de una u otra manera siempre me han brindado su apoyo incondicional.



## RESUMEN EJECUTIVO

En este mundo de constantes cambios y exigencias dadas por el mercado, nosotros como empresarios, debemos proyectar la imagen de una microempresa a los servicios de la comunidad y cambio para la satisfacción total de nuestros clientes.

Avocando este motivo, presentamos el siguiente plan de factibilidad en el cual hemos plasmado todos nuestros conocimientos teniendo como objetivo principal el posicionar un nuevo producto en el mercado JP HABITAS (Habas saladitas de colores orgánicos), en la mente de los consumidores habituales mediante una mezcla de combinaciones de estrategias de publicidad, relaciones públicas y promociones a aquellos consumidores potenciales que todavía tiene un significativo porcentaje de indecisiones al optar por un nuevo producto.

El objetivo principal lograr posesionarse en el mercado competitivo elaborando un producto de calidad para mejorar los hábitos alimenticios de los consumidores y así entregar un producto sano y nutritivo.

Mediante la evaluación financiera se establece la inversión inicial USD 7388,22 de los cuales el 70% recursos propios y el 30 % con capital financiado. Estos fondos son

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMENRCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

destinados para la adquisición de recursos necesarios para como: materia prima el pago de la mano de obra y otros gastos necesarios para el desarrollo del proyecto.

Basados en la regla y comparados los resultados obtenidos una vez aplicada la fórmula del valor actual neto (VAN) se ha obtenido un resultado de \$ 5872,36, una tasa interna de retorno (TIR) 34%, una tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR 13,06% lo cual hace que el proyecto sea financieramente viable.

Y podemos verificar en los índices financieros tenemos lo siguiente:

ROE (Rentabilidad del patrimonio.) Lo cual nos indica que por cada \$1 invertido en el patrimonio tenemos \$0,82 centavos de rentabilidad.

ROA (Rentabilidad del activo): 0,68 nos indica que en cada activo se obtiene \$0,68 centavos en rentabilidad.

Índice de endeudamiento 36 lo cual indica que por cada dólar en activo debemos \$0,36 centavos a nuestros acreedores.

## ABSTRAC

In this world of constant changes and demands given by the market, we as entrepreneurs, we must project the image of a microenterprise to the services of the community and change for the total satisfaction of our clients.

This motive, we present the following feasibility plan in which we have reflected all our knowledge with the main objective of positioning a new product in the JP HABITAS market (organic salad colored beans), in the minds of the habitual consumers through a mixture of combinations of advertising strategies, public relations and promotions to those potential consumers who still have a significant percentage of indecision when opting for a new product.

The main goal is to become competitive in the market by producing a quality product to improve the eating habits of consumers and thus deliver a healthy and nutritious product.

The financial assessment establishes the initial investment USD 7388,22 of which 70% own resources and 30% with financed capital. These funds are intended for the acquisition of necessary resources such as: raw material for the payment of labor and other expenses necessary for the development of the project.

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMENRCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

Based on the rule and comparing the results obtained after applying the formula of the net present value (NPV), a result of \$ 5872.36 was obtained, an internal rate of return (TIR) 34%, a minimum acceptable rate of return TMAR 13.06% which makes the project financially viable.

And we can verify in the financial indexes we have the following:

ROE: (Return on equity.) Which tells us that for every \$ 1 invested in equity we have \$ 0.82 cents of profitability.

ROA: (Return on Asset): 0.68 tells us that each asset yields \$ 0.68 cents in profitability.

Indebtedness index 36 which indicates that for every dollar in assets we owe \$ 0.36 cents to our creditors.



## ÍNDICE

DECLARATORIA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMENRCIAL.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
RESUMEN EJECUTIVO.....	v
ABSTRAC .....	vii
ÍNDICE .....	ix
Introducción.....	xix
CAPÍTULO I.....	1
1.02 Justificación.....	1
1.03 Antecedente .....	2
CAPÍTULO II .....	6
2.01 Ambiente externo .....	6
2.01.01 Factor Económico.....	6
2.01.02 Factor social.....	17
2.01.03 Factor legal .....	22
2.01.04 Factor tecnológico.....	24
2.02 Entorno local .....	25
2.02.01 Cliente.....	25
2.02.02 Proveedores.....	26
2.02.03 Competencia .....	27
2.03 ANÁLISIS INTERNO .....	28
2.03.01. Propuesta Estratégica.....	28
2.03.02 Gestión administrativa .....	31
2.03.03 Gestión operativa .....	40
2.03.04 Gestión Comercial .....	42
2.04 Análisis FODA.....	48



CAPÍTULO III.....	51
3.01 Análisis del Consumidor .....	52
3.01.01 Determinación de la población .....	52
3.01.02 Técnicas de obtención de información .....	54
3.02 Oferta.....	69
3.02.01. Oferta histórica .....	69
3.02.02 Oferta actual. ....	69
3.02.03 Oferta proyectada. ....	70
3.03. Demanda.....	71
3.03.01 Demanda histórica. ....	71
3.03.02 Demanda actual. ....	72
3.03.01 Demanda proyectada .....	73
3.04. BALANCE OFERTA – DEMANDA .....	73
3.04.01 Balance oferta demanda actual .....	73
3.04.02. Balance oferta demanda proyectada .....	74
CAPÍTULO IV.....	75
4.01 Tamaño del proyecto.....	75
4.01.01 Capacidad Instalada.....	75
4.01.02 Capacidad Óptima .....	77
4.02 Localización .....	78
4.02.01 Macro localización .....	78
4.02.02 Micro-localización.....	79
4.02.03 Localización óptima .....	79
4.03 Ingeniería del producto.....	82
4.03.01 Definición del bien o servicio.....	82
4.03.02 Distribución de la planta.....	83
4.03.03 Proceso productivo .....	85
4.03.04 Maquinaria.....	87
CAPÍTULO V .....	90



5. ESTUDIO FINANCIERO .....	91
5.01. Ingresos operacionales y no operacionales.....	91
5.01.01 Ingresos operacionales.....	91
5.01.02. Ingresos No operacionales.....	92
5.01.02 Capacidad de producción.....	92
5.02 Costos .....	93
5.02.01 Costo directo.....	93
5.02.02 Gastos administrativos.....	95
5.02.03 Gastos de ventas.....	97
5.02.04 Costos financieros.....	97
5.02.05 Costos fijos y variables.....	98
5.02.06 Sueldos y salarios.....	98
5.03 Inversiones.....	99
5.03.01 Inversiones fijas.....	99
5.03.02 Activos fijos.....	100
5.03.03 Capital de trabajo.....	100
5.03.04 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	101
5.03.05 Amortización de financiamiento (tabla de amortización).....	102
5.3.6 Depreciaciones (tabla de depreciación).....	104
5.03.07 Estado de situación inicial.....	104
5.03.08 Estado de resultados proyectado.....	105
5.03.09 Flujo neto de efectivo.....	106
5.03.10 Flujos de caja proyectada.....	107
5.04 Evaluación.....	108
5.04.01 Tasa de descuento.....	109
5.04.02 VAN.....	110
5.04.03 TIR.....	110
5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión).....	111
5.04.05 Punto de equilibrio.....	112



---

5.04.06 Análisis de índices financieros .....	113
CAPÍTULO VI.....	115
<b>6. ANÁLISIS DE IMPACTOS .....</b>	<b>115</b>
6.01 Impacto ambiental .....	115
6.02 Impacto económico .....	115
6.03 Impacto productivo .....	116
6.04 Impacto social .....	116
CAPÍTULO VII .....	117
<b>7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>117</b>
7.01 Conclusiones .....	117
7.02 Recomendaciones.....	118
BIBLIOGRAFÍA .....	123



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Composición nutriente del haba.....	4
Tabla 2 Inflación.....	7
Tabla 3 PIB General.....	9
Tabla 4 PIB Sectorial.....	10
Tabla 5 Balanza Comercial.....	11
Tabla 6 Riesgo País.....	13
Tabla 7 Tasa de Crecimiento.....	18
Tabla 8 Tasa de Desempleo Quito.....	19
Tabla 9 PEA.....	21
Tabla 10 Proveedores.....	26
Tabla 11 Competidores Directos.....	27
Tabla 12 Competidores Indirectos.....	28
Tabla 13 Perfil cargo y funciones.....	34
Tabla 14 perfil de cargo de funciones.....	35
Tabla 15 Perfil cargo de funciones.....	36
Tabla 16 Perfil cargos de funciones.....	37
Tabla 17 Perfil cargo de funciones.....	38
Tabla 18 Matriz FODA.....	49
Tabla 19 Segmentación de mercado.....	53
Tabla 20 Tabulación Pregunta 1.....	59
Tabla 21 Tabulación Pregunta 2.....	60



Tabla 22 Tabulación Pregunta 3 .....	61
Tabla 23 Tabulación Pregunta 4 .....	62
Tabla 24 Tabulación Pregunta 5 .....	63
Tabla 25 Tabulación Pregunta 6 .....	64
Tabla 26 Tabulación Pregunta 7 .....	65
Tabla 27 Tabulación Pregunta 8 .....	66
Tabla 28 Tabulación Pregunta 9 .....	67
Tabla 29 Tabulación Pregunta 10 .....	68
Tabla 30 Variables de cálculo de oferta y demanda .....	70
Tabla 31 Cálculo de la oferta actual.....	70
Tabla 32 oferta proyectada.....	71
Tabla 33 Variables para el cálculo de oferta y demanda .....	72
Tabla 34 Demanda actual.....	72
Tabla 35 Demanda proyectada.....	73
Tabla 36 Demanda insatisfecha actual.....	74
Tabla 37 Demanda insatisfecha proyectada.....	74
Tabla 38 Tamaño del proyecto.....	76
Tabla 39 Capacidad Instala .....	77
Tabla 40 Capacidad Óptima.....	77
Tabla 41 Macro localización.....	78
Tabla 42 Matriz de factores de localización .....	80
Tabla 43 Micro localización .....	81
Tabla 44 Códigos de cercanía .....	83



Tabla 45 Razones de cercanía.....	84
Tabla 46 Descripción del proceso.....	87
Tabla 47 Maquinaria y Equipo.....	88
Tabla 48 Equipo de oficina.....	90
Tabla 49 fundas 60gr.....	92
Tabla 50 capacidad de producción.....	93
Tabla 51 Materia prima.....	94
Tabla 52 Mano de obra directa.....	94
Tabla 53 Costos indirectos de fabricación.....	95
Tabla 54 Gastos administrativos.....	96
Tabla 55 Gastos de ventas.....	97
Tabla 56 Gastos financieros.....	98
Tabla 57 Gastos sueldos y salarios.....	99
Tabla 58 Inversión fija.....	100
Tabla 59 Activos fijos.....	100
Tabla 60 Capital de trabajo.....	101
Tabla 61 Financiamiento y uso de fondos.....	102
Tabla 62 Amortización.....	103
Tabla 63 Depreciaciones.....	104
Tabla 64 Situación inicial.....	105
Tabla 65 Estado de resultados.....	106
Tabla 66 Flujo neto efectivo.....	107
Tabla 67 Flujo de caja.....	108



---

Tabla 68 TMAR.....	109
Tabla 69 VAN.....	110
Tabla 70 TIR.....	111
Tabla 71 Periodo de recuperación.....	111
Tabla 72 Punto de equilibrio.....	112



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Inflación.....	8
Figura 2 Balanza Comercial.....	12
Figura 3 Riesgo País .....	14
Figura 4 Tasa de Interés Activa .....	15
Figura 5 Tasa de Interés Pasiva.....	16
Figura 6 Tasa de Desempleo Quito.....	20
Figura 7 Organigrama .....	33
Figura 8 Control.....	40
Figura 9 Flujograma de Proceso de Habas.....	41
Figura 10 Tabulación Pregunta 1 .....	59
Figura 11 Tabulación Pregunta 2 .....	60
Figura 12 Tabulación Pregunta 3 .....	61
Figura 13 Tabulación Pregunta 4.....	62
Figura 14 Tabulación Pregunta 5 .....	63
Figura 15 Tabulación Pregunta 6.....	64
Figura 16 Tabulación Pregunta 7.....	65
Figura 17 Tabulación Pregunta 8 .....	66
Figura 18 Tabulación Pregunta 9.....	67
Figura 19 Tabulación Pregunta 10.....	68
Figura 20 Mapa Distrito Metropolitano – Sector Norte.....	79
Figura 21 Mapa de microlocalización del proyecto.....	82
Figura 22 Plano de la planta.....	85



---

Figura 23 Flujograma del proceso productivo .....	86
Figura 24 Punto de equilibrio.....	113



## Introducción

El presente proyecto está enfocado en contribuir con la Matriz Productiva, en producir y distribuir habas de colores como: rojas, verdes y amarillas estos como colores principales, con el objetivo de revestir el requerimiento en el Sector de Cotacollao, se analizará la factibilidad mediante estudio de mercado, metodología de la investigación, plan de marketing, marco legal, la localización, estudio administrativo, procesos de producción, evaluación económica. Actualmente el Ecuador se destaca por su variedad de alimentos novedosos, dando a conocer productos nacionales de calidad, que cumpla con estatutos de higiene y salubridad. A manera de innovación con el producto de varios colores ya que en el medio en que vivimos actualmente el consumidor busca satisfacer sus necesidades de comer productos nuevos en el mercado, siendo el valor agregado de esta manera se fomentará el turismo en el Sector Norte de la Ciudad de Quito





## CAPÍTULO I

### 1.01 Justificación

La importancia de la implementación del proyecto es obtener una rentabilidad para así lograr generar una sostenibilidad dentro de la micro empresa ya que se utilizará la materia prima que se produce en el país y de esta manera se aprovecha los recursos naturales que existe en el Ecuador.

El proyecto busca rescatar las costumbres antiguas de los ancestros a consumir alimentos saludables y llenos de nutrientes, la finalidad de elaborar este producto de habas con colores orgánicos, además contribuirá con los productores directos de la materia prima de la misma que generara fuentes de trabajo al ofrecer un alimento con estándares de calidad, al elaborar este producto novedosos ayudara al crecimiento de la matriz productiva y a la misma comunidad.

La elaboración de las habas que se van a ofertar tendrán variedad de colores, los beneficio que se espera con este proyecto es introducir el producto a nivel local y nacional.

## 1.02 Antecedente

Indica (frutas-hortalizas, 1999); “El origen del haba se cree que está localizado en el Antiguo Mundo. En España llegó a ser la leguminosa de mayor producción en 1981, dicha producción abarca tanto la producción de haba tierna como la de seca.”

El mismo autor sigue mencionando:

Es una hortaliza muy antigua y fácil de cultivar. Su origen podría centrarse en el antiguo mundo, hace miles de años ya se recolectaba en Afganistán, Asia occidental y las cercanías del Himalaya. Durante la Edad Media, en España, era la legumbre más consumida. En el año 1981 era la leguminosa de mayor producción en España, considerando que la producción de haba engloba tanto la de haba seca como la de tierna.

En España, Granada, Córdoba y Sevilla son las provincias con una mayor producción de haba. También se cultiva, pero en menor abundancia, en Baleares, Cataluña, Navarra, Huelva, Badajoz, Alicante y Valencia. La producción de haba fresca en el año 2000 alcanzó, en todo el mundo, las 883.376.000 de toneladas, la producción mundial considerando cada continente fue

### Características de las habas



Menciona (uc.cl, 1992):

Haba ( $2n = 12$  cromosomas) es una especie anual. El sistema radical presenta una raíz primaria pivotante, muy desarrollada y bastante profundizadora, pues puede alcanzar hasta 1,5 m, y numerosas raíces secundarias y terciarias con nódulos que fijan entre 50 a 100 u de nitrógeno por hectárea, que son aprovechadas en un 80% por la misma planta.



El mismo autor sigue mencionando:

El sistema caulinar presenta un tallo principal alto, de hasta 1,5 m, erecto, hueco, grueso, vigoroso y firme, y ramificaciones o tallos secundarios, más delgados, ligeramente atrasadas en el desarrollo con respecto al eje central y cuya formación se inicia temprano en el desarrollo a partir de los nudos inferiores. La germinación de haba es hipogea y lo primero en emerger corresponde a una plúmula muy vigorosa, desarrollándose después las hojas, las que son compuestas, paripinnadas bifoliadas (las superiores de seis folíolos), alternas, glabras, gruesas, cerosas, y terminan en una arista o prolongación puntiaguda del raquis. Los folíolos son enteros, elípticos u ovals, mucronados, grandes (5 a 8 cm de longitud) y frecuentemente alternos. En la base del pecíolo presenta estípulas pequeñas, no foliáceas.

La diferenciación de flores es, en promedio, a partir del octavo nudo y continúa en progresión acropétala. Las flores se presentan en racimos axilares, en grupos de 3 a 6, y son de pétalos blancos con manchas púrpuras en las alas, grandes (2,5 a 4 cm) y fragantes. La biología floral se presenta como un sistema de hibridación intermedio o de autopolinización parcial, donde la fertilización cruzada natural varía entre 3 y 50%, dependiendo del cultivar, el clima y la actividad de insectos, principalmente himenópteros. El polen liberado llega a fecundar 1 a 9 óvulos dispuestos a lo largo de la sutura ventral o placentar del ovario, que corresponde a la zona de soldadura de la hoja carpelar. En la especie existe casi un 90% de aborto floral; en las flores que cuajan, la vaina y los granos se desarrollan simultáneamente. La vaina formada es de color verde, grande, erguido o péndulo, ceroso, con un mesocarpio esponjoso que al madurar envuelve a las semillas, y es indehiscente. Las semillas son generalmente entre 3 a 6 por vaina, se disponen en forma alterna a lo largo de la sutura ventral, están adheridas a las valvas a través del funículo, el que al desprenderse deja en ellas una cicatriz alargada o hilum, y secas son de color castaño, rojizo, violáceo o casi negro.

Composición nutritiva del haba

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**



Tabla 1 Composición nutriente del haba

<b>Componente</b>	<b>Haba cocida Contenido</b>
<b>Agua</b>	77,40%
<b>Carbohidrato</b>	14,30 g
<b>Proteínas</b>	6,90 g
<b>Lípidos</b>	0,50 g
<b>Calcio</b>	35 mg
<b>Fósforo</b>	85,00 mg
<b>Hierro</b>	3,20 mg
<b>Potasio</b>	- mg
<b>Sodio</b>	-mg
<b>Vitamina A(valor)</b>	- UI
<b>Tiamina</b>	0,17 mg
<b>Riboflavina</b>	0,02 mg
<b>Niacina</b>	1,30 mg
<b>Ácido ascórbico</b>	6,40 mg
<b>Valor energético</b>	72,00 cal

Fuente: Schmidt-Hebbei

Elaborado: Priscila Velastegui

Alude (lahora, 2016)

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**



El haba es un cultivo que se encuentra principalmente en la Sierra por las condiciones que requiere para su desarrollo, por ejemplo alturas de entre 2.800 y 3.400 metros sobre el nivel del mar. Aunque la siembra se puede hacer en alturas menores, es preferible no hacerlo pues conlleva la posibilidad del apareamiento de enfermedades y plagas.

El mismo autor sigue mencionando

El clima ideal para el haba está entre los 8°C y 14°C, con precipitaciones de entre 700 y 1.000 mm de lluvia, bien repartidas durante el ciclo de cultivo que es de aproximadamente 180 días si se cosecha en vaina y de 220 días cuando se cosecha el grano seco. La época de siembra debe ser cuando se presentan las primeras lluvias en el callejón interandino, entre el 15 de septiembre y el 15 de noviembre, de acuerdo a la Guía para el cultivo de haba del Iniap. Si bien se puede sembrar en cualquier época del año, es bueno tomar en cuenta los meses recomendados por los riesgos climáticos.

## CAPÍTULO II

### 2. ANÁLISIS SITUACIONAL

Alude (Ramírez Kuri & Aguilar, 2006, pág. 181):

Un modo distinto de articular la etnografía, la hermenéutica, el espacio y el tiempo es a nuestro juicio, el análisis situacional. Queremos insistir en la utilización de este método para acercarnos de una forma clara a la dicotomía entre lo universal y lo particular, lo global y lo local, la estructura y los procesos.

#### 2.01 Ambiente externo

Menciona (Stephen & Mary, 2005, pág. 64); “el termino ambiente externo se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueden influir en su desempeño”

##### 2.01.01 Factor Económico

Afirma (Bach, 2014, pág. 28); “Claramente influyentes en la actividad (Robbins, 2005) de la empresa, factores como los tipos de interés, el crecimiento o decrecimiento de la demanda interna o externa, son decisivos en la evolución de la empresa”



### 2.01.01.01 Inflación

Expresa ( Barkin & Esteva, 1979, pág. 14); “Explican la inflación como un fenómeno monetario que se desarrolla casi exclusivamente en el ámbito de la circulación del dinero y de las mercancías”

Tabla 2 Inflación

AÑO	PORCENTAJE
Mayo 2013	2,70%
Mayo 2014	3,67%
Mayo 2015	3,38%
Mayo 2016	1,12%
Mayo 2017	1,10%

Fuente: BCE

Elaborado: Priscila Velastegui

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMENRCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

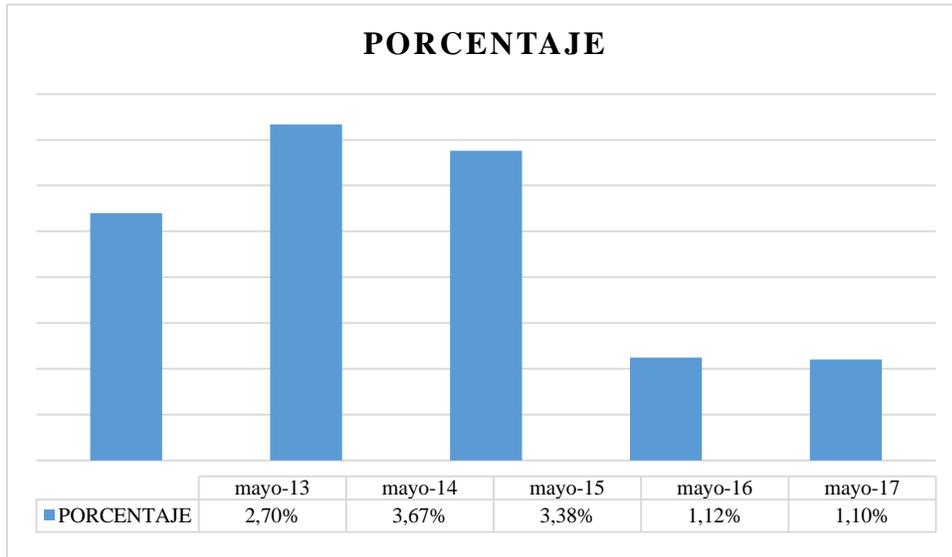


Figura 1 Inflación

Fuente: BCE

Elaborado: Priscila Velastegui

#### Análisis:

Como se puede apreciar en la tabla de inflación se ha tenido una variación constante en el porcentaje en los años 2013 hasta el 2015 que es un promedio de 3%, mientras que en el año 2016 y 2017 es de 1% lo cual demuestra que está bajando al inflación y eso se debe a que hay un mejor poder adquisitivo en el país, pero la realidad es que a pesar de estar bajo la inflación los costos de la canasta básica son altos y eso se debe a que no hubo un ingreso en los dos últimos años por motivos de restricciones y salvaguardias.



### 2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)

Afirma: (Valdez, 2006, pág. 20):

Es un concepto o variable macroeconómica con la mayor cantidad de síntesis para explicar el estado de situación de una economía para un determinado momento y, su disponibilidad para una serie de periodos sucesivos, en valores nominales y reales, permite hacer un seguimiento del comportamiento de la economía en el tiempo y de esta manera evaluar las decisiones u opciones de políticas económicas adoptadas, para continuarlas, reforzarlas o corregirlas.

Tabla 3 PIB General

AÑO	PORCENTAJE
MARZO 2015	0,5%
MARZO 2016	1,5%
MARZO 2017	1,4%

Fuente: BCE

Elaborado: Priscila Velastegui

Tabla 4 PIB Sectorial

ACTIVIDAD DEL PIB	(t-4) 2015	(t-4) 2016	(t-1) 2017
Agricultura	-0,02%	0,18%	-0,05%
Acuicultura y pesca de camarón	0,00%	0,08%	1,8%
Pesca (excepto camarón)	0,03%	-0,07%	1,1%
Petróleo y minas	0,03%	-0,23%	0,4%
Manufactura (excepto refinación de petróleo)	0,09%	0,14%	0,3%
Suministro de electricidad y agua	0,05%	0,11%	4,0%
Construcción	0,27%	-0,19%	-2,2%
Comercio	0,22%	-0,38%	1,2%
Alojamiento y servicios de comida	-0,02%	0,18%	0,1%
Transporte	0,04%	0,07%	1,5%
Correo y Comunicaciones	0,01%	-0,13%	0,6%
Actividades de servicios financieros	0,01%	-0,07%	3,0%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	0,22%	0,29%	-0,04%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	0,09%	-0,10%	0,2%
Administración pública y defensa	0,16%	-0,16%	-2,2%
Servicio doméstico	0,01%	0,00%	-2,0%
Otros Servicios	0,03%	0,00%	0,2%

Fuente: BCE

Elaborado: Priscila Velastegui

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**



## Análisis:

Según la tabla del PIB por sectores en alimentos y servicios de comida demuestra que en el año 2015 se tiene un -0.02% de cierre lo que significa que no hubo un buen movimiento económico por varios motivos costo de petróleo, las restricciones de importaciones, mientras que en el año 2016 subió un al 0.18% esto suceda ya que se empieza a retomar nuevas medidas económicas para el país.

### 2.10.01.03 Balanza Comercial

Admite (Berghe, 2010, pág. 6) Dice que; “La balanza comercial es la relación existente entre las importaciones y las exportaciones de un país, en un periodo dado, con el resto del mundo.

Tabla 5 Balanza Comercial

**BALANZA COMERCIAL (1)**  
Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

	Ene - Mar 2014		Ene - Mar 2015		Ene - Mar 2016		Ene - Mar 2017		Variación 2017 - 2016	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	Absoluta	Relativa
<b>Exportaciones totales</b>	<b>7,475.6</b>	<b>6,654.9</b>	<b>8,260.9</b>	<b>4,870.4</b>	<b>7,697.1</b>	<b>3,627.2</b>	<b>7,996.3</b>	<b>4,721.1</b>	<b>1,093.9</b>	<b>30.2%</b>
<i>Petroleras</i>	5,197.9	3,547.4	5,818.5	1,747.9	5,292.5	896.2	5,336.4	1,666.7	770.5	86.0%
<i>No petroleras</i>	2,277.7	3,107.4	2,442.4	3,122.5	2,404.6	2,731.0	2,659.9	3,054.4	323.4	11.8%
<b>Importaciones totales</b>	<b>4,038.5</b>	<b>6,158.6</b>	<b>3,935.2</b>	<b>5,787.7</b>	<b>3,413.4</b>	<b>3,690.5</b>	<b>3,827.7</b>	<b>4,247.9</b>	<b>557.4</b>	<b>15.1%</b>
<i>Bienes de consumo</i>	244.9	1,049.5	240.6	1,156.2	174.4	761.3	199.0	837.6	76.3	10.0%
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	1.1	53.4	0.6	27.5	0.7	28.3	0.9	35.6	7.4	26.0%
<i>Materias primas</i>	1,979.5	1,792.7	1,872.9	1,872.3	1,643.1	1,364.4	2,090.3	1,594.9	230.4	16.9%
<i>Bienes de capital</i>	137.8	1,590.0	156.7	1,610.6	94.4	973.7	96.6	1,007.6	33.8	3.5%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	1,673.7	1,662.1	1,663.1	1,110.5	1,499.3	552.7	1,439.3	757.7	205.0	37.1%
<i>Diversas</i>	1.5	10.9	1.3	10.6	1.6	10.0	1.7	12.3	2.3	22.7%
<i>Ajustes (3)</i>		0		0		0		2.17	-	0.0%
<b>Balanza Comercial - Total</b>		<b>496.2</b>		<b>-917.36</b>		<b>-63.33</b>		<b>473.23</b>		<b>847.3%</b>
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		<b>1,927.2</b>		<b>653.48</b>		<b>348.79</b>		<b>905.63</b>		<b>159.6%</b>
<i>Exportaciones petroleras</i>		3,547.4		1,747.9		896.2		1,666.7		86.0%
<i>Importaciones petroleras</i>		1,620.2		1,094.4		547.4		761.1		39.0%
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		<b>-1,431.0</b>		<b>-1,570.8</b>		<b>-412.1</b>		<b>-432.4</b>		<b>-4.9%</b>
<i>Exportaciones no petroleras</i>		3,107.4		3,122.5		2,731.0		3,054.4		11.8%
<i>Importaciones no petroleras</i>		4,538.4		4,693.3		3,143.1		3,486.8		10.9%

Elaborado: Priscila Velastegui

Fuente: BCE

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

BALANZA COMERCIAL (\*)

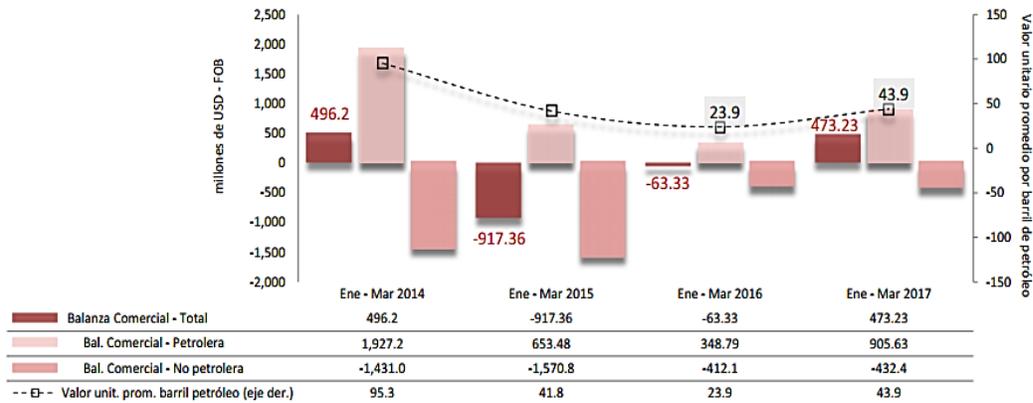


Figura 2 Balanza Comercial  
Fuente: BCE  
Elaborado: Priscila Velastegui

**Análisis:**

En la balanza comercial para el primer trimestre de 2016, obtuvo un indicador en negativo, es decir un déficit de USD -63.33 millones, puesto que en esta variación se obtuvo una pérdida debido a las restricciones de las importaciones y el bajo costo del petróleo, mientras que en el primer trimestre del 2017 se empieza a recupera ya que el gobierno retiró las salvaguardias y permitió que se empiece a importar y además también bajo el 2% del IVA esto permite que el riesgo de inversión en el país sea menor por lo tanto es conveniente el mejoramiento del país.

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**



#### 2.01.01.04 Riesgo País

Según (Blanco, 2015, pág. 241):

El riesgo país puede definirse (en un *sentido amplio*) haciendo referencia al riesgo que aparece cuando se opera en 0 con un determinado país, incluso exportando y/o importando. Se refiere a posibles consecuencias negativas, sobre el valor de los activos situados en ese país o los derechos sobre residentes en el mismo, resultante de alteraciones en las estructuras políticas, económicas y sociales del país en cuestión.

Tabla 6 Riesgo País

<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>VARIACIÓN</b>
<b>Mayo 2013</b>	626	-0,32%
<b>Mayo 2014</b>	372	-0,27%
<b>Mayo 2015</b>	735	-0,41%
<b>Mayo 2016</b>	855	-0,70%
<b>Mayo 2017</b>	694	2,81%

Fuente: INEC

Elaborado: Priscila Velastegui

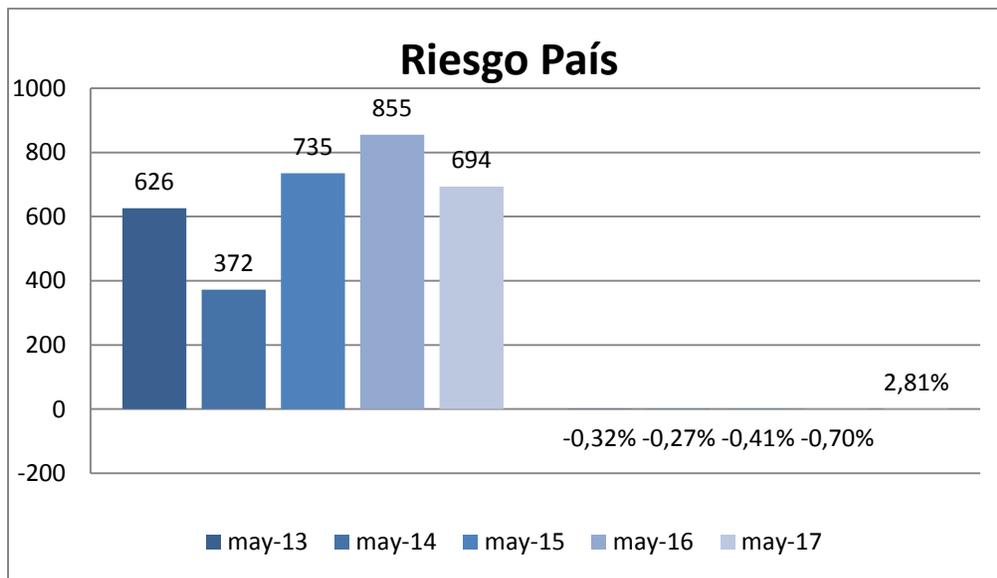


Figura 3 Riesgo País

Fuente: INEC

Elaborado: Priscila Velastegui

### Análisis:

El riesgo país en Ecuador en el año 2013 se ubicó en un 626 puntos, la cual va subiendo el riesgo de invertir en el país no obstante nadie se imaginaria que en el año 2014, bajo el riesgo país debido a que el precio de petróleo estaba alto y la estabilidad económica del país estaba en su mejor momento, mientras que en los 2015 y 2016, tuvo una alza un promedio de 800 puntos esto sucede por la restricciones de las importaciones salvaguardias y el alza del IVA motivo del desastre que hubo en abril 2016 y la baja muy considerable del precio del barril del petróleo en el país.

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMENRCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**



### 2.01.01.05 Tasa de Interés

Menciona (Delgado & Martillo, 2007, pág. 30): “Consiste en el precio que se recompensa por el uso del dinero ajeno, o ganancia que se obtiene al prestar o realizar un depósito de dinero”

#### 2.01.01.05.01 Tasa de Interés Activa

Alude (Bello R, 2007, pág. 257):

La tasa de interés activa es aquella que los bancos cobran por los créditos que conceden a sus clientes; y los intereses que ella genera constituyen el principal renglón de ingresos para dichas instituciones. En el sentido de lo señalado, la tasa de interés activa representa el precio que los bancos cobran por los créditos que conceden a sus clientes. La tasa de interés activa siempre será más alta que la tasa de interés pasiva, a objeto de que exista un margen bruto o spread a favor de la institución bancaria.

Tasas de Interés			
mayo - 2017			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	7.61	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.76	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.49	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	8.81	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.37	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.43	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.42	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.80	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.58	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.50	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.61	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.92	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.02	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.42	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.22	Inversión Pública	9.33

Figura 4 Tasa de Interés Activa

Fuente: BCE

Elaborado: Priscila Velastegui

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

## Análisis:

En la tabla de interés activo muestra que para un promedio en relación con otras entidades financieras que el porcentaje es bajo y esto permite que se pueda adquirir un préstamo para el proyecto ya que se toma referencia de las pymes.

### 2.01.01.05.02 Tasa Pasiva

Indica (Churion, 2001, pág. 209) indica que: “Es el costo que pagan los bancos por cuentas de ahorros o depósitos a plazo”

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.82	Depósitos de Ahorro	1.16
Depósitos monetarios	0.65	Depósitos de Tarjetahabientes	1.25
Operaciones de Reporto	0.10		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.42	Plazo 121-180	4.79
Plazo 61-90	3.97	Plazo 181-360	5.60
Plazo 91-120	4.84	Plazo 361 y más	7.21
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 133-2015-M)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	4.82	Tasa Legal	7.37
Tasa Activa Referencial	7.37	Tasa Máxima Convencional	9.33

Figura 5 Tasa de Interés Pasiva

Fuente: BCE

Elaborado: Priscila Velastegui



### **Análisis:**

Mientras que en la tabla pasiva para el proyecto es oportunidad media ya que a corto plazo se debe poner el dinero a ganar intereses debido a que la microempresa debe tener en un periodo de tiempo para hacer mejoras y poder dar un mejor servicio y producto al cliente final.

#### **2.01.02 Factor social**

Expresa (Hurtado Larrea, 1996, pág. 24); "El nuevo paradigma asumió que, una vez logrado el crecimiento por medio de mercados trabajando eficientemente gracias a economías estabilizadas, se alcanzarían automáticamente los objetivos de generación de empleo, disminución de la inequidad y reducción de la pobreza."

##### **2.01.02.01 Tasa de Crecimiento Poblacional**

Según (Ayala Mora, 2008, p. 63)

El crecimiento de la población puede ser elevada y por ello, como hemos visto aquellos países que recibieron inmigrantes tuvieron crecimientos demográficos más rápidos. Asimismo, la selectividad de la inmigración en cuanto a grupos de edad hizo que su contribución al crecimiento de la población activa (15 -64) fuese mayor que su contribución al crecimiento de la población total.

Tabla 7 Tasa de Crecimiento

Parroquia	2010	t/c	2015	t/c	2020	t/c	2021	2022
Cotacollao	31,133	-1.0	28,188	-2.0	24,287	-2.9	23.583	22.899

Fuente: *sthv.quito.gob.ec*

Elaborado: Priscila Velastegui

## Análisis

La tasa de crecimiento para el proyecto es una oportunidad a pesar de que hay una tasa de crecimiento negativo pero es mínimo para la adquisición del producto.

### 2.10.02.02 Tasa de Desempleo

Argumenta (Fernandez, 2005, pág. 26):

Aquella situación en la que una persona con aptitud y disposición para trabajar no es capaz de encontrar una ocupación profesional retribuida a pleno rendimiento, sea porque no encuentra ningún trabajo, sea porque sólo encuentra uno por jornada inferior a la que desea (y puede) llevar a cabo.



Tabla 8 Tasa de Desempleo Quito

Años	Tasa Desempleo de Quito
Marzo 2013	4,11%
Marzo 2014	4,30%
Marzo 2015	4,39%
Marzo 2016	7,82%
Marzo 2017	9,11%

*Fuente: BCE*

*Elaborado: Priscila Velastegui*

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMENRCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

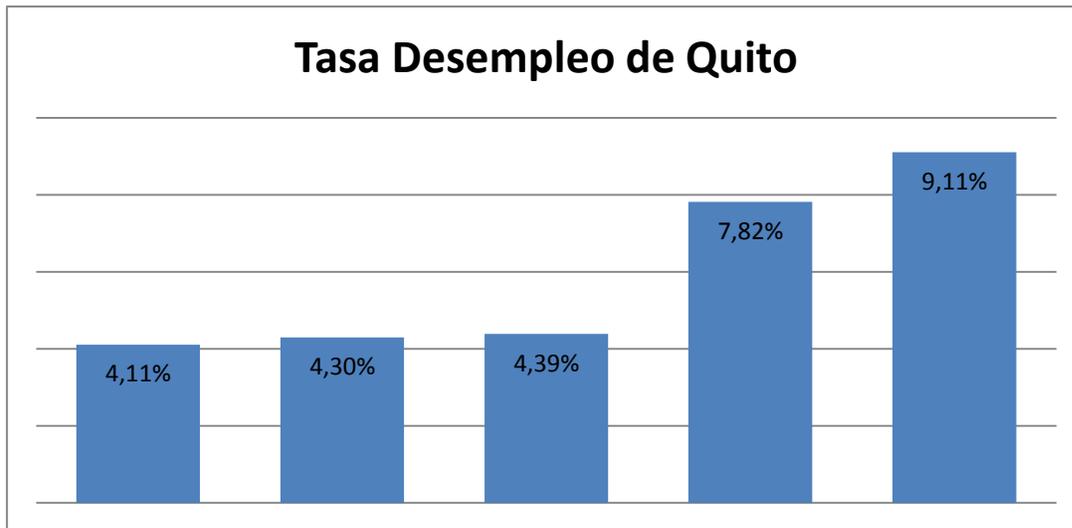


Figura 6 Tasa de Desempleo Quito

Fuente: BCE

Elaborado: Priscila Velastegui

#### Análisis:

La tasa de desempleo desde el 2013 hasta 2015 se ha mantenido en un 4% esto se debe a muchos factores económicos del país, mientras que para el año 2016 y 2017 el desempleo subió considerablemente por el motivo de la baja de petróleo y el desastre natural de abril de 2016, las restricciones, salvaguardias y el aumento del 2% del IVA, por ese motivo muchas empresas se vieron obligados a disminuir personal y hasta el cierre de empresas.



### 2.01.02.03 Población Económicamente Activa (PEA)

Declara (Sanchez, 2005, pág. 37): “La población económicamente activa comprende a las personas de 12 años y más de edad, que producen bienes y servicios”.

Tabla 9 PEA

EDAD	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
5 - 15 años	3.242	3.274	3.307	3.340	3.373	3.407	3.338	3.272
12 -18 años	3.336	3.369	3.403	3.437	3.471	3.506	3.436	3.207
19 - 35años	9.745	9.843	9.942	10.045	10.146	10.248	10.043	9.842
36 - 64años	10.400	10.505	10.611	10.718	10.826	10.935	10.716	10.502
65 y mas	2.721	2.748	2.775	2.803	2.831	2.859	2.802	2.746
<b>Total</b>	<b>29.444</b>	<b>29.739</b>	<b>30.038</b>	<b>30.343</b>	<b>30.647</b>	<b>30.955</b>	<b>30.335</b>	<b>29.569</b>

Fuente: *sthv.quito.gob.ec*

Elaborado: *Priscila Velastegui*

#### Análisis:

La pea en el sector ha ido disminuyendo ya que la tasa de crecimiento según las proyecciones del Inec, pero esto no afecta al proyecto por ya que es una disminución mínima de la pea.

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

### 2.01.03 Factor legal

Explica (Vilacorte , 2010, pág. 33); “la variabilidad de la vida política y legal que rigen la región o país donde la empresa desarrolla sus actividades.”

Requisitos para formar una empresa como persona natural:

Ruc.

- ✓ Cédula.
- ✓ Papeleta de votación.
- ✓ Planilla de servicios básicos.

Patente municipal.

- ✓ Copia de cedula.
- ✓ Copia de papeleta de votación.
- ✓ Copia del Ruc.

Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas.

- ✓ Formulario único de solicitud de licencia metropolitana para el ejercicio de actividades económicas.
- ✓ Copia del Ruc.
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación actualizados.

Permiso de bomberos.

- ✓ Solicitud de inspección del local.
- ✓ Informe favorable de la inspección.
- ✓ Copia del Ruc.



- ✓ Copia de la calificación artesanal.

#### Clave patronal

- ✓ Solicitud de entrega de clave (el formulario que llenaste en la web del IESS).
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copias a color de las cédulas de identidad del representante legal de la empresa y de su delegado, en el caso de que el primero no pueda presentarse a retirar la clave.
- ✓ Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones, tanto del representante legal como de su delegado.
- ✓ Copia de pago de una planilla de servicios básicos (luz, agua o teléfono)
- ✓ Original de la cédula de identidad

#### Legalización de contrato de trabajo.

- ✓ Contrato remitido vía sistema aprobado por el Inspector de Trabajo.
- ✓ Copia de cédula del trabajador.
- ✓ Contrato en documento físico.

### Permiso Sanitario

- ✓ Copia de cedula de identidad.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de la papeleta de votación.
- ✓ Copia de la patente municipal.
- ✓ Exámenes médicos, odontológicos y de laboratorio de los empleados.
- ✓ Permiso Ambiental
- ✓ Certificado de Intersección con el SNAP, BP y PFE.
- ✓ Solicitud de la aprobación de los TdR.
- ✓ Solicitud de la aprobación del EIA y PMA.
- ✓ Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto

#### 2.01.04 Factor tecnológico

Dice que (Martínez & Milla Artemio, 2012, pág. 35): “Los factores tecnológicos generan nuevos productos y servicios y mejoran la forma en la que se produce y se entregan al usuario final. Las innovaciones pueden crear nuevos sectores y alterar los límites en os sectores existentes.”



### **Análisis:**

La tecnología para el proyecto es una oportunidad ya que en la actualidad existen equipamientos que reducen tiempos muertos para su respectiva elaboración del producto, ya que se contara con herramienta industriales domésticas, también se utilizará material informático para darse a conocer la microempresa.

## **2.02 Entorno local**

Estipula (Peña Legazkue, 2013, pág. 73):

Manifiesta Peña, La escalabilidad de los nuevos negocios no solo depende de los emprendedores o de las características de la organización recién creada, sino también de las condiciones del entorno. Si el contexto local es propicio para propagar la creatividad, impulsar la innovación, inyectar financiación, la escalabilidad de las empresas creadas por los emprendedores puede ser más rápida y potente.

### **2.02.01 Cliente**

Establece (Iglesia Tovar, Talón, & García-Viana, 2007, pág. 160):

El cliente es un elemento más importante a la hora de organizar y gestionar nuestros recursos de cara a prestar un buen servicio, ya que sin él nada de lo anterior tendría ningún sentido. De hecho, si hablamos de servicio, todos los elementos sistema giran en torno al cliente y todo debe estar diseñado para prestarle el servicio, pero para ello es imprescindible su participación:”

### 2.02.01.01 Cliente Interno

Los clientes internos son los colaboradores que tiene la empresa para poder realizar los procesos productivos y administrativos y con ellos se lograra tener los objetivos planteados dentro de la microempresa.

### 2.02.01.02 Clientes Externos

Los clientes externos serán los targe del sector que van a consumir el producto ofertado y con ellos la empresa se dará a conocer dentro del mercado competitivo.

### 2.02.02 Proveedores

Según (Céspedes Sáenz, 2010, pág. 478): “Firmas y personas que proporcionan los recursos que la compañía y sus competidores necesitan para producir bienes y servicios.”

Tabla 10 Proveedores

Proveedores	Ubicación	Producto
<b>Mercado mayorista</b>	Sur de Quito	Habas y vegetales
<b>Santa Clara</b>	Ulloa	Habas y vegetales, sal
<b>Mercado de Ñaquito</b>	10 de Agosto	Vegetales

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Priscila Velastegui*



Análisis:

Los proveedores con quien contara la microempresa serán empresas naturales y jurídicas que brindaran una materia prima de calidad para la elaboración del producto ofertado, también con los proveedores se tendrá poder de negociación como formas de pago a plazos cortos se tomara encuentra los descuentos y promociones que den los mismo.

**2.02.03 Competencia**

Indica (Kotler & Armstrong, 2011, pág. 71) : “El concepto de marketing dice que para tener éxito, una empresa debe proporcionar mayor valor y satisfacción a sus clientes que sus competidores”.

Tabla 11 Competidores Directos

<b>Establecimiento</b>	<b>Producto</b>
Supermercados	Habas de sal y dulce
Bodegas	Habas de sal y dulce
Mercados	Habas de sal y dulce

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Priscila Velastegui*

Tabla 12 Competidores Indirectos

<b>Establecimiento</b>	<b>Producto</b>
Vendedores ambulantes	Habas de sal y dulce
Empresas empíricas	Habas de sal y dulce

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado: Priscila Velastegui*

### **Análisis:**

Los competidores son una amenaza para el proyecto ya que se encuentran posicionados en el mercado y reconocido por los consumidores por lo tanto la microempresa debe tomar en cuenta el precio y la materia prima para poner el costo definitivo y accesible para el cliente.

## **2.03 ANÁLISIS INTERNO**

Alude (Graell & Bertran Codina, 2010, pág. 202):

Consiste en valorar todos los aspectos del funcionamiento interno de la empresa que puede ayudar a determinar los objetivos del diagnóstico, esto es la determinación de las causas de la situación actual de la empresa, y los estados del dicho estado actual.

### **2.03.01. Propuesta Estratégica**

Explica (Reyes, 2012, pág. 12):

La planeación estratégica es un instrumento que puede emplearse para adecuar las respuestas de la empresa ante su medio ambiente, ya que la esencia de este tipo de

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**



planeación consiste en relacionar y ubicar a una organización con su entorno, identificando las oportunidades y amenazas que pueden surgir en el futuro y contraponiéndolas con las fortalezas y debilidades de la empresa, con el fin de contar con una base importante para tomar decisiones.

### **2.03.01.01 Misión**

Dice (Lacalle, Caldas, & Carrion, 2012, pág. 19):

Es la razón de existir de una empresa. Representa su identidad y personalidad en el momento presente. La misión de la empresa debe ser conocida por todos los integrantes de la organización ya que representa la filosofía de la misma y se mantiene en el tiempo a pesar de los pequeños cambios que puede sufrir fruto de la dinámica empresarial.

JP HABITAS es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de habitas con colores orgánicos basada en ofrecer y satisfacer las necesidades de los clientes en el sector alimenticio, brindando así un servicio de calidad y un producto de primera con honradez y responsabilidad.

### **2.03.01.02 Visión**

Comenta (Martinez & Milla, 2012, pág. 21):

El punto de comienzo para articular la jerarquía de metas de una empresa o es la visión de una compañía, que podemos definir como la declaración que determina donde queremos llegar en el futuro. Una visión puede o no puede tener éxito, depende de si el resto sucede según la estrategia de la empresa.

JP HABITAS, busca ser líder para el año 2022, brindando un producto con normas de calidad y lograr posesionarse en el mercado y ser la mejor empresa a nivel nacional cumpliendo con honestidad y responsabilidad el producto ofertado.

### **2.03.01.03 Objetivo**

#### **2.03.01.03.01 Objetivo General**

Lograr posesionarse en el mercado competitivo elaborando un producto de calidad para mejorar los hábitos alimenticios de los consumidores y así entregar un producto sano y nutritivo.

#### **2.03.01.03.02 Objetivo Especifico**

- ✓ Analizar la situación actual del país
- ✓ Determinar la aceptación del proyecto
- ✓ Establecer estrategias de publicidad para darse a conocer
- ✓ Establecer convenios con los agricultores directamente

#### **2.03.01.04 Principios y Valores**

##### **PRINCIPIOS:**

**Equidad:** No habrá distinción con el personal que elabora con la empresa ya que todos son iguales.

**Calidad:** Servicios y productos elaborados con calidad para brindar al cliente final.

**Servicio:** Ofrecer un servicio personalizado siendo responsables eficiente con la entrega del producto.

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**



**Trabajo en equipo:** Impulsar el trabajo en equipo para obtener un grupo de colaboradores y obtener de esta manera un buen ambiente laboral.

**Lealtad:** Ser fiel y ponerse la camiseta de la empresa.

### **VALORES:**

**Amabilidad:** Ser amable entre compañeros y clientas para así dar una buena imagen de la empresa.”

**Respeto:** Tener un respeto entre compañeros y aceptar ideas que comparten cada uno de ellos.

**Responsabilidad:** Cumplir con las tareas encomendadas a cabalidad para tener mejores resultados con cada uno de los departamentos de la empresa.

**Honradez:** Contar con un personal recto en cada de las tareas encomendada por sus superiores.

### **2.03.02 Gestión administrativa**

Menciona (Díaz Panigua & Leon Sanchez, 2014, pág. 56):

La gestión administrativa consiste en obtener, del exterior de la empresa, aquellos bienes y servicios imprescindibles para su actividad. Como gestión administrativa es la que contribuya a optimizar la rentabilidad final de la empresa para ello, tendrá que conocer las posibilidades financieras. Que garanticen el abastecimiento de las cantidades solicitadas en los plazos establecidos, en los niveles de calidad necesarios y al menor precio que permita el mercado

### 2.03.02.01 Planificación

Indica (Muñiz, 2009, pág. 27) :

La planificación estratégica es el conjunto de elementos que permiten alcanzar los objetivos previstos, este documento, llamado también estrategia, debería incluir objetivos, normas, medidas de actuación, planes de acción, indicadores y responsables. La planificación es una forma de actuar a partir del estudio de las diferencias opciones previamente analizada y valoradas.

### 2.03.02.02 Organización

Afirma (Muñoz & Nevado, 2007, pág. 20); “Conjunto de proposiciones teóricas que estudian la naturaleza, estructura y funcionamiento de la organización (sistemas y grupos humanos) y que intentan precisar las series de principios, rutinas, reglas y métodos por los que se desarrollan.”

### 2.03.02.02.01 Organigrama

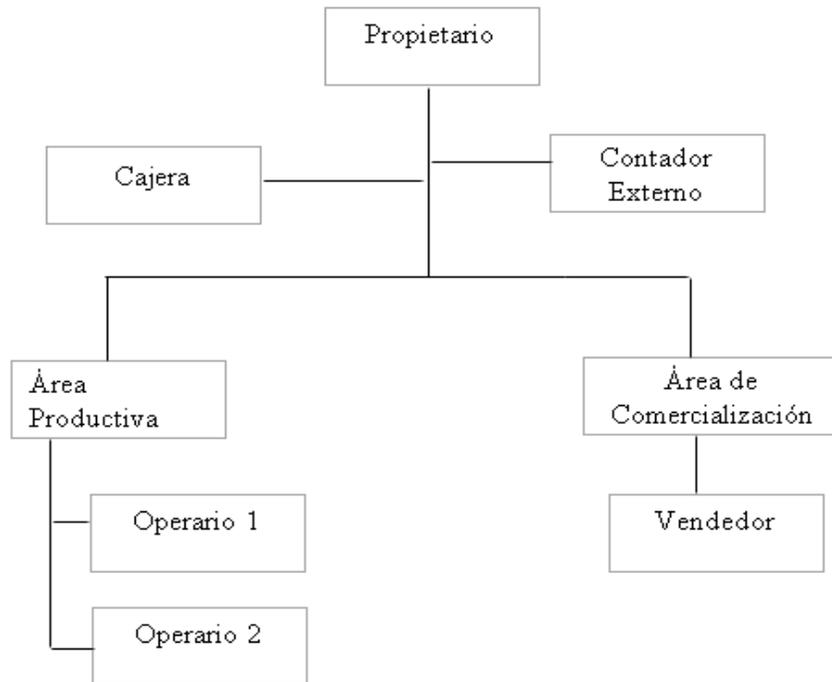


Figura 7 Organigrama

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Priscila Velastegui

### 2.03.02.02.02 Perfil Cargo y Funciones

Tabla 13 Perfil cargo y funciones

Descripción del cargo	
Es el representante legal de la empresa, determina políticas internas, y administrativas	
Cargo: Propietario	Propietario
Nivel de Educación	Graduado en Tecnólogo en Administración Industrial y de la Producción
Experiencia	1 años de Experiencia
Número de personas	5
FUNCIONES	
<p>Función Principal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar, Planificar, Dirigir y Controlar todas las funciones de la empresa, organizando constantemente estrategias para surgir con la empresa.</li> <li>• Gestionar todos los procesos legales para la constitución del personal.</li> <li>• Contratar al personal según la necesidad que vaya creciendo de la empresa</li> <li>• Aprobar la adquisición y contratación de los bienes y servicios necesarios para la ejecución de las actividades de la empresa.</li> </ul>	

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado: Priscila Velastegui*

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**



Tabla 14 perfil de cargo de funciones

Descripción del cargo	
La persona que se encarga de recibir a los clientes e informarles, además de llevar un registro de ventas y compras del producto	
Cargo: Recepcionista - Cajera	Cajera
Nivel de Educación	Graduado de bachiller y univversitaria
Experiencia	2 años de Experiencia
FUNCIONES	
<p>Función Principal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar el control del efectivo</li> <li>• Cuadre de caja al cierre del día.</li> <li>• Recibe pedidos de los proveedores</li> <li>• Realizar pedidos de materia prima</li> <li>• Facturación</li> </ul>	

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado: Priscila Velastegui*

Tabla 15 Perfil cargo de funciones

Descripción del cargo	
Se encarga del manejo de las cuentas contables junto con los pagos que tiene que cancelar de la empresa	
Cargo: Contador Externo	Contador
Nivel de Educación	Graduado de Contador y Auditoría
Experiencia	2 años de Experiencia
FUNCIONES	
<p>Función Principal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar un control de todos los movimientos financieros de la presa</li> <li>• Realizar declaraciones de impuestos.</li> <li>• Realizar roles de pagos</li> <li>• Determinar balances de cierre de año</li> </ul>	

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado: Priscila Velastegui*



Tabla 16 Perfil cargos de funciones

Descripción del cargo	
Es la persona encargada de ejecutar el proceso de producción, con los tiempos y pasos establecidos	
Cargo: Operador	Operario
Nivel de Educación	Graduado de bachiller
Experiencia	1 años de Experiencia
FUNCIONES	
<p>Función Principal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la elaboración de los procesos del producto</li> <li>• Llevar un control del proceso de elaboración del producto</li> <li>• Realizar el pedido de materia prima.</li> <li>• Lleva el control del aseo del área de producción</li> </ul>	

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado: Priscila Velastegui*

Tabla 17 Perfil cargo de funciones

Descripción del cargo	
La persona encargada de que los clientes adquieran el producto e introducirlo en el mercado	
Cargo: Vendedor	Ventas
Nivel de Educación	Graduado en Tecnólogo en Marketing
Experiencia	1 año de Experiencia
FUNCIONES	
<p>Función Principal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar estrategias de publicitarias para la empresa</li> <li>• Hacer informes de ventas.</li> <li>• Buscar nuevas estrategias de ventas.</li> </ul>	

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado: Priscila Velastegui*



### 2.03.02.03 Dirección

Argumenta (Reyes Ponce, 2005, pág. 305)

la dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planteado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente, ya, con más frecuencia, delegando dicha autoridad, y se vigila simultáneamente que se cumplan en la forma adecuada todas las ordenes emitidas.

Para que el proyecto tenga un resultado satisfactorio, la dirección estará a cargo del propietario, el mismo que deberá tomar responsabilidades y aceptar la colaboración, de sus empleados y respetar y hacer cumplir las normas que se establece en la empresa a cabalidad.

### 2.03.02.04 Control

Según (Hitt, 2006, pág. 25); “la supervisión continua (en tiempo real) del desempeño, y, de manera significativa, la evaluación del desempeño general.”

La forma de contralazar se realizará con el tiempo que se demoran en la elaboración de engranajes y con la precisión del caso.

Se llevará un control adecuado a sus empleados a través de la aplicación de la evaluación de 360 grados, cada trimestre.

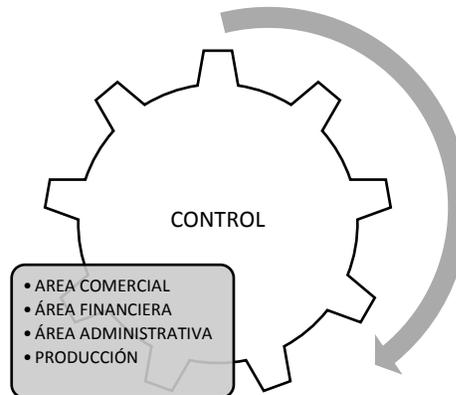


Figura 8 Control  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Priscila Velastegui

### 2.03.03 Gestión operativa

Define. (De souza Silva, 2008, pág. 192):

Tipo de gestión dedicada a coordinar, guiar y mantener activo al personal de una organización, y a utilizar los recursos físicos y financieros de esta para lograr objetivos definidos. Establece un conjunto coherente de reglas (instituciones) que orientan a la conducta en pos de las metas de la organización (ver también institución).

### 2.03.03.01 Flujo Grama de Proceso

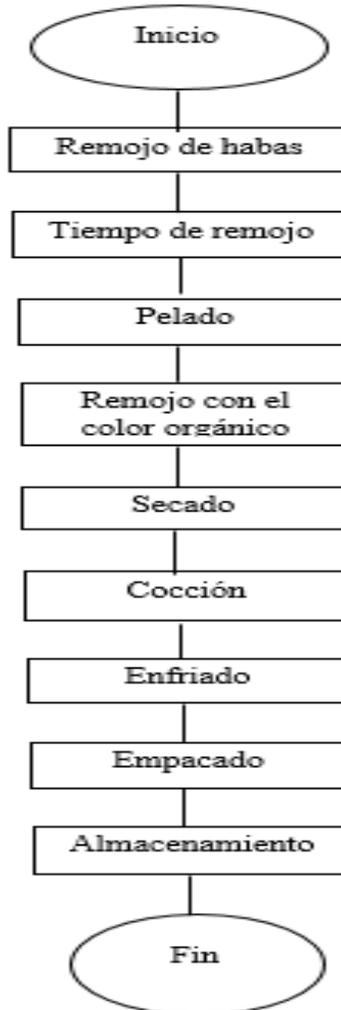


Figura 9 Flujograma de Proceso de Habas

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado: Priscila Velastegui*

## 2.03.04 Gestión Comercial

Dice (Dominguez Gonzalo, 2014, pág. 9):

La empresa debe crear una estrategia comercial que haga atractivo el producto a sus potenciales clientes. Este nuevo escenario de masificación de información hace que el cliente, este muy informado y la empresa deban adaptarse y proponer ofertas comerciales de interés para el cliente, si quiere sobrevivir en el mercado.

### 2.03.04.01 Producto

Por otra parte (Serano Gómez & Serrano Domínguez, 2005, pág. 61) que “El producto desde la perspectiva de marketing es un conjunto de atributos tal como son percibidos por el consumidor.”

### 2.03.04.02 Precio

Señala (Baena Gracia & Moreno Sanchez, 2010, pág. 59) que “La variable precio se define como el coste que percibe el consumidor necesario para adquirir los productos que le ofrece el mercado y el mismo desea.”

El precio se considerara de acuerdo con el costo de la materia prima mano de obra y competencia para así determinar un precio cómodo para el consumidor.

### 2.03.04.03 Plaza

Además (Kotler, 2008, pág. 105); “Las empresas deben investigar detenidamente las diferentes alternativas de canales que están disponibles para

distribuir sus productos. Mientras más sean los canales de distribución, mayor será el alcance de la empresa en el mercado.”

La plaza estará dada por el área de influencia de donde va a estar ubicado el proyecto, es decir en el sector El Condado, Calle San Francisco de Rumihurco N69-453 y Sagalita.

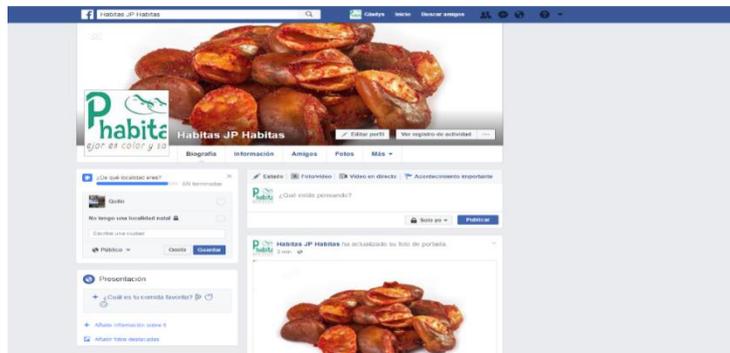
También la plaza estará dada por los supermercados, tiendas, abarrotes, bodegas instituciones educativas, y otros locales a través de los cuales se distribuya el producto.

#### 2.03.04.04 Promoción y Publicidad

Sin embargo (Castro, 2007, pág. 16 ); “Consiste en dar a conocer producto y/o servicios a través de distintas de actividades promocionales”

La promoción será por inauguración se dará por la compra de cierta cantidad tendrá un porcentaje de descuento, se hará la publicidad a través de las redes sociales.

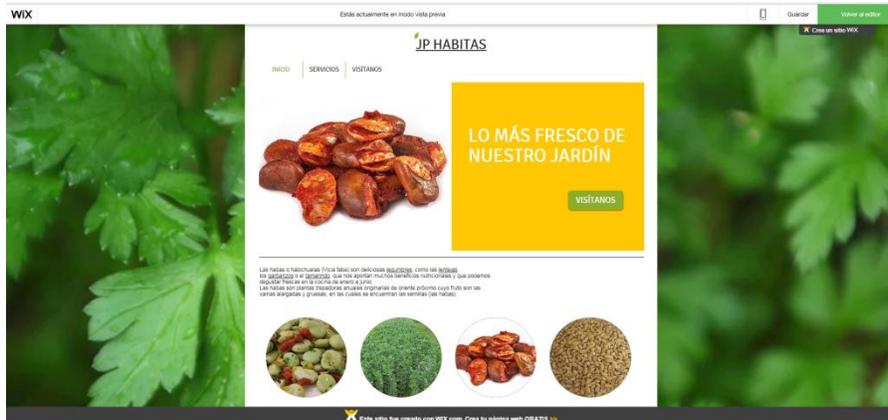
Facebook



**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**



## Página WEB



## Trípticos



**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**



### 2.03.04.04.01 Logotipo



#### Significado de colores:

**Rojo:** está asociado al coraje, la valentía, la pasión y el amor. Reconocido como estimulante, la cantidad de rojo está directamente relacionada con el nivel de energía percibido. Se ha comprobado que el rojo mejora el metabolismo humano. Es uno de los colores más populares y poderosos. Se utiliza sobre todo en épocas de rebajas y descuentos de productos.

**Verde:** es el color del crecimiento, la primavera, la renovación y el renacimiento. Está asociado con la salud, la frescura, la paz y la solución de los problemas ambientales. Sugiere fertilidad, libertad y tranquilidad, también estabilidad y resistencia. El verde se utiliza en productos relacionados con la salud, y en temas de medio ambiente y ecología.

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

**Negro:** está asociado con el poder, la elegancia, el secreto y el misterio. Es autoritario y puede evocar emociones fuertes, su exceso puede ser abrumador. Se utiliza para anunciar joyas y productos sofisticados.

Slogan:

Lo mejor en color y sabor

#### 2.03.04.04.02 Papelería Corporativa

Hoja membretada

Sobre



---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**



Carpeta



2.03.04.04.03 Material POP



---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMENRCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

#### 2.04 Análisis FODA

Indica (Zambrano, 2007, p. 84):

El análisis Foda es una herramienta de carácter gerencial válida para las organizaciones privadas y públicas, la cual facilita la evaluación situacional de la organización y determina los factores que influyen y exigen desde el exterior hacia la institución gubernamental. Esos factores se convierten en amenazas u oportunidades que condicionan, en mayor o menor grado, el desarrollo o alcance de la misión, la visión, los objetivos y las metas de la organización.

Tabla 18 Matriz FODA

<div style="text-align: center;"> <b>Factores Internos</b>   <b>Factores Externos</b> </div>	Oportunidades	Amenazas
		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Producto nutritivo.</li> <li>✓ Contar con materia prima todo el año.</li> <li>✓ Compra directa de la materia prima al agricultor.</li> <li>✓ No tener competencia.</li> </ul>
<b>Fortalezas</b>	<b>FO</b>	<b>FA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dar un producto saludable y nutritivo</li> <li>✓ Personal Capacitado en el área de producción.</li> <li>✓ Infraestructura adecuada.</li> <li>✓ Ubicación de la empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Brindar un producto saludable con materia prima de calidad.</li> <li>✓ Realizar capacitaciones al personal de producción</li> <li>✓ Establecer convenios con proveedores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desarrollar alianzas con los clientes para poder competir con los precios</li> <li>✓ Mejorar la atención al cliente.</li> <li>✓ remodelar cada cierto tiempo la infraestructura del local</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>DO</b>	<b>DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No contar con publicidad adecuada</li> <li>✓ No disponer de capital propio</li> <li>✓ No tener apoyo suficiente por parte de la gerencia</li> <li>✓ ser una empresa nueva en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Buscar proveedores directos.</li> <li>✓ Contar con una publicidad adecuada para el producto.</li> <li>✓ Controlar la elaboración del producto y ser mejor que la competencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar más publicidad por ser empresa nueva.</li> <li>✓ Buscar capital que no genere mucho interés.</li> </ul>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Priscila Velastegui

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADA CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

### Análisis:

El análisis de la matriz FODA, indica que es factible ya que se cuenta con oportunidades y fortalezas la cual se aprovechara para sacar adelante el negocio, mientras que se buscara mejorar estrategia para poder combatir con las amenazas y debilidades, una de ellas es que en gobierno apoya a las pymes y a la matriz productiva.

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

Según (Malhotra N. K., 2008): “La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing.”

En este proyecto, el estudio de mercado permitirá establecer la oferta y demanda de productos iguales o sustitutos, a fin de determinar la demanda insatisfecha que será la puerta de mercado de nuestro producto.

### **3.01 Análisis del Consumidor**

(Vazquez, 2012), señala que: “El comportamiento del consumidor es un tema de importancia en el área de negocios, ya que lograr los objetivos de marketing depende de conocer a los consumidores, satisfacer sus necesidades e influir en ellos.”

#### **3.01.01 Determinación de la población**

##### **3.01.01.01 Población**

La población es un conjunto de individuos que por sus características a fines al presente proyecto, han sido considerados como sujetos de estudio.

##### **3.01.01.01.02 Segmentación de mercado**

Cuando se habla de un proyecto, se deben considerar características, sociales, culturales, género, ubicación geográfica, etc.

Para este proyecto en particular, se ha considerado familias (hombres y mujeres) que gustan de seleccionar los alimentos tipo colación que consumen sus hijos. La población a la que está dirigido este proyecto, son personas de edades comprendidas entre 8 y 64 años, sin distinción de género. Por último se ha tomado en cuenta la ubicación geográfica del proyecto, es decir la parroquia del Condado, en la Provincia de Pichincha.

Tabla 19 Segmentación de mercado

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
Ubicación/Actividad Económica	Nro. Personas
Provincia – Pichincha	2.576.287
Cantón – Quito	2.239.191
Parroquia – El Condado	54.938
PEA de la parroquia	21.858

*Fuente: Indicadores para planificación Territorial – D.M.Q.*

*Elaborado por: Priscila Velastegui*

### **Análisis:**

Esta segmentación considera la población que puede ser influenciada por el producto cuanto se lo ubique en el mercado.

#### **3.01.01.02 Muestra**

(Kotler&Armstrong, 2007), dice que:

Una muestra es un segmento de la población que se selecciona para representar a la población en conjunto. Idealmente, la muestra debería ser representativa para que el investigador realice estimaciones precisas de los pensamientos y las conductas de la población general.

Para el cálculo de la muestra se utilizará la siguiente ecuación:

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

$$n = \frac{NPqz^2}{(N - 1)E^2 + pqz^2}$$

N = Tamaño de la población.

n= Tamaño de la muestra.

P= Probabilidad de éxito 50%

E<sup>2</sup>=Margen de error 5% cuando el nivel de confianza es igual al 95%

Z= Distribución Normal equivale a 1,96

$$n = \frac{21.858(0.5)(0.5)(1.96)^2}{(21.858 - 1)(0.05)^2 + (0.50)(0.50)(1.96)^2}$$

$$n = 378$$

De lo que se concluye que la muestra para el estudio de mercado al cual se debe aplicar la encuesta de este proyecto es de 378 habitantes del sector del Condado, Provincia de Pichincha.

### 3.01.02 Técnicas de obtención de información

Según (Sapag Chain, 2007)

Las técnicas de recolección de información son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le

permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada.<sup>1</sup>

### 3.01.02.01 La Entrevista

(Vasquez, 2014), señala:

Las entrevistas se utilizan para obtener información en forma verbal, a través de preguntas que propone un analista. Quienes responden pueden ser gerentes o empleados, los cuales son usuarios actuales de la investigación en curso, usuarios potenciales de un estudio propuesto o aquellos que proporcionarán datos o serán afectados por la aplicación de dicha propuesta.

### 3.01.02.02 La Encuesta

(Bernal Torres, 2006), dice que la encuesta es:

Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.

Para esta investigación, se aplicará como técnica de investigación, la encuesta por ser una técnica que permitirá obtener información de manera directa con los posibles clientes.

---

<sup>1</sup> tomado de

<http://www.eumed.net/librosgratis/2010f/852/tecnicas%20de%20recoleccion%20de%20informacion.htm>

### 3.01.02.03 Modelo de la encuesta

Para llevar a cabo las encuestas se utilizó el siguiente formato:

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**  
**PROYECTO HABAS DE COLORES**

La presente encuesta tiene por objeto conocer el grado de aceptación del producto habas de colores.

1. Le gustan a usted las habas?

SI

NO

2. Conoce usted el valor nutritivo de las habas?

SI

NO

3. Consume usted habas en presentaciones tipo colación?

SI

NO

4. Qué cantidad de habas tipo colación consumen en su familia en el mes ( señale el número de veces)?

Paquetes 60 gramos

Paquetes de 100 gramos

Otra presentación

5. Considera usted que la oferta actual de habitas tipo colación, es suficiente para cubrir las necesidades de los clientes?

SI

NO

6. Le gustaría que hubiese en el mercado un producto de habitas tipo colación de colores extraídos de vegetales?

SI

NO

7. ¿Cuál es el precio que usted pagaría por las habitas en la presentación de su preferencia?

De 0,50 a 0,80 USD (60 gramos)

De 0,80 a 1,0 USD (60 gramos)

De 1,00 a 1,50 USD (100 gramos)

De 1,50 a 2,00 USD (100 gramos)

8. Dónde le gustaría adquirir el producto?

Tiendas

Supermercados

Centros mayoristas

Otros

9. Cuando usted va a adquirir habitas tipo colación, que características considera?

Calidad   
Cantidad

Precio   
Presentación

10. En qué presentación le gustaría adquirir las habitas?

Funda plástica transparente  Envase tipo tarrina   
Funda opaca tipo ziploc  Otra

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### 3.1.3 Análisis de Resultados

A continuación se detalla el resultado de la aplicación de las encuestas:

#### 1. Le gustan a usted las habas?

Tabla 20 Tabulación Pregunta 1

Consumo de habas	Nro. Encuestados	Porcentaje
SI	265	70%
NO	113	30%
<b>Total</b>	<b>378</b>	

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

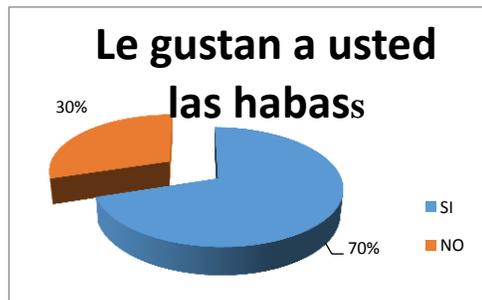


Figura 10 Tabulación Pregunta 1

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

#### Análisis:

El resultado de esta pregunta señala que el 70 % de la población consume habas en distintas presentaciones, lo que implica que nuestro producto tiene una amplia oportunidad de ingresar al mercado.

## 2. Conoce usted el valor nutritivo de las habas?

Tabla 21 Tabulación Pregunta 2

Valor nutritivo	Nro. Encuestados	Porcentaje
SI	176	47%
NO	202	53%
<b>Total</b>	<b>378</b>	

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui



Figura 11 Tabulación Pregunta 2

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

### Análisis:

El análisis de esta pregunta indica que si bien la población consume habas, solo el 47 % conoce su valor nutricional, por lo que este es un factor a tomar en cuenta como técnica de publicidad.

### 3. Consume usted habas en presentaciones tipo colación?

Tabla 22 Tabulación Pregunta 3

Consumo actual	Nro. Encuestados	Porcentaje
SI	217	57%
NO	161	43%
<b>Total</b>	<b>378</b>	

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

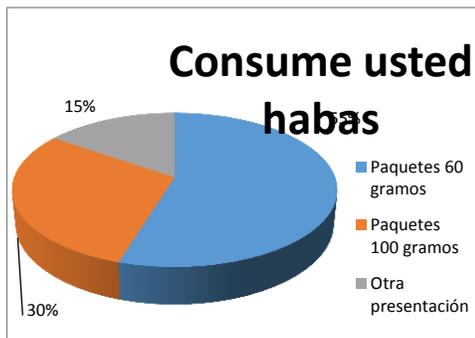


Figura 12 Tabulación Pregunta 3

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

#### Análisis:

Al ser un nuestro producto similar a las habas tipo colación que se venden actualmente, el 57 % de la población muestreada indica que si consume las habas en esta presentación, lo cual reafirma que nuestro producto puede tener una buena aceptación.

4. Qué cantidad de habas tipo colación consumen en su familia en el mes (señale el número de veces)?

Tabla 23 Tabulación Pregunta 4

Frecuencia de consumo/ mes	Nro. Encuestados	# veces	Porcentaje
<b>Paquetes 60 gramos</b>	207	4	55%
<b>Paquetes 100 gramos</b>	113	2	30%
<b>Otra presentación</b>	58	1	15%
<b>Total</b>	378		

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

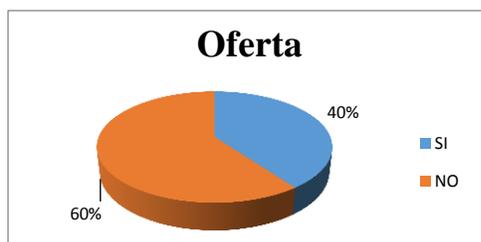


Figura 13 Tabulación Pregunta 4

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

#### Análisis:

La pregunta de consumo de las habas tipo colación nos indican que tiene una frecuencia de 4 veces al mes, en presentaciones de 60 gramos, con un porcentaje del 55 %. El 30 % restante la prefiere en presentaciones de 100 gramos con una frecuencia mensual de 2 veces. El 15 % restante prefiere otra frecuencia. Este análisis nos indica que el grupo familiar consumirá 240 gramos/mes (conforme a estadísticas el grupo familiar promedio en el sector el Condado es de 4 personas).

5. Considera usted que la oferta actual de habas tipo colación, es suficiente para cubrir las necesidades de los clientes?

Tabla 24 Tabulación Pregunta 5

Oferta producto actual	Nro. Encuestados	Porcentaje
SI	151	40%
NO	227	60%
<b>Total</b>	<b>378</b>	

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui



Figura 14 Tabulación Pregunta 5

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

Análisis:

Esta pregunta nos permite conocer que el 60 % de la muestra considera que no existe la suficiente oferta del producto, lo cual nos incentiva a lanzar el producto al mercado.

6. Le gustaría que hubiese en el mercado un producto de habitas tipo colación de colores extraídos de vegetales?

Tabla 25 Tabulación Pregunta 6

Aceptación nuevo producto	Nro. Encuestados	Porcentaje
SI	252	67%
NO	126	33%
<b>Total</b>	<b>378</b>	

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui



Figura 15 Tabulación Pregunta 6

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

Análisis:

Este resultado expresa la aceptación de un 67 % de la población, por nuestro producto, el momento en que se lo ubicara en el mercado.

7. ¿Cuál es el precio que usted pagaría por las habitas en la presentación de su preferencia?

Tabla 26 Tabulación Pregunta 7

Precio	Nro. Encuestados	Porcentaje
0,5 - 0,8 usd	139	37%
0,8 - 1,0 usd	126	33%
1,0 - 1,5 usd	73	19%
1,5 - 2,0 usd	40	11%
<b>Total</b>	<b>378</b>	

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

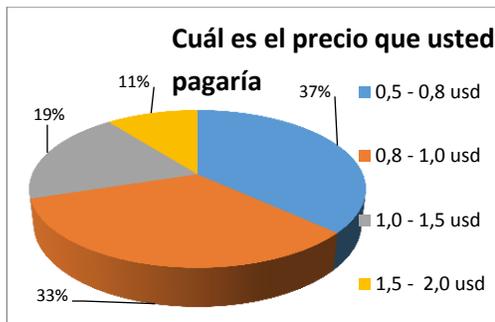


Figura 16 Tabulación Pregunta 7

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

Análisis:

Esta pregunta nos permite conocer el precio que las personas estarían dispuestas a pagar por el producto. Se observa que existe una buena aceptación del precio tanto por la primera opción (37%) como por la segunda (33%), de allí que para el presente estudio se considerará un precio promedio de 0.75 USD para la presentación de 60 gramos.

8. Dónde le gustaría adquirir el producto?

Tabla 27 Tabulación Pregunta 8

Lugar donde compran	Nro. Encuestados	Porcentaje
Tiendas	184	49%
Supermercados	126	33%
Centros mayoristas	55	15%
Otros	13	3%
<b>Total</b>	<b>378</b>	

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

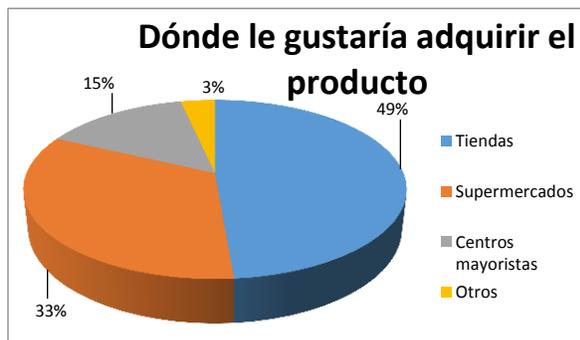


Figura 17 Tabulación Pregunta 8

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

Análisis:

La preferencia de la ubicación del producto es del 49 % en tiendas, por lo que serán las principales alternativas para comercializar el producto, sin que esto signifique que se dejará de lado la ubicación del producto en supermercados y centros mayoristas.

9. Cuando usted va a adquirir habitas tipo colación, que características considera?

Tabla 28 Tabulación Pregunta 9

Características	Nro. Encuestados	Porcentaje
Calidad	126	33%
Cantidad	76	20%
Precio	126	33%
Presentación	50	13%
<b>Total</b>	<b>378</b>	

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

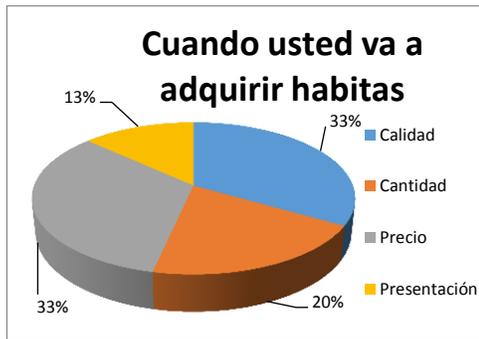


Figura 18 Tabulación Pregunta 9

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

Análisis:

De las encuestas se observa que el cliente busca en un producto, calidad, precio, presentación y cantidad, en este orden, por lo que la estrategia de mercado y publicidad que se despliegue para su comercialización destacará estos aspectos.

10. En qué presentación le gustaría adquirir las habitas?

Tabla 29 Tabulación Pregunta 10

Presentación	Nro. Encuestados	Porcentaje
Funda plástica transparente	222	59%
Envase tipo tarrina	113	30%
Funda opaca tipo ziploc	35	9%
Otra	8	2%
<b>Total</b>	<b>378</b>	

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

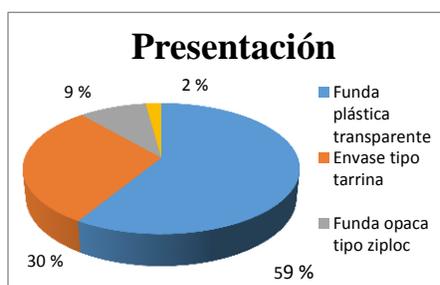


Figura 19 Tabulación Pregunta 10

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

Análisis:

El 59 % de los encuestados prefiere una presentación sencilla de fundas plásticas transparentes para el producto, sin embargo también hay una buena aceptación de la presentación en tarrinas (30%). Estos aspectos también se considerarán en su estrategia comercial.

### **3.02 Oferta**

(Aquino, 2008) dice: “En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento.”

#### **3.02.01. Oferta histórica**

En cuanto a la oferta histórica del producto habas con colorantes extraído de vegetales no se tendrían datos, sin embargo se puede considerar la demanda de productos similares que según las encuestas son aceptadas por el público en un 57 %, quedando abierta la oportunidad de incursionar en el 43 % restante.

#### **3.02.02 Oferta actual.**

Para el cálculo de la oferta actual, se utilizan los datos de las encuestas a fin de calcular la demanda, así como la oferta actual que la población considera no ha sido satisfecha, es decir el 60 %.

Tabla 30 Variables de cálculo de oferta y demanda

Variables utilizadas para el cálculo		
<b>Población de estudio</b>	<b>21858</b>	<b>Habitantes</b>
<b>Crecimiento poblacional</b>	2	% anual
<b>% Aceptación</b>	67	%
<b>% Oferta actual</b>	60	%
<b>Frecuencia</b>	240	gramos/familia/mes
<b>Precio</b>	0,75	USD/60 gramos

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

Tabla 31 Cálculo de la oferta actual

<b>Año</b>	<b>Demanda actual</b>	<b>Oferta actual (al 60 % de producción)</b>
<b>2017</b>	<b>131.804</b>	<b>79.082</b>

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

La oferta actual se ubica en 79.082 USD al año.

### 3.02.03 Oferta proyectada.

La oferta proyectada se calculará en base a la demanda proyectada y el crecimiento poblacional de la zona, es decir el 2 % para Pichincha.

Tabla 32 oferta proyectada

Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada
2017	131.804	79.082
2018	134.440	80.664
2019	137.129	82.277
2020	139.871	83.923
2021	142.669	85.601
2022	145.522	87.313

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Priscila Velastegui

De la proyección realizada, se observa que la oferta para el año 2022 será de 87.313 USD/año.

### 3.03.Demanda

(Aquino, 2008) dice: “La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar dependiendo de su poder adquisitivo.”

#### 3.03.01 Demanda histórica.

El caso de la demanda histórica es similar al de la oferta histórica, al ser un producto nuevo cualquier información que se obtuviese se referiría a productos “similares”, que difieren mucho en cuanto a calidad, valor nutritivo y características del producto ofertado en este proyecto.

### 3.03.02 Demanda actual.

La demanda actual se calcula de acuerdo a los resultados de las encuestas, en donde se obtuvieron las variables, de aceptación, frecuencia y precio, así:

Tabla 33 Variables para el cálculo de oferta y demanda

Variables utilizadas para el cálculo		
<b>Población de estudio</b>	<b>21858</b>	<b>habitantes</b>
<b>Crecimiento poblacional</b>	2	% anual
<b>% Aceptación</b>	67	%
<b>% Oferta actual</b>	60	%
<b>Frecuencia</b>	240	gramos/familia/mes
<b>Precio</b>	0,75	USD/60 gramos

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

Tabla 34 Demanda actual

Método de cálculo de la demanda		
<b>Población</b>		
21858	67%	14644,86
<b>Frecuencia</b>		
14644,86	240 gramos/familia/mes	10544299,2
<b>Precio</b>		
10544299,2	0,75 USD/60 gramos	131803,74
<b>Demanda actual (USD / año)</b>		<b>131803,74</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Priscila Velastegui

La demanda actual para el producto es de 131.804 USD/año.

### 3.03.01 Demanda proyectada

Considerando la tasa de crecimiento poblacional para la provincia de Pichincha establecida por el INEC, es decir el 2%, se proyecta una demanda para el año 2022 es de 145.522 USD.

Tabla 35 Demanda proyectada

Año	Población objeto de estudio	Demanda Proyectada
2017	21.858	131.804
2018	22.295	134.440
2019	22.741	137.129
2020	23.196	139.871
2021	23.660	142.669
2022	24.133	145.522

Fuente: INEC y Encuestas.

Elaborado por: Priscila Velastegui

### 3.04.BALANCE OFERTA – DEMANDA

El balance oferta-demanda permite determinar la demanda insatisfecha, es decir la demanda que aún no ha sido cubierta por los productos actuales.

#### 3.04.01 Balance oferta demanda actual

Para la determinación del balance actual entre oferta y demanda se considera la oferta y consumo actuales, obteniéndose como resultado una demanda insatisfecha para el año 2017, de 52.721 USD.

Tabla 36 Demanda insatisfecha actual

Año	Demanda actual	Oferta actual	Demanda insatisfecha actual
<b>2017</b>	131.804	79.082	52.721

Fuente: Datos de oferta y demanda actuales  
Elaborado por: Priscila Velastegui

### 3.04.02. Balance oferta demanda proyectada

El balance proyectado, se ha calculado en base a los datos de la oferta y demanda proyectados en un periodo de 5 años.

Tabla 37 Demanda insatisfecha proyectada

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
<b>2017</b>	8.153.020	5.462.523	2.690.496
<b>2018</b>	8.316.080	5.571.774	2.744.306
<b>2019</b>	8.482.402	5.683.209	2.799.193
<b>2020</b>	8.652.050	5.796.873	2.855.176
<b>2021</b>	8.825.091	5.912.811	2.912.280
<b>2022</b>	9.001.592	6.031.067	2.970.526

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Priscila Velastegui

Para el año 2022, se tendrá una demanda insatisfecha de 58.209 USD, que permiten percibir buenas alternativas para incursionar con el producto habitas con colores vegetales.

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

(Baca, 2010), señala que: “Es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”.

#### 4.01 Tamaño del proyecto

(Valbuena Álvarez, 2000), señala:

El tamaño del proyecto se determina por su capacidad de producción definida en términos técnicos, en relación a su producción normal, la cual varía de acuerdo a las características del proyecto. Este indicador, se refiere directamente a su capacidad instalada, y se puede medir en unidades de producción por año.

##### 4.01.01 Capacidad Instalada

(Paulo Nuñez, 2010) indica:

Es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia, conocimientos, etc.

Del análisis de oferta y demanda, se ha establecido que la demanda insatisfecha actual es de 52.721 USD/año, de los cuales considerando que es un producto nuevo y que los vegetales no son de total aceptación por las personas, se ha considerado cubrir solo un 92 % de la demanda insatisfecha, lo que implica en realizar 31 funditas de 60 gramos/hora, laborando 5 días a la semana en jornadas de 8 horas. El precio de venta tomado para esta parte del estudio sería de 0,75 USD/ unidad, pero podría variar hasta 1 USD, conforme lo obtenido de las encuestas.

Tabla 38 Tamaño del proyecto

<b>Tamaño del proyecto</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>
<b>Días laborados</b>	5	Días
<b>Horas laborables</b>	8	H
<b>Semanas/año</b>	52	s/año
<b>Kilos/ año</b>	3869	kilos/año
<b>Unidades/hora</b>	31	unidades de 60 gr/h

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Priscila Velastegui*

El área instalada para este proyecto será de 62 m<sup>2</sup>, distribuida de la siguiente manera:

Tabla 39 Capacidad Instala

Áreas del proyecto		
Área	Dimensión	Total (m2)
Ventas	3*3,5	10,5
Administrativa	3*2	6
Bodega	3*2,5	7,5
Producción	5*3,5	17,5
Vestidores	3*2,5	7,5
Baños (2)	2*2	8
Parqueadero (2)	2*2,5	5
<b>TOTAL</b>		<b>62,0</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Priscila Velastegui

#### 4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad óptima del proyecto, estará dada por el área efectiva utilizada en la preparación del producto, es decir 57 m<sup>2</sup>

Tabla 40 Capacidad Óptima

Área óptima del proyecto		
Área	Dimensión	Total (m2)
Ventas	3*3,5	10,5
Administrativa	3*2	6
Bodega	3*2,5	7,5
Producción	5*3,5	17,5
Vestidores	3*2,5	7,5
Baños (2)	2*2	8
<b>TOTAL</b>		<b>57,0</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Priscila Velastegui

## 4.02 Localización

(Universidad Santo Tomas, 2015).

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

### 4.02.01 Macro localización

(Guevara Samaniego, 2015), señala que: "Se refiere a la zona donde se situará la empresa, ubicándola dentro del país, provincia, cantón y ciudad al que pertenece."

Tabla 41 Macro localización

Descripción	Información
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Ciudad	Quito
Sector	Norte

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Priscila Velastegui*

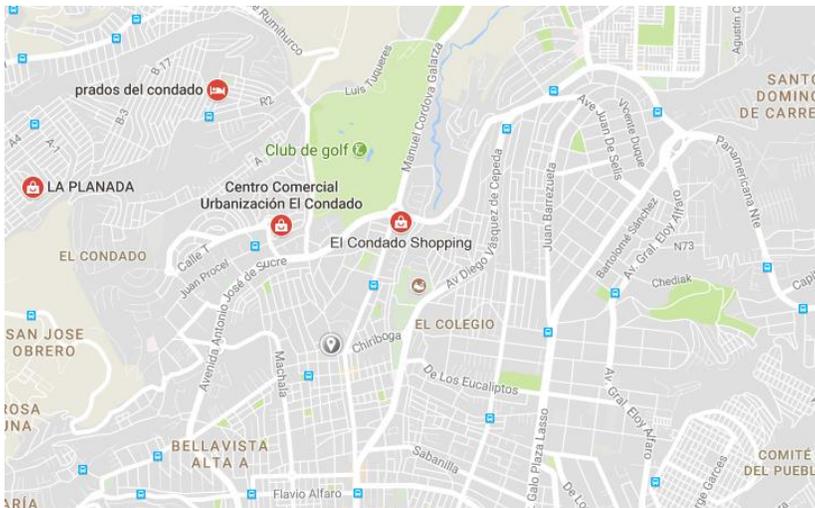


Figura 20 Mapa Distrito Metropolitano – Sector Norte

Fuente: Google maps

Elaborado por: Priscila Velastegui

#### 4.02.02 Micro-localización

(Universidad Santo Tomas, 2015), señala que “La micro localización, es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.”

#### 4.02.03 Localización óptima

(Baca Urbina, 2006), manifiesta que: “La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).”

Tabla 42 Matriz de factores de localización

Factores	Ponderación	Local 1		Local 2	
		San Francisco de Rumihurco N69-453 y Sagalita		Jacinto Morán 67-22 y Ramón Chiriboga	
		Calificación	Total	Calificación	Total
Arriendo	0,10	9	0,90	9	0,90
Proximidad mercado	0,15	8	1,20	8	1,20
Vías de acceso	0,15	9	1,35	8	1,20
Servicios básicos	0,10	9	0,90	9	0,90
Transporte	0,15	9	1,35	9	1,35
Disponibilidad mano de obra	0,10	8	0,80	7	0,70
Proximidad a abastecimiento M/P	0,25	8	2,00	7	1,75
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>8,50</b>		<b>8,00</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Priscila Velastegui

A continuación se analizan los factores considerados en la tabla de localización óptima:

- **Arriendo:** La diferencia en el costo del arriendo para los dos locales es mínima.
- **Proximidad del mercado:** Los dos sitios se encuentran cerca de tiendas, panaderías, escuelas, por lo que se ha ponderado igual.
- **Vías de acceso:** Los dos sitios cuentan con varias vías de acceso que permite la llegada de los proveedores, clientes y trabajadores.
- **Disponibilidad de servicios básicos:** Los dos sitios cuentan con servicios básicos necesarios para el normal funcionamiento de la microempresa.

- **Medios de transporte:** Los dos sitios cuentan con disponibilidad de transporte público que facilita la movilización de sus empleados.
- **Disponibilidad de mano de obra:** En el sector del local 1, se puede disponer de mayor disponibilidad de mano de obra, es decir de personal que puede aceptar un trabajo de servicio doméstico.
- **Proximidad a la disponibilidad de Materia Prima:** El local 1, es más accesible y más conocido por los proveedores principalmente de las habas.

De este análisis se determina que el local 1, ubicado en la San Francisco de Rumihurco y Sagalita, es el ideal para ubicar la microempresa.

Tabla 43 Micro localización

Descripción	Información
<b>Cantón</b>	Quito
<b>Sector</b>	Norte
<b>Barrio</b>	El Condado
<b>Dirección</b>	San Francisco de Rumihurco N69-453 y Sagalita

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Priscila Velastegui

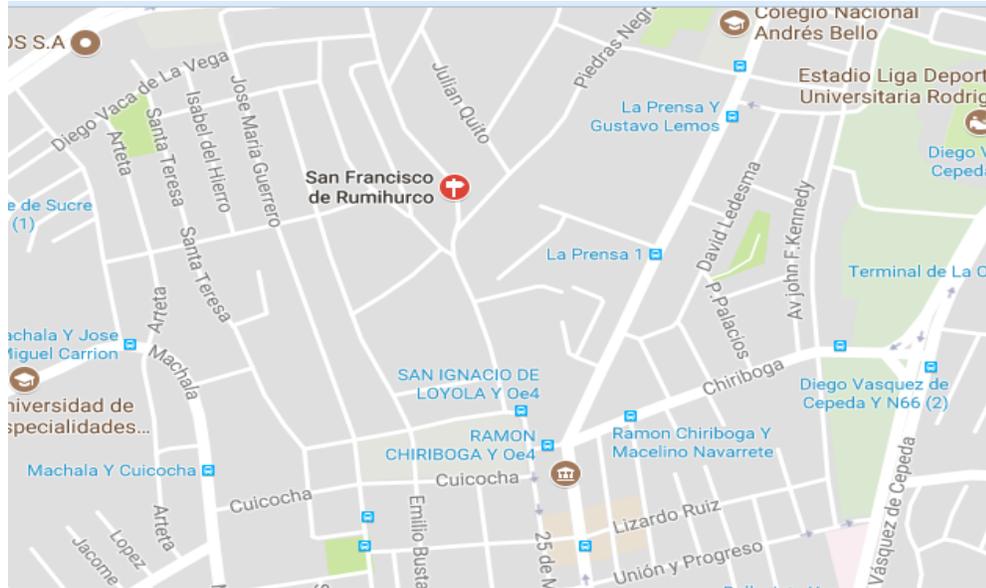


Figura 21 Mapa de micro localización del proyecto.

Fuente: Google maps

Elaborado por: Priscila Velastegui

### 4.03 Ingeniería del producto

#### 4.03.01 Definición del bien o servicio

Las habas son legumbres, que pueden utilizarse en platos, ya sea frescas o secas. Las habas secas son usadas generalmente para presentaciones de confitería o de colación. Su valor nutricional está dado principalmente por su alto contenido de fibra que ayuda a prevenir el estreñimiento, bajar los niveles de colesterol malo, tiene un alto contenido de Vitamina C y minerales como el magnesio y flavonoides como la queratina.

El presente proyecto busca entregar este delicioso y nutritivo producto en presentaciones tipo colación de 60 gramos, tinturados con extractos de vegetales como

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

el apio, el pimiento, la remolacha y la zanahoria, que permitirá agregar mayor cantidad de nutrientes, como también hacer más atractiva su presentación para chicos y grandes.

#### 4.03.02 Distribución de la planta

(Baca Urbina, 2006), señala que: “Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.”

A fin de realizar una buena configuración de la planta, este proyecto ha basado su distribución en la matriz cruzada, que a su vez se apoya en códigos y razones de cercanía.

Tabla 44 Códigos de cercanía

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
A	Absolutamente necesario que esté cerca
E	Especialmente necesario que esté cerca
I	Importante que esté cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable

Fuente: (Guevara Samaniego, 2015)  
Elaborado por: Priscila Velastegui

Tabla 45 Razones de cercanía

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
1	Secuencia de procesos
2	Gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: (Guevara Samaniego, 2015)

Elaborado por: Priscila Velastegui

El área total de la planta, estará distribuida conforme el siguiente plano:

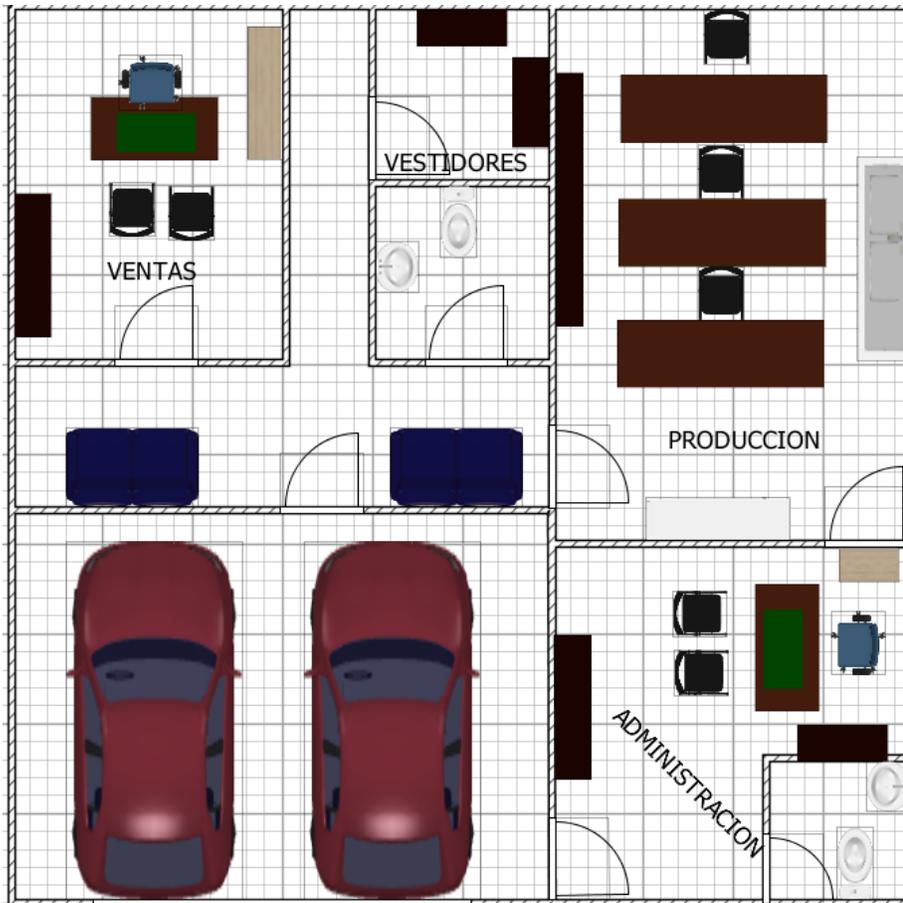


Figura 22 Plano de la planta  
Elaborado por: Priscila Velastegui

#### 4.03.03 Proceso productivo

(Baca Urbina, 2006), indica que:

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura.



Figura 23 Flujograma del proceso productivo  
Elaborado por: Priscila Velastegui

Tabla 46 Descripción del proceso

Proceso	Descripción	Tiempo
<b>Recepción/Selección materia prima</b>	Se recibe la m/p pesada y posteriormente se escoge piedras, habas en mal estado, etc.	60 min
<b>Pesado de materia prima</b>	Se toma de la materia prima seleccionada la cantidad diaria que se va a procesar. Es decir aprox. 10 kg/día	10 min
<b>Remojo frío y caliente</b>	Se pone en remojo las habas en agua fría por 12 horas y luego en agua caliente por 6 horas más	18 horas
<b>Pelado</b>	Se pelan manualmente las habas	3 horas
<b>Tinturado</b>	Se colocan las habas peladas en el extracto de vegetales que se desee. Para elaborar el extracto, se cuecen los vegetales por 15 minutos y se licuan. El tiempo necesario para tinturar las habas es de 4 horas.	5 horas
<b>Fritura y remoción de aceite</b>	Se cuecen las habas y se fríen en aceite caliente.	20 min
<b>Enfriamiento y condimento</b>	Se cuecen las habas y se tienden sobre papel absorbente hasta que se enfríen. Posteriormente se coloca sal y si se desea algún otro condimento.	45 min
<b>Empaque</b>	Se pesan los 60 gramos de cada fundita y se empaca.	2 horas
<b>Almacenamiento</b>	Se guardan las habas empacadas en un lugar obscuro	15 min
<b>Total de tiempo requerido para elaborar 8 kilos de habas</b>		<b>30,5 horas</b>

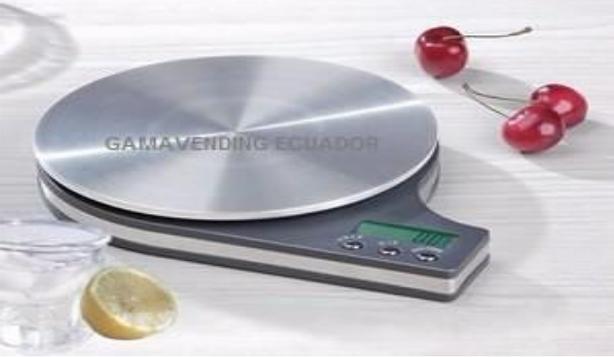
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Priscila Velastegui

#### 4.03.04 Maquinaria

Para la preparación de las habas es necesaria la siguiente maquinaria:

Tabla 47 Maquinaria y Equipo

Equipo	Descripción	Costo (USD)
	Freidora de dos bandejas. Capacidad 10 kilos.	360,00
	Licadora	72,00
	Balanza en gramos con un decimal.	25,00

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

	Selladora de fundas	15,00
	Juego de ollas de 32/42	125,00
	Juego de coladores 30/14	15,00
	Cocina industrial de tres quemadores	450,00

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

	Bandeja metálica de 65 x 45 (5 unidades). Costo unitario 10 USd	50,00
---	---	-------

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Priscila Velastegui*

Tabla 48 Equipo de oficina

Descripción	Cantidad
Escritorios	2
Sillas	2
Sillón 3 PAX	1
Laptops	2
Teléfonos	2
Sillas ejecutivas	2
Archivadores rectangulares	2

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Priscila Velastegui*

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo comprende la inversión, la proyección de ingresos y de los gastos y de la forma de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y operación. En el proceso de evaluación de un proyecto determinado, que permite juzgar la viabilidad y su prioridad en las posibilidades de inversión. (Ilpes, 2016, pág. 121)

#### 5.01. Ingresos operacionales y no operacionales

##### 5.01.01 Ingresos operacionales

Son los ingresos que están directamente ligados con la razón social del negocio. Se originan por el objeto social para que fue creada la microempresa, en este caso serán los ingresos que se generen por la venta de nuestros productos Las Habas con colores orgánicos.

Tabla 49 fundas 60gr

### FUNDAS DE 60 GR

AÑO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL INGRESOS
Año 1	40.200,00	0,75	30.150,00
Año 2	40.923,60	0,76	31.030,32
Año 3	41.660,22	0,77	31.936,34
Año 4	42.410,11	0,78	32.868,82
Año 5	43.173,49	0,78	33.828,52

*Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui*

#### 5.01.02. Ingresos No operacionales

Son ingresos que no están ligados con la razón social de la empresa, sino estos se generan por otros ingresos, sean estos rendimientos financieros, entre otros.

#### 5.01.02 Capacidad de producción

Es la capacidad que tiene la empresa de producir bienes y servicios, estos se fundamentan en la aceptación por parte de la comunidad con la exposición de los productos generados por las empresas.

Tabla 50 capacidad de producción

AÑO	CAPACIDAD DIARIA	CAPACIDAD MENSUAL	CAPACIDAD ANUAL	ACEPTACION	ACEPTACION DEL MERCADO	CAPACIDAD OPTIMA DE PRODUCCION	Valor Unitario	Total Ingresos
Año 1	250,00	5.000,00	60.000,00	67%	40.200	40.200,00	0,75	30.150,00
Año 2	254,50	5.090,00	61.080,00	67%	40.924	40.923,60	0,76	31.030,32
Año 3	259,08	5.181,62	62.179,44	67%	41.660	41.660,22	0,77	31.936,34
Año 4	263,74	5.274,89	63.298,67	67%	42.410	42.410,11	0,78	32.868,82
Año 5	268,49	5.369,84	64.438,05	67%	43.173	43.173,49	0,78	33.828,52

*Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui*

## 5.02 Costos

Se considera costo toda entrada de factores para la producción, como materia prima, mano de obra, y otros insumos. Es el consumo valorado en dinero de los bienes y servicios invertidos en la empresa para alcanzar los objetivos propuestos.

El costo tiene el carácter de recuperable puesto que las adquisiciones de materia prima, mano de obra y otros insumos se incorporan al artículo final, que por medio de la comercialización llega al consumidor. (Flores, 2010, pág. s/p)

### 5.02.01 Costo directo

Son los rubros que se utilizarán para la elaboración del producto y estos son

Materia Prima Directa y la Mano de Obra Directa

### 5.02.01.01 Materia Prima

“ Está constituida por todos los materiales que forman parte integral del producto terminado y que pueden a simple vista ser identificados, valorados y cargados al producto terminado". (Flores, 2010, pág. s/p)

Tabla 51 Materia prima

DETALLE	COSTO	DIMENSION/ CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MATERIAL USADO	TOTAL MATERIA PRIMA
Habas	\$ 0,80	1,00	0,80	8	0,05
<b>TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA</b>					0,05

Fuente: Investigación Financiera

Elaborado por: Priscila Velastegui

### 5.02.01.02 Mano de Obra Directa

Son aquellas personas que intervienen directamente en el proceso productivo.

Tabla 52 Mano de obra directa

MANO DE OBRA	MINUTOS UTILIZADOS	Año 1
<b>OPERARIO</b>		
Recepcion y Selección	60	0,02
Pesado	10	0,00
Pelado	180	0,05
Tinturado	15	0,00
Fritura y remoción de aceite	20	0,01
Enfriamiento y condimento	45	0,01
Pesado y Empaque	120	0,03
Almacenamiento	15	0,00
<b>COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA</b>		0,13

Fuente: Investigación Financiera

Elaborado por: Priscila Velastegui

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

### 5.02.01.03 Costos Indirectos de Fabricación

Son todos aquellos costos que están involucrados en la elaboración del producto pero que no intervienen directamente en la transformación del producto, es decir son un complemento.

Tabla 53 Costos indirectos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION HABAS					
DETALLE	COSTO	DIMENSION/CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MATERIAL USADO	TOTAL
Funda Transparente	0,75	100	0,0075	1	0,01
Vegetales	25	1000	0,025	250	0,05
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>					0,05

*Fuente: Investigación Financiera*  
*Elaborado por: Priscila Velastegui*

### 5.02.02 Gastos administrativos

Son los gastos que provienen para realizar la función administrativa de la empresa, estos pueden ser Sueldos y Salarios, Depreciaciones, Gastos Generales, entre otros.

Tabla 54 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS								
Descripción	Cantidad	Valor	TOTAL MENSUAL	AÑO 1	ANUAL2	ANUAL3	ANUAL4	ANUAL5
<b>Sueldo Personal Administración</b>	<b>3</b>	<b>742,41</b>	<b>742,41</b>	<b>11.308,88</b>	<b>12.191,30</b>	<b>12.325,40</b>	<b>12.460,98</b>	<b>12.470,90</b>
Propietario	1	494,94	494,94	5.939,25	6.383,56	6.453,77	6.524,77	6.529,76
Asistente Contable Administrativo	1	247,47	247,47	2.969,63	3.381,34	3.418,53	3.456,14	3.460,77
Contador Externo	1	200,00	200,00	2.400,00	2.426,40	2.453,09	2.480,07	2.480,37
<b>Útiles de Oficina</b>	<b>6</b>	<b>0,00</b>	<b>17,90</b>	<b>214,80</b>	<b>217,16</b>	<b>219,55</b>	<b>221,97</b>	<b>224,41</b>
Esferos	4	0,45	1,80	21,60	21,84	22,08	22,32	22,57
Resma Papel Bond	3	3,50	10,50	126,00	127,39	128,79	130,20	131,64
Lapices	4	0,35	1,40	16,80	16,98	17,17	17,36	17,55
Borradores	4	0,25	1,00	12,00	12,13	12,27	12,40	12,54
Clips	4	0,30	1,20	14,40	14,56	14,72	14,88	15,04
Post it	4	0,50	2,00	24,00	24,26	24,53	24,80	25,07
<b>Depreciación de Activos Fijos</b>	<b>1</b>	<b>4,86</b>	<b>58,32</b>	<b>699,88</b>	<b>699,88</b>	<b>699,88</b>	<b>699,88</b>	<b>699,88</b>
Equipo y Maquinaria	1	9,27	9,27	111,20	111,20	111,20	111,20	111,20
Muebles y Enseres	1	7,11	7,11	85,35	85,35	85,35	85,35	85,35
Equipos de Computación	1	41,94	41,94	503,33	503,33	503,33	503,33	503,33
Equipos de oficina		59,05	59,05	708,63	708,63	708,63	708,63	708,63
<b>Servicios Básicos</b>	<b>1</b>	<b>407,00</b>	<b>407,00</b>	<b>4.884,00</b>	<b>4.937,72</b>	<b>4.992,04</b>	<b>5.046,95</b>	<b>5.102,47</b>
Arriendo	1	250,00	250,00	3.000,00	3.033,00	3.066,36	3.100,09	3.134,19
Internet	1	25,00	25,00	300,00	303,30	306,64	310,01	313,42
Luz	1	50,00	50,00	600,00	606,60	613,27	620,02	626,84
Agua	1	30,00	30,00	360,00	363,96	367,96	372,01	376,10
Teléfono	1	30,00	30,00	360,00	363,96	367,96	372,01	376,10
Celular	1	22,00	22,00	264,00	266,90	269,84	272,81	275,81
<b>Gastos Generales</b>	<b>1</b>	<b>25,00</b>	<b>150,00</b>	<b>600,00</b>	<b>606,60</b>	<b>613,27</b>	<b>620,02</b>	<b>626,84</b>
Mantenimiento Maquinaria	6	25,00	150,00	600,00	606,60	613,27	620,02	626,84
<b>TOTAL</b>			<b>1.375,63</b>	<b>17.707,56</b>	<b>18.652,67</b>	<b>18.850,15</b>	<b>19.049,80</b>	<b>19.124,50</b>

Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

### 5.02.03 Gastos de ventas

Son los gastos relacionados con el objeto social del negocio y la función de ventas de la empresa, estos pueden ser: publicidad, comisiones, sueldos de vendedores, entre otros que estén ligados con las ventas de la empresa.

Tabla 55 Gastos de ventas

<b>Gastos de Ventas</b>				
<b>Descripcion</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>TOTAL</b>	<b>Año 1</b>
			<b>MENSUAL</b>	
Flayers	200,00	0,10	20,00	240,00
Tarjetas de presentación	150,00	0,13	19,50	234,00
<b>TOTAL</b>			<b>39,50</b>	<b>474,00</b>

*Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui*

### 5.02.04 Costos financieros

Son los intereses que se deben pagar con relación a las obligaciones contraídas para la iniciación y ejecución del proyecto, estos nacen de los préstamos por entidades financieras o afines.

Tabla 56 Gastos financieros

### GASTOS FINANCIEROS

<b>Inversión:</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 7.388,22</b>	
<b>Cap. Propio:</b>	70%	\$ 5.171,75	
<b>Financiamiento:</b>	30%	\$ 2.216,47	
<b>Plazo:</b>		24	Meses
<b>Interés:</b>		12%	0,49%
<b>Pagos:</b>	\$ 98,14	<b>Mensual</b>	

<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	
101,99	36,79	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>		<b>138,78</b>

Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui

#### 5.02.05 Costos fijos y variables

Costos fijos: son los que se tienen que pagar sin importar si la empresa produce mayor o menor cantidad de productos.

Costos variables: son los que se cancelan de acuerdo al volumen de producción, tal como la mano de obra, (si la producción es baja, se contratan pocos empleados, si aumentan pues se contratarán más y si disminuye, se despedirán), también tenemos la materia prima, que se comprará de acuerdo a la cantidad que se esté produciendo. (Solorzano, 2006, pág. s/p)

#### 5.02.06 Sueldos y salarios

Toda retribución que percibe el hombre a cambio de un servicio, antes de deducir sus contribuciones.

Tabla 57 Gastos sueldos y salarios

### GASTOS SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Cantidad	Sueldo Nominal	Decimo Tercero	Vacaciones	Decimo Cuarto	Fondos de Reserva	Aporte Patronal	Sueldo Mensual
Propietario	1	375,00	31,25	15,63	31,25	31,24	41,81	494,94
Asistente Contable Administrativo	1	187,50	15,63	7,81	15,63	15,62	20,91	247,47
Contador Externo	1	200,00	-	-	-	-	-	200,00
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>762,50</b>	<b>46,88</b>	<b>23,44</b>	<b>46,88</b>	<b>46,86</b>	<b>62,72</b>	<b>942,41</b>

Fuente: Investigación Financiera

Elaborado por: Priscila Velastegui

## 5.03 Inversiones

“Es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social.” (Peumans, 1967, pág. 121)

Toda empresa al iniciar sus actividades económicas, requiere de activos y de capital de trabajo.

### 5.03.01 Inversiones fijas

Este rubro se agrupa en tangible e intangible, diferenciación que va a facilitar el coste del proyecto en su fase operativa. La estimación de la inversión se basa en cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto. (Inversión)

Tabla 58 Inversión fija

<b>CUADRO DE INVERSIONES INVERSION FIJA</b>						
<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Equipo y Maquinaria	-1.112,00					556,00
Muebles y Enseres	-853,50					426,75
Equipos de Computación	-1.510,00			-1.510,00		503,33
Equipos de oficina	-87,50					29,17
<b>TOTAL</b>	<b>-3.563,00</b>			<b>-1.510,00</b>		<b>1.515,25</b>

*Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui*

### 5.03.02 Activos fijos

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.

(Definiciones)

Tabla 59 Activos fijos

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>Descripción</b>	<b>TOTAL</b>
Equipo y Maquinaria	1.112,00
Muebles y Enseres	853,50
Equipos de Computación	1.510,00
Equipos de oficina	87,50
<b>TOTAL</b>	<b>3.563,00</b>

*Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui*

### 5.03.03 Capital de trabajo

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

Son los valores necesarios para cubrir los costos de producción, gastos administrativos y de ventas, en corto plazo hasta lograr un posicionamiento y salida del producto.

Tabla 60 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
Descripción	1 Mes	2 Mes	TOTAL
Sueldo Personal Administración	742,41	742,41	1.484,81
Servicios Basicos	407,00	407,00	814,00
Gastos Generales	150,00	150,00	300,00
Gastos de Ventas	39,50	39,50	79,00
Costos de Produccion	573,70	573,70	1.147,40
<b>TOTAL</b>	<b>1.912,61</b>	<b>1.912,61</b>	<b>3.825,22</b>

*Fuente: Investigación Financiera*

*Elaborado por: Priscila Velastegui*

#### 5.03.04 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Las fuentes de financiamiento designan el conjunto de capital interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones. Al decidir qué fuente de financiamiento usar, la opción principal es si el financiamiento debe ser externa o interna. Esta elección debe pesar, entre otras cuestiones, la pérdida o ganancia de autonomía financiera, la facilidad o posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento, cargabilidad/plazo para su devolución, garantías requeridas y el coste financiero (intereses) del financiamiento. (know Enciclopedia Tematica).

Tabla 61 Financiamiento y uso de fondos.

FUENTE DE USOS Y FONDOS				
Descripción	Inversion	Recursos Propios	Financiamiento	TOTAL
Equipo y Maquinaria	1.112,00	778,40	333,60	1.112,00
Muebles y Enseres	853,50	597,45	256,05	853,50
Equipos de Computación	1.510,00	1.057,00	453,00	1.510,00
Equipos de oficina	87,50	61,25	26,25	87,50
Sueldo Personal Administración	1.484,81	1.039,37	445,44	1.484,81
Servicios Basicos	814,00	569,80	244,20	814,00
Gastos Generales	300,00	210,00	90,00	300,00
Gastos de Ventas	79,00	55,30	23,70	79,00
Costos de Produccion	1.147,40	803,18	344,22	1.147,40
<b>TOTAL</b>	<b>7.388,22</b>	<b>5.171,75</b>	<b>2.216,47</b>	<b>7.388,22</b>

Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui

### 5.03.05 Amortización de financiamiento (tabla de amortización)

La amortización financiera es el r-integro de un capital propio o ajeno, habitualmente distribuyendo pagos en el tiempo. Suele ser el producto de una prestación única, que genera una contraprestación múltiple con vencimiento posterior. Es común que el pago de estas obligaciones se haga a través de desembolsos escalonados en el tiempo, aunque también se puede acordar un solo pago al final del período. Un ejemplo típico de amortización es el pago o amortización de un préstamo. (Expansión diccionario)



Tabla 62 Amortización

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>					
Inversión	100%	7.388,22			
Cap. Propio	70%	5.171,75			
Financiamiento	30%	2.216,47			
Plazo		24 MESES			
Interes		12%	0,49%		
Pagos		98,14	MENSUAL		
<b>Periodo</b>	<b>Saldo</b>	<b>Interes</b>	<b>Cuota Fija</b>	<b>Capital</b>	<b>Saldo Insoluto</b>
0	2.216,47	0,00	0,00	0,00	2.216,47
1	2.216,47	10,90	98,14	87,24	2.129,23
2	2.129,23	10,47	98,14	87,67	2.041,56
3	2.041,56	10,04	98,14	88,10	1.953,46
4	1.953,46	9,60	98,14	88,53	1.864,93
5	1.864,93	9,17	98,14	88,97	1.775,97
6	1.775,97	8,73	98,14	89,40	1.686,56
7	1.686,56	8,29	98,14	89,84	1.596,72
8	1.596,72	7,85	98,14	90,28	1.506,44
9	1.506,44	7,41	98,14	90,73	1.415,71
10	1.415,71	6,96	98,14	91,17	1.324,53
11	1.324,53	6,51	98,14	91,62	1.232,91
12	1.232,91	6,06	98,14	92,07	1.140,84
13	1.140,84	5,61	98,14	92,53	1.048,31
14	1.048,31	5,15	98,14	92,98	955,33
15	955,33	4,70	98,14	93,44	861,89
16	861,89	4,24	98,14	93,90	767,99
17	767,99	3,78	98,14	94,36	673,63
18	673,63	3,31	98,14	94,82	578,81
19	578,81	2,85	98,14	95,29	483,52
20	483,52	2,38	98,14	95,76	387,76
21	387,76	1,91	98,14	96,23	291,53
22	291,53	1,43	98,14	96,70	194,83
23	194,83	0,96	98,14	97,18	97,66
24	97,66	0,48	98,14	97,66	0,00

Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui

### 5.3.6 Depreciaciones (tabla de depreciación)

La depreciación es la pérdida de valor de compra de los equipos y herramientas por el uso dicha depreciación se la realiza en un lapso de tiempo determinado.

Tabla 63 Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	1.112,00	10	111,20	111,20	111,20	111,20	111,20
Muebles y Enseres	87,50	10	8,75	8,75	8,75	8,75	8,75
Equipos de Computación	853,50	10	85,35	85,35	85,35	85,35	85,35
Equipos de oficina	1.510,00	3	503,33	503,33	503,33	503,33	503,33
<b>TOTAL</b>	<b>3.563,00</b>		<b>708,63</b>	<b>708,63</b>	<b>708,63</b>	<b>708,63</b>	<b>708,63</b>

Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui

#### 5.03.07 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. (Definiciones).

Tabla 64 Situación inicial

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL</b>		
<b>ACTIVOS</b>		
<b>Activo Corriente</b>		<b>\$ 2.677,65</b>
<b>Caja</b>	\$ 2.677,65	
<b>ACTIVO FIJO</b>		<b>\$ 3.563,00</b>
<b>Equipo y Maquinaria</b>	\$ 1.112,00	
<b>Muebles y Enseres</b>	\$ 853,50	
<b>Equipos de Computación</b>	\$ 1.510,00	
<b>Equipos de oficina</b>	\$ 87,50	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$ 6.240,65</b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>Pasivos no Corrientes</b>		<b>\$ 2.216,47</b>
<b>Préstamo Bancario por pagar</b>	\$ 2.216,47	
<b>PATRIMONIO</b>		<b>\$ 4.024,19</b>
<b>Capital</b>	\$ 4.024,19	
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$ 6.240,65</b>

*Fuente: Investigación Financiera*

*Elaborado por: Priscila Velastegui*

### 5.03.08 Estado de resultados proyectado

Son aquellos en los cuales nos muestra nuestra pérdida y ganancia, es un documentos en el cual se detalla los ingresos y egresos que tiene la empresa en un periodo determinado, generalmente un año, y así se puede encontrar cual será la utilidad que se obtendrá en ese periodo.

Tabla 65 Estado de resultados

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>VENTAS</b>	30.150,00	31.030,32	31.936,34	32.868,82	33.828,52
<b>FUNDAS DE 60 GR</b>	30.150,00	31.030,32	31.936,34	32.868,82	33.828,52
( - ) Costo de Produccion	6.884,43	7.036,72	7.192,38	7.351,48	7.514,10
FUNDAS DE 60 GR	6.884,43	7.036,72	7.192,38	7.351,48	7.514,10
<b>( = ) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>23.265,57</b>	<b>23.993,60</b>	<b>24.743,96</b>	<b>25.517,34</b>	<b>26.314,42</b>
( - ) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	17.707,56	18.652,67	18.850,15	19.049,80	19.124,50
Gastos de Ventas	474,00	479,21	484,49	489,81	495,20
Gastos Financieros	101,99	36,79	0,00	0,00	0,00
<b>( = ) Utilidad Operacional</b>	<b>4.982,02</b>	<b>4.824,93</b>	<b>5.409,33</b>	<b>5.977,73</b>	<b>6.694,72</b>
( + ) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
( - ) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>( = ) Utilidad A.P.E.I.</b>	<b>4.982,02</b>	<b>4.824,93</b>	<b>5.409,33</b>	<b>5.977,73</b>	<b>6.694,72</b>
( - ) 15 % Participacion Laboral	747,30	723,74	811,40	896,66	1.004,21
<b>( = ) Utilidad Antes de I.R.</b>	<b>4.234,72</b>	<b>4.101,19</b>	<b>4.597,93</b>	<b>5.081,07</b>	<b>5.690,51</b>
( - ) Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>( = ) Utilidad Neta</b>	<b>4.234,72</b>	<b>4.101,19</b>	<b>4.597,93</b>	<b>5.081,07</b>	<b>5.690,51</b>
( + ) Depreciaciones	708,63	708,63	708,63	708,63	708,63
( + ) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>( = ) EXCEDENTE OPERACION</b>	<b>4.943,35</b>	<b>4.809,83</b>	<b>5.306,57</b>	<b>5.789,70</b>	<b>6.399,14</b>

Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui

### 5.03.09 Flujo neto de efectivo

Es la forma como se recupera la inversión, mediante la confrontación de los ingresos operacionales y no operacionales, junto con los egresos relacionados con su ejecución.

Tabla 66 Flujo neto efectivo

Descripción	2017	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-7.388,22				-1.510,00	1.515,25
Excedente Operacional		430,89	3.684,10	5.409,33	4.467,73	6.694,72
<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>-7.388,22</b>	<b>430,89</b>	<b>3.684,10</b>	<b>5.409,33</b>	<b>2.957,73</b>	<b>8.209,97</b>

*Fuente: Investigación Financiera*

*Elaborado por: Priscila Velastegui*

### 5.03.10 Flujos de caja proyectada

Es también conocido como presupuesto de efectivo, en el cual detallaremos los ingresos y egresos de dinero ya sea este por ventas, pagos a proveedores, pago consumos básicos entre otros, con estos datos nos ayuda a identificar cual es la liquidez de la empresa.

Tabla 67 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>VENTAS</b>					
FUNDAS DE 60 GR	30.150,00	31.030,32	31.936,34	32.868,82	33.828,52
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>30.150,00</b>	<b>31.030,32</b>	<b>31.936,34</b>	<b>32.868,82</b>	<b>33.828,52</b>
<b>EGRESOS</b>					
Gastos Administrativos	17.707,56	18.652,67	18.850,15	19.049,80	19.124,50
Gastos de Ventas	474,00	479,21	484,49	489,81	495,20
Cuota Prestamo	1.177,62	1.177,62	0,00	0,00	0,00
Costo de Produccion	6.884,43	7.036,72	7.192,38	7.351,48	7.514,10
Equipo y Maquinaria	1.112,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	853,50	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Computación	1.510,00	0,00	0,00	1.510,00	0,00
Equipos de oficina	87,50	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>29.719,11</b>	<b>27.346,22</b>	<b>26.527,01</b>	<b>28.401,09</b>	<b>27.133,81</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>430,89</b>	<b>3.684,10</b>	<b>5.409,33</b>	<b>4.467,73</b>	<b>6.694,72</b>

Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui

#### 5.04 Evaluación

Una vez realizado el estudio financiero se procede a la evaluación financiera que permitirá conocer si el proyecto es viable y rentable en base a determinados indicadores financieros.

### 5.04.01 Tasa de descuento

La tasa de descuento es un factor financiero que se utiliza, en general, para determinar el valor del dinero en el tiempo y, en particular, para calcular el valor actual de un capital futuro o para evaluar proyectos de inversión. (Definiciones)

Tabla 68 TMAR

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	
<b>TMAR =</b>	$i + f + (i \times f)$

**i = inflación**  
**f = costo de oportunidad**

<b>Inflación =</b>	1,10%	
<b>Costo de Oportunidad =</b>	11,83%	
<b>TMAR =</b>	0,011 +	0,1183 + ( 0,011 x 0,1183 )
<b>TMAR =</b>	0,1293 +	0,0013013
<b>TMAR =</b>	<b>0,1306013</b>	
<b>TMAR =</b>	<b>13,06%</b>	

*Fuente: Investigación Financiera*  
*Elaborado por: Priscila Velastegui*

### 5.04.02 VAN (Valor Actual Neto)

Consiste en traer cada uno de los flujos recuperados de la inversión durante los periodos de su vida útil, descontados con la tasa de oportunidad o descuento y luego disminuyéndola con el valor de la inversión de capital inicial. (Planificación Financiera Estratégica. Angel Maria Fierro. Pag. 95)

Tabla 69 VAN

VAN	-7.388,22	+	$\frac{430,89}{1,1306013}$	+	$\frac{3.684,10}{1,2782593}$	+	$\frac{5.409,33}{1,445201626}$	+	$\frac{2.957,73}{1,633946837}$	+	$\frac{8.209,97}{1,847342418}$
VAN	-7.388,22	+	381,12	+	2.882,12	+	3.742,96	+	1.810,17	+	4.444,20
VAN	-7.388,22	+	13.260,58								
VAN	\$ 5.872,36										

*Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui*

### 5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)

“Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (**TIR**), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.” (De Conceptos)

Tabla 70 TIR

TIR	- P	+	$\frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1}$	+	$\frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2}$	+	$\frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3}$	+	$\frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4}$	+	$\frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$
TIR	-7.388,22	+	$\frac{430,89}{1,1306013}$	+	$\frac{3.684,10}{1,2782593}$	+	$\frac{5.409,33}{1,445201626}$	+	$\frac{2.957,73}{1,633946837}$	+	$\frac{8.209,97}{1,847342418}$
TIR	-7.388,22	+	381,12	+	2.882,12	+	3.742,96	+	1.810,17	+	4.444,20
TIR =	-7.388,22	+	13.260,58								
TIR =	34%										

Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui

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

Es el tiempo en el que los inversionistas recuperan la inversión realizada, sean estos meses, años e incluso días.

Tabla 71 Período de recuperación

PERIODO DE RECUPERACION					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-7.388,22	-7.388,22	1,00	-7.388,22	-7.388,22
1	7.381,89	-6,33	0,88	6.529,17	-859,05
2	3.684,10	3.677,77	0,78	2.882,12	2.023,08
3	5.409,33	9.087,11	0,69	3.742,96	5.766,04
4	5.977,73	15.064,83	0,61	3.658,46	9.424,50
5	8.209,97	23.274,80	0,54	4.444,20	13.868,70

Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui

### 5.04.05 Punto de equilibrio

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

El punto de equilibrio se determinará mediante la siguiente fórmula establecida:

Tabla 72 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
P.E. =	$\frac{CF}{p - Cvu}$
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	17.707,56
Gastos de Ventas	474,00
Gastos Financieros	101,99
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>18.283,55</b>
Costo Variable unitario	0,17
Precio	0,75
PE =	$\frac{CF}{p - Cvu}$
PE =	$\frac{18.283,55}{0,75 - 0,17}$
PE =	$\frac{18.283,55}{0,58} = 31.591,69 \text{ u}$

DEMOSTRACION	
VENTAS	23.693,77
( - ) Costo Variable	5.410,22
( = ) Margen Contribucion	18.283,55
( - ) Costo Fijos	18.283,55
( = ) Utilidad Operacional	-

Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui

### 5.04.05.01 Punto de Equilibrio

#### GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO VESTIDOS

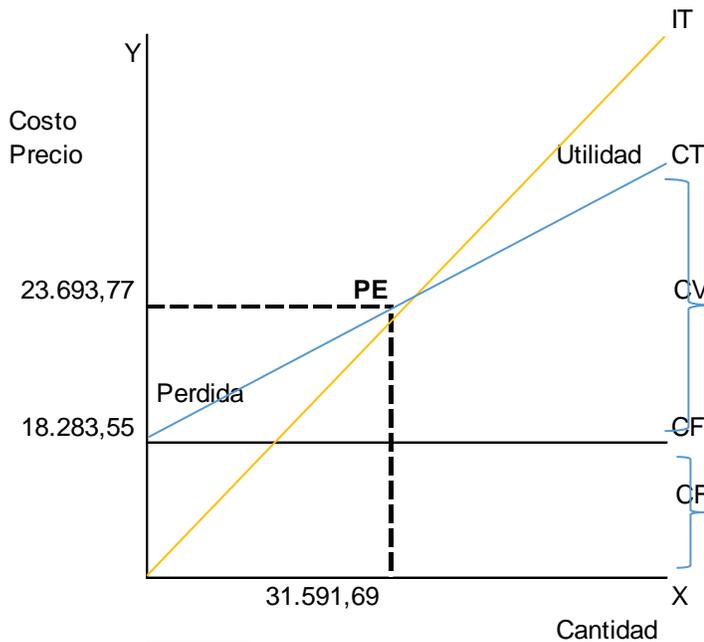


Figura 24 Punto de equilibrio  
Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui

### 5.04.06 Análisis de índices financieros

#### 5.04.06.01 ROE (Rentabilidad del patrimonio.)

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

$$\text{R.O.E} = \frac{4.234,72}{5.171,75}$$

$$\text{R.O.E} = 0,82$$

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

#### 5.04.06.02 ROA (Rentabilidad del activo)

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

$$R.A. = \frac{4.234,72}{6.240,65}$$

$$R.A. = 0,68$$

#### 5.04.06.03. Índice de endeudamiento.

##### INDICE DE ENDEUDAMIENTO

Índice de Endeudamiento	TOTAL PASIVO TOTAL ACTIVO
Índice de Endeudamiento	\$ 2.216,47 \$ 6.240,65
Índice de Endeudamiento	36%

#### 5.04.06.04. Relación Costo Beneficio.

##### RELACIÓN COSTO BENEFICIO

FLUJOS DESCONTADOS	15.258,29
INVERSION	7.388,22
RELACION COSTO BENEFICIO	2,07

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

## CAPÍTULO VI

### 6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

#### 6.01 Impacto ambiental

Se tratara de brindar la mejor solución para minimizar la contaminación ambiental, sus alternativas propuestas en el proyecto, ya que se han considerado métodos para reducir, compensar o evitar efectos negativos para el medio ambiente y la salud de los consumidores del producto final.

#### 6.02 Impacto económico

El crecimiento y aporte a la matriz productiva del país, mediante la ejecución del presente proyecto es viable, ya que como lo demuestra el estudio de mercado tiene un crecimiento y estabilidad económica y por ende genera plazas de empleo, para ayudar en la recesión del país.

### **6.03 Impacto productivo**

Para lograr la ejecución y rentabilidad del proyecto se deben realizar estrategias de producción, analizar a los principales competidores en la misma industria, ya que estas nos permiten tomar decisiones o puntos a tomar en cuenta para la comercialización del producto, para conseguir el objetivo que es la aceptación del producto en el mercado.

### **6.04 Impacto social**

Al referirse al impacto social, se hace mención a la contribución positiva y sostenible ante la sociedad para el crecimiento industrial del sector donde va estar ubicada la microempresa, y por ende el crecimiento a corto plazo, y con nuevas plazas de empleo para la comunidad.

## CAPÍTULO VII

### 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.01 Conclusiones

Mediante el análisis situacional se determina los factores externos e internos que van a influir en la implementación del proyecto lo cual en el externo se debe tomar decisiones correctas para que no afecte de manera directa las amenazas y debilidades que hay en el país y por otro lado fortalecer las oportunidades y fortaleza que va a tener el mismo.

En el estudio de mercado se determina mediante la encuesta la aceptación del producto ante el consumidor también se analiza la oferta y demanda del producto y estrategias para la publicidad del producto.

Se establece en el estudio técnico la capacidad de producción real que debe tener el proyecto anual y la maquinaria y equipo que debe contar el proyecto para su respectiva producción e implementación.

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

En el estudio financiero se concluyó que la inversión para la implementación es de 7.388,22 USD, el cual nos da un VAN de 5.194.01 USD y una TIR de 34 %.

En los impactos se determina que es positivo para el proyecto ya que el gobierno está apoyando a los pequeños microempresarios a emprender proyectos que ayuden a fortalecer la economía del país y al mismo tiempo ayuda a las personas a ser empresarios y generar fuentes de empleo.

Tenemos un Costo Beneficio de 2.07, lo que quiere decir que por cada dólar invertido se recuperará 1.07.

## **7.02 Recomendaciones**

Realizar un estudio o sondeo de encuestas para ver cómo va el negocio y buscar estrategias para seguir dándose a conocer.

Analizar un estudio de la competencia para poder establecer precios adecuados y tener la materia prima necesaria.

Determinar estrategia de publicidad y canales de comercialización para darse a conocer a los futuros clientes potenciales.

Analizar un estudio de financiamiento cada semestre para poder ver la rentabilidad que está generando el negocio.

## ANEXOS

### Materia Prima



*Elaborado: Priscila Velastegui*

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

## Formulario de Inscripción Municipio de Quito

**MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**  
Formulario de Inscripción y Actualización del Registro Actividades Económicas Tributarias  
RAET - SOCIEDADES



Fecha:

A. IDENTIFICACION DE LA SOCIEDAD	
RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL:	
RUC (En caso de poseerlo):	
NOMBRE COMERCIAL:	
TIPO DE SOCIEDAD:	
FECHA DE CONSTITUCIÓN:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL:	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS:	

B. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL	
APELLIDOS Y NOMBRES:	
Nº IDENTIFICACIÓN:	
CARGO:	
FECHA DE NOMBRAMIENTO:	
DIRECCIÓN:	
TELÉFONO:	
CORREO ELECTRÓNICO:	

C. DATOS UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD		
PARROQUIA:		
BARIO:		
CALLE PRINCIPAL:		
Nº CASA:		
INTERSECCIÓN:		
Nº PREDIO DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:		
CORREO ELECTRÓNICO:		
TELÉFONO 1:	TELÉFONO 2:	TELÉFONO 3:



Firma del Representante Legal

Imprimir

Limpiar

Formulario gratuito, descargado del Portal Administrativo Municipal: <http://pam.quito.gov.ec> Página 1/1

Fuente: Municipio de Quito  
Elaborado por: Priscila Velastegui

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

## Formulario Patente Municipio de Quito

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO  
FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN O ACTUALIZACIÓN  
DEL REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS TRIBUTARIAS – RAET (PATENTE)  
PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD



Fecha:

A. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE	
APellidos y nombres completos:	
Número de identificación:	
Fecha de inicio de actividades:	
Fecha de reinicio de actividades:	

INSCRIPCIÓN:  ACTUALIZACIÓN:

En caso de inscripción llenar todos los campos del formulario, en caso de Actualización, llenar solo los campos que se requiere actualizar información.

B. DATOS DE UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE			
PROVINCIA:		CANTÓN:	
PARROQUIA:		BARRIO:	
CALLE PRINCIPAL:		Nº:	
CALLE SECUNDARIA:			
REFERENCIA DE UBICACIÓN:			
CORREO ELECTRÓNICO:	TELÉFONO:		CEL:

C. DATOS DEL DOMICILIO TRIBUTARIO DEL CONTRIBUYENTE (ESTABLECIMIENTO MATRIZ)			
Nº ESTABLECIMIENTO:		PROVINCIA:	
CANTÓN:		PARROQUIA:	
BARRIO:			
CALLE PRINCIPAL:		Nº:	
CALLE SECUNDARIA:			
CONJUNTO:	EDIFICIO:	PISO:	
MANZANA:	VÍA:	KM:	
REFERENCIA DE UBICACIÓN:			
CORREO ELECTRÓNICO:	TELÉFONOS:	1	2

D. ESTABLECIMIENTOS EN EL CANTÓN QUITO			
Nº ESTABLECIMIENTO:		PARROQUIA:	
BARRIO:			
CALLE PRINCIPAL:		Nº:	
CALLE SECUNDARIA:			
CONJUNTO:	EDIFICIO:	PISO:	
MANZANA:	VÍA:	KM:	
REFERENCIA DE UBICACIÓN:			
CORREO ELECTRÓNICO:	TELÉFONOS:	1	2

Llenar la información de al menos uno de los establecimientos ubicados en el Cantón Quito.

E. EN CASO DE ARTESANOS CALIFICADOS POR LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO	
Nº DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE EXPEDICIÓN DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CADUCIDAD DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

F. EN CASO DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES CON UN PORCENTAJE IGUAL O MAYOR AL 30%:	
No. DE CARNE DE CONADES O MINISTERIO DE SALUD:	
FECHA DE CADUCIDAD:	
PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD:	

G. AUTORIZACIÓN TERCERAS PERSONAS	
Autorizo al señor/ya _____ con cédula de identidad o ciudadanía, o pasaporte No. _____ para que realice la inscripción o Actualización registrado en este formulario.	

DECLARO QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA EN ESTE DOCUMENTO ES EXACTA Y VERDADERA, POR LO QUE ASUMO LA RESPONSABILIDAD LEGAL QUE DE ELLA SE DERIVE. (Art. 97 del Código Tributario.)

\_\_\_\_\_  
Firma del Contribuyente / Apoderado  
Nombres y Apellidos: \_\_\_\_\_  
Cédula / Pasaporte: \_\_\_\_\_

*Fuente: Investigación Financiera  
Elaborado por: Priscila Velastegui*

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

## BIBLIOGRAFÍA

- Barkin, D., & Esteva, G. (1979). *Inflación y democracia: el caso de México* (Vol. septima edición). Mexico, Mexico: Siglo veintiuno editores.
- Ayala Mora, E. (2008). *Historia General de América Latina* (unesco 2008 ed.). (E. A. Mora, Ed.) PARIS: TROTТА.
- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos* (Quinta Edición ed.). (P. E. Vázquez, Ed.) México: MCGraw-Hill Interamericana Editores S.A. Recuperado el 25 de Julio de 2015
- Bach, A. R. (2014). *Gestión económica y financiera de la empresa*. Madrid: Gohegraf.
- Baena Gracia, V., & Moreno Sanchez, M. (2010). *Instrumentos de Marketing*. Barcelona: UOC. Recuperado el 28 de Noviembre de 2016
- Bello R, G. (2007). *Operaciones Bancarias en Venezuela. Teoría y Práctica*. Caracas: Texto, C.A.
- Berghe, E. V. (2010). *Gestion y gerencia empresariales*. Bogota: Ecoe ediciones.
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (Segunda Edición ed.). México: Pearson Educación. Recuperado el 04 de Agosto de 2015
- Blanco, A. (2015). *Gestión de Entidades Financieras*. Madrid: ESIC Editorial.
- Castro, C. (2007). *Mercadotecnia*. Mexico: Universitaria Potosina. Recuperado el 06 de Diciembre de 2016
- Céspedes Sáenz, A. (2010). *Principios de Mercado* (Quinta Edición ed.). Bogota: Ecoe Ediciones.
- Churion, J. R. (2001). *Economía al alcance de todos*. Caracas-Venezuela: ALFA.
- De souza Silva. (2008). *evaluacion del desarrollo de capacidades*. cali.
- Delgado, S. C., & Martillo, I. (2007). *Aplicación de los intereses pasivos y activos en el sistema bancario ecuatoriano y sus efectos macroeconómicos*. Quito, Ecuador: Servicios académicos intercontinentales. Recuperado el 2016 de Noviembre de 29

- Díaz Panigua, E., & León Sánchez, M. (2014). *Gestión Administrativa y Comercio en Restauración*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Dominguez Gonzalo, E. (2014). *aplicaciones de la gestión comercial*. San Millán: tutor formación.
- Fernández, O. (2005). *SITUACION LEGAL DE DESEMPLEO*. ASTURIAS: EDICIONES DE LA UNIVERSIDAD DE OVIEDO.
- Flores, J. (2010).
- frutas-hortalizas. (1999). *frutas-hortalizas*. Recuperado el 14 de 06 de 2018, de <http://www.frutas-hortalizas.com/Hortalizas/Origen-produccion-Haba.html>
- Graell, J. R., & Bertran Codina, S. (2010). *El plan de viabilidad: Guía práctica para su elaboración y negociación*. Barcelona: Profit Editorial I.,S.L.
- Guevara Samaniego, J. (Abril de 2015). *Proyectos*. 53. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el Abril de 2015
- Hitt, M. (2006). *Administración de Empresas*. México: Pearson Educación.
- Hurtado Larrea, O. (1996). *Factores económicos, políticos y sociales para el desarrollo ecuatoriano / Osvaldo Hurtado Larrea*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.
- Iglesia Tovar, J., Talón, P., & García-Viana, R. (2007). *Comercialización de Productos y Servicios Turísticos* (Vol. Segunda Edición). Madrid: Editorial Síntesis, S.A.
- Ilpes. (2016). *guía para presentación de proyectos*.
- Kotler & Armstrong. (2007). *Marketing Versión para Latinoamérica*.
- Kotler, P. (2008). *Las preguntas más frecuentes sobre marketing*. Bogotá: Norma. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=9SdB\\_M6x\\_ugC&pg=PA83&dq=plaza+en+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi1mtnHvKLSAhXCVyYKHUJHCPIQ6AEINTAF#v=onepage&q=plaza&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=9SdB_M6x_ugC&pg=PA83&dq=plaza+en+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi1mtnHvKLSAhXCVyYKHUJHCPIQ6AEINTAF#v=onepage&q=plaza&f=false)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Marketing*. México: Pearson. Recuperado el 23 de Julio de 2016
- Lacalle, G., Caldas, M. E., & Carrion, R. (2012). *La empresa como comunidad de personas (Recursos humanos y responsabilidad)*. Editex: Editex.
- lahora. (05 de Marzo de 2016). *lahora*. Recuperado el 15 de junio de 2017, de [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101922106/-1/El\\_cultivo\\_de\\_haba\\_se\\_desarrolla\\_mejor\\_entre\\_8%C2%B0C\\_y\\_14%C2%B0C.html#.WUJ8vuuGPIU](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101922106/-1/El_cultivo_de_haba_se_desarrolla_mejor_entre_8%C2%B0C_y_14%C2%B0C.html#.WUJ8vuuGPIU)

- Malhotra, N. K. (2008). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. México: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de Investigación de Mercados:  
[https://www.google.com.ec/?gfe\\_rd=cr&ei=\\_iZMwC2vLPCw8wfjy42QA#q=estudio+de+mercado+libtos](https://www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=_iZMwC2vLPCw8wfjy42QA#q=estudio+de+mercado+libtos)
- Martínez, D., & Milla Artemio. (2012). *Análisis del entorno*. España: Diaz de Santos.
- Martinez, & Milla. (2012). *La elaboracion del plan estratègico y su implantaciòn a través del cuadro de mando integral*. Madrid: Ediciones Dias de Santos.
- Muñiz, L. (2009). *Control Presupuestario Planificacion, elaboracion y seguimiento del presupuesto*. Barcelona: PROFIT.
- Muñoz, R., & Nevado, D. (2007). *El desarrollo de la organizaciones de siglo XXI*. Madrid: Especial Directivos.
- Peña Legazkue, I. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor*. España: Universidad de Cantabria.
- Peumans, h. (1967).
- Ramírez Kuri, P., & Aguilar, M. A. (2006). *Pensar y Habitar la Ciudad*. España: Anthropos. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016, de  
[https://books.google.com.ec/books?id=TPcZZmBi\\_0C&pg=PA181&dq=libro+de+analisis+situacional&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=libro%20de%20analisis%20situacional&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=TPcZZmBi_0C&pg=PA181&dq=libro+de+analisis+situacional&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=libro%20de%20analisis%20situacional&f=false)
- Reyes Ponce, A. (2005). *Administración de empresa 2: teoría y práctica* (Segunda ed.). Mexico: Limusa.
- Reyes, O. (2012). *Planeacion Estrategica Para Alta Direccion*. Bloomington: Palibrio.
- Robbins, S. P. (2005). *Administracion* (octava edicion ed.). (P. Educación, Ed.) Mexico, Mexico: Pearson Educación.
- Robbins, S. P. (2005). *Administracion*. Mexico: Edision en España Marisa de Anta.
- S. R., & M. C. (2005). *Administración* (Octava ed.). Mexico: Pearson Educación. Recuperado el 26 de Noviembre de 2016, de  
[https://books.google.com.ec/books?id=oVHIFmFi\\_ToC&pg=PA64&dq=AMBIENTE+EXTERNO&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj9ppjNuMfQAhUHLSYKHZriBE8Q6AEIGTAA#v=onepage&q=AMBIENTE%20EXTERNO&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=oVHIFmFi_ToC&pg=PA64&dq=AMBIENTE+EXTERNO&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj9ppjNuMfQAhUHLSYKHZriBE8Q6AEIGTAA#v=onepage&q=AMBIENTE%20EXTERNO&f=false)
- Sanchez, R. (2005). *POBLACION Y AMBIENTE*. MEXICO.
- Serano Gómez, F., & Serrano Domínguez, C. (2005). *Gestión, Dirección y Control del producto*. Madrid: ESIC. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016
- Solorzano, r. (2006).

---

**APOYAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HABAS TINTURADAS CON COLORES ORGANICOS UBICADO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2017.**

uc.cl. (1992). *uc.cl*. Recuperado el 15 de 06 de 2017, de  
[http://www7.uc.cl/sw\\_educ/hort0498/HTML/p192.html](http://www7.uc.cl/sw_educ/hort0498/HTML/p192.html)

*Universidad Santo Tomas*. (06 de Agosto de 2015). Recuperado el 10 de Agosto de 2015, de  
[http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20\(Segundo%20Momento\)/estudio\\_tcnico.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20(Segundo%20Momento)/estudio_tcnico.html)

Valdez. (2006). *Principales conceptos y variables macroeconomicas*. Lima: Supergráfica E.I.R.L.

Vasquez, C. (16 de 10 de 2014). *Técnicas de obtención de información*. Obtenido de  
<https://prezi.com/z6zvowxrormp/tecnicas-de-obtencion-de-informacion/>

Vazquez, G. C. (2012). *Comportamiento del Consumidor*. México: Red Tercer Milenio.

Vilacorte, M. (2010). *Introducción al marketing estratégico*. California: ISNA.

Zambrano, A. (2007). *Planificación estratégica, presupuesto y gestión de la gestión pública* (1 reimpresión ed.). Caracas: Texto C.A.

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** PRISCILA VELASTEGUI.pdf (D30301078)  
**Submitted:** 2017-08-31 05:55:00  
**Submitted By:** pris\_velastegui@outlook.es  
**Significance:** 2 %

### Sources included in the report:

<http://www.eumed.net/librosgratis/2010f/852/tecnicas%20de%20recoleccion%20de%20informacion.htm>  
<http://www.frutas-hortalizas.com/Hortalizas/Origen-produccion-Haba.html>  
[http://www7.uc.cl/sw\\_educ/hort0498/HTML/p192.html](http://www7.uc.cl/sw_educ/hort0498/HTML/p192.html)  
<https://prezi.com/z6zvowxrormp/tecnicas-de-obtencion-de-informacion/>

### Instances where selected sources appear:

6