



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN BANCA Y
FINANZAS**

TEMA:

**Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados
al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito
Metropolitano de Quito.**

AUTOR

EDGAR PATRICIO LOPEZ HARO

TUTORA

Tutor: Ing. CAÑAR FRANCISCO

Quito – Ecuador

DECLARATORIA

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

EDGAR PATRICIO LOPEZ HARO

C.I. 0201931324

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, EDGAR PATRICIO LOPEZ HARO alumno de la Escuela de Administración Bancas y Finanzas, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

AGRADECIMIENTO

Al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera, los ingenieros que en los últimos 3 años de duración de la carrera me han enseñado sus conocimientos y experiencias y por la gran paciencia de cada uno de los ingenieros a todo el personal que conforma esta institución quienes a través de sus conocimientos y ejemplos me han preparado para la vida y el campo profesional.

Quiero dar gracias a Dios por darme la sabiduría para poder concluir el primer paso de mis estudios también dar gracias a todas las personas que me ayudaron en este proyecto que me trajo en lo largo de mis estudios a mis padres y a la señora Norma Guerrero por siempre estar ahí siempre diciéndome que me prepare y sea un gran profesional darle las gracias por su gran confianza en mí y a mis amigos.

DEDICATORIA

A mis padres

A mi jefa

A mis hermanos

A mis amigos

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Resumen Ejecutivo

Este estudio se enfocara a cubrir la demanda de producto que no se encuentra con facilidad en el mercado en la actualidad no se comercializan los huevos orgánicos empacados al vacío en las cadenas de supermercados por eso se izó un estudio para ver la aceptación del producto y determinar si es factible o no la implementación del proyecto cual determina que se puede implementar al mercado y va a tener una buena acogida de los clientes,tambien tenemos que tener en cuenta la competencia de las marcas establecidas en el mercado.

A través del Estudio de Mercado se identificó que existe una demanda insatisfecha en la comercialización de huevos orgánicos empacados a la vacía razón que justifica la puesta en marcha del presente proyecto.

Se realizó un estudio financiero para determinar los costos y gastos que incurren en la creación de la empresa y cuanto se necesita de inversión de capital necesario mediante el estudio realizado se determinó rentabilidad y viabilidad el proyecto.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Abstract

This study will focus on meeting the demand for product that is not easily found in the market at present no organic eggs in vacuum packed supermarket chains sold by a study that was raised for product acceptance and determine if the implementation of the project which can be implemented determines the market and will have a good reception from customers is feasible or not, have to take into account competition from established brands in the market.

Through Market Study identified that there is an unmet demand in the marketing of organic eggs packed the empty reason for the implementation of this project.

A financial study to determine the costs and expenses incurred in the creation of the company and how much is needed for capital investment required by the feasibility study and the project profitability is determined.

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Análisis de Sistemas, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y LOS PROCESOS DE RESERVA Y CONTROL. DISEÑO DE UN SOFTWARE DE CONTROL DE ENTREGA Y RESERVAS DE PRODUCTOS PARA LA PRODUCTORA DE MANGOS "MANGUIFERA"**", el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

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

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

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

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

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

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 13 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) _____
C.C. 1722914726
CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla de contenido

CAPITULO: 1 INTRODUCCION	1
Bibliografía.....	8
CAPITULO: 2 ANALISIS SITUACIONAL	11
2.1 AMBIENTE EXTERNO	11
2.1.1 FACTOR ECONOMICO	11
2.1.0.1 TASA DE INTERES ACTIVA	14
2.1.0.2 TASA DE INTERES PASIVA	15
2.1.0.3 INFLACION	16
2.1.0.4 BALANZA COMERCIAL	17
2.1.2 FACTOR SOCIAL	18
2.1.3 FACTOR LEGAL	20
2.1.3.0.1 CREACION DE EMPRESA	21
2.1.3.0 2 La LUAE (LICENCIA UNICA DE ACTIVIDADES ECONOMICA)	31
2.2 ENTORNO LOCAL	34
2.2.1 CLIENTES.....	34
2.2.1 PROVEEDORES.....	35
2.2.2 COMPETIDORES.....	36
2.3 ANALISIS INTERNO.....	37
2.3.1 Propuesta estratégica.....	37
2.3.1.1 MISION	38
2.3.1.2 VISION.....	38
2.3.3.1 OBJETIVOS	38
2.3.1.3.1 Objetivo General	38
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.....	39

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.3.1.3.2 Principios y/ o Valores	39
2.3.2 Gestión Administrativa	41
2.3.0.1 Funciones por departamentos	42
2.3.3 Gestión operativa	45
2.3.3.0.1 Flujogramas procesos	48
2.3.4 Gestión Comercial	49
2.4 FODA.....	52
CAPITULO: 3 ESTUDIO DE MERCADO	53
3.1Análisi del consumidor	53
3.1.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA.....	53
3.1.0.1 Población	53
3.1.2 Técnicas de obtención de información	55
3.2 OFERTA	66
3.2.1 Oferta Historica	66
3.2.2 Oferta Actual	66
3.2.3 Oferta Proyectada	67
3.3. Productos Sustitutos	67
3.3.1 Oferta historica.....	68
3.3.2 Oferta Actual	68
3.3.3 oferta proyectada	69
3.4 Demanda	70
3.3.3 Demanda Proyectada	71

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.5 BALANCE OFERTA-DEMANDA	71
3.5.1 Balance Actual	71
3.5.2 Balance Proyectada	72
CAPITULO 4: ESTUDIO TÉCNICO	73
4.1 Tamaño del Proyecto.....	73
4.1.1 Capacidad Instalada.....	74
4.1.2 Capacidad Óptima	74
4.2 LOCALIZACIÓN	75
4.2.2 Micro localización.....	76
4.3.1 Definición del ByS.....	81
4.3.2 Distribución de planta	81
4.3.3 Proceso productivo.....	82
4.3.4 Maquinaria y Equipos.....	84
CAPÍTULO 5: ESTUDIO FINANCIERO	85
5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	85
5.101 Materia Prima Directa	86
5.102 Mano de Obra Directa (M.O.D)	87
5.103 Costos Indirectos de Fabricación.....	87
5.102 Ingresos	88
5.101 Ingresos no operacionales.....	88

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.2 COSTOS	89
5.2.1 Costo Directo	89
5.2.02 Costo Indirecto	89
5.2.3 Gastos Administrativos.....	90
5.2.4 Costo de Ventas.....	92
5.2.6 Costos Fijos y Variables	94
5.2 INVERSIONES	95
5.2.1 Inversión Fija	95
5.2.1.1 Activos Fijos	96
5.2.1.2 Activos Diferidos.....	98
5.2.2 Capital de Trabajo.....	98
5.2.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.....	99
5.2.4 Amortización de Financiamiento tabla de amortización.....	100
5.2.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)	101
5.2.6 Estado de Situación Inicial	102
5.2.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).....	103
5.2.8 Flujo Caja	104
5.3 EVALUACION.....	105

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.3.1 Tasa de descuento.....	105
5.3.2 Van.....	106
5.3.4 TIR.....	107
5.3.5 PRI (Período de recuperación de la inversión)	108
5.3.6 RBC (Relación costo beneficio).....	108
5.3.6 Punto de equilibrio	109
5.3.7 Análisis de índices financieros.....	111
5.3.7.0.1 Razón de endeudamiento	113
5.3.7.0.3 ROA (Rentabilidad del activo).....	115
5.3.7.0.3 ROI (Rentabilidad de la inversión	116
CAPÍTULO VI: ANALISIS DE IMPACTOS	117
6.1 Impacto Ambiental.....	117
6.2 Impacto Económico	118
6.3 Impacto Productivo	118
6.4 Impacto Social	119
Capitulo VII Conclusiones y Recomendaciones	120
7.1 Conclusiones.....	120
7.2 Recomendaciones	122

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

FIGURE 1 PIB	12
FIGURE 2 TASA ACTIVA	14
FIGURE 3 TASA PASIVA	15
FIGURE 4 INLACION	16
FIGURE 5 BALANZA COMERCIAL	17
FIGURE 6 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	41
FIGURE 7 ALMACENAMIENTO DE HUEVOS	45
FIGURE 8 CLASIFICACION DE LOS HUEVOS	45
FIGURE 9 EMPAQUETAMIENTO	46
FIGURE 10 DISTRIBUCION	46
FIGURE 11 PRODUCTO AL CONSUMIDOR	47
FIGURE 12 FUJO DE PROCESOS	48
FIGURE 13 LOGO DE LA EMPRESA	49
FIGURE 14 SUPERMAXI	50
FIGURE 15 FODA	52
FIGURE 16 OFERTA HISRO	66
FIGURE 17 MAPA DEL ECUADOR	76
FIGURE 18 CALLES DE QUITO	77
FIGURE 19 DISTRUBUCION DE LA PLANTA	82
FIGURE 20 PLANO DE LA EMPRESA	82
TABLE 1 TABLA CLIENTES	34
TABLE 2 TABLA PROVEEDORES	35
TABLE 3 TABLA COMPETIDORES	36
FIGURA 4 POBLACION	54
TABLA 5 OFERTA	66
TABLA 6 OFERTA PROYECTADA	67
TABLA 7 MAQUINARIA Y EQUIPOS	84
TABLA 8 MATERIA PRIMA DIRECTA	86
TABLA 9 MANO DE OBRA DIRECTA	87
TABLA 10 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	87
TABLA 11 INGRESOS	88
TABLA 12 INGRESOS PROYECTADOS	88

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

TABLE 13 COSTOS DIRECTOS.....	89
TABLE 14 COSTOS INDIRECTO	89
TABLE 15 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	90
TABLE 16 MATERIAL DE ASEO	91
<i>TABLA 17 COSTOS ADMINISTRATIVOS.....</i>	<i>91</i>
TABLE 18 PROYECCION GASTOS ADMINISTRATIVOS	92
TABLE 19 GASTOS VENTAS	93
TABLE 20 PROYECCION GASTOS DE VENTAS.....	94
TABLE 21 PROYECCION DE COSTOS ANUALES.....	94
TABLE 22 INVERSION.....	96
TABLE 23 ACTIVOS FIJOS.....	97
TABLA 24 GASTOS CONSTITUCIÓN	98
TABLE 25 AMORTIZACION	100
TABLA 26 DEPRECIACIÓN	101
TABLE 27 PUNTO EQUILIRIO	110
TABLA 28 FÓRMULAS DE PUNTO DE EQUILIBRIO	111
TABLE 29 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	112

CAPITULO I: 1 INTRODUCCION

1.1 Justificación

La sociedad está cambiando su estilo de vida buscando nutrientes que beneficien y ayuden a la salud y brinde bienestar, la población en la actualidad busca consumir alimentos sanos y nutritivos que mejoren la calidad de vida y sean aporte natural como fuente de nutrientes necesarios para un normal desarrollo.

Este proyecto consiste en la implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío, regulado por todos los aspectos técnicos, sanitarios y legales desde la selección de proveedores, hasta el adecuado transporte y empacamientos al vacío de los mismos. Con la realización de éste estudio de factibilidad y creación posterior de la empresa se pretende ganar espacio dentro del mercado de mayoristas en el mercado del distrito metropolitano de quito que tiene una población de 2'239.19 habitantes. Brindando una alternativa de alimentación diferente orgánica, cuidando la salud, y brindando un producto de calidad.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Por lo tanto la empresa diseñara un plan para cumplir las ventas propuestas y satisfacer la demanda los clientes y con ello posesionarse en el mercado y logra cumplir los objetivos establecidos generando fuentes de empleo.

Con la creación de la empresa, y dando un valor agregado a los productos ofertados , además del mercado nacional se pretende a futuro la posibilidad de exportar los huevos orgánicos empacados al vacío al mercado internacional garantizando un producto con las normas INEN, COFASE ECUADOR.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

1.2 Antecedentes

El crecimiento en el sector de distribución de huevos va en aumento en la actualidad este mercado representa una necesidad de los consumidores en adquirir un producto de calidad, aun con mayor razón se busca un beneficio para la salud y mejorar nutrición al consumir huevos orgánicos.

La creación de la una empresa comercializadora de huevos orgánicos responde a la necesidad de un mercado potencial insatisfecho por la falta de alimentos orgánicos en general, ya que las grandes empresas proveedoras de este producto que se constituyen en un monopolio, solamente ofrecen como producto huevos criados en granjas que contienen abundantes químicos.

El huevo es mucho más que un alimento para el hombre además de la importancia de su aporte nutricional, su sabor, color, textura lo han convertido en alimento básico e indispensable para la cocina sobre todo es un alimento sabroso y rico en proteínas y vitaminas esencial en pequeñas dosis por ejemplo tiene. **Vitamina A** su principal función es en el correcto mantenimiento de los huesos, la piel y los dientes.

Vitamina B2 es muy necesario en el proceso de la creación de enzimas que luego ayudara en la

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

liberación de energía que contienen las grasas, los carbohidratos y las proteínas que ingerimos con los alimentos se encarga de mantener nuestra salud.

Mantener la salud y fortalecer las unas, cabello y también la piel. **Vitamina E** colabora a la creación de los glóbulos rojos. Los huevos crudos también contienen una gran cantidad de otras sustancias vitales como proteínas, ácidos grasos esenciales, junto con la niacina, riboflavina, biotina, colina, vitaminas A, D y

E, magnesio, fósforo, potasio, manganeso, hierro, yodo, cobre, zinc y azufre. Las yemas de huevo son uno de los pocos alimentos que contienen vitamina D. Esta realidad hace referencia a que la **clara de huevo** posee una proteína llamada **avidina** que actúa como **antivitamina de la biotina o vitamina B8**, es decir, impide su absorción, pudiendo provocar un déficit de la misma.

Huevos Orgánicos.

Los huevos orgánicos son aquellos cuyas madres disfrutaron de una vida en la que no existen las sustancias químicas, la iluminación artificial ni las jaulas. Es de suma importancia que las gallinas vivan en un ambiente libre, donde puedan desarrollarse con soltura, y no en galpones pequeños donde la calidad de vida es totalmente insalubre.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Las que viven en jaulas ponen sus huevos mientras son zarandeadas y pisoteadas por las que comparten la misma jaula teniendo cada una un espacio cinco veces menor que el que necesitan para ponerse de pie, moverse y agitar sus alas. (Natural, 2014)

Para evitar las numerosas infecciones que pueden atacar a las gallinas se añade al agua de las baterías sulfonamidas, antibióticos y tranquilizantes. Además a los forrajes se les agregan colorantes artificiales (los carotenoides: ojo: estos son naturales: hay que averiguar cuáles son los artificiales para que las yemas tengan un color dorado más intenso que las asemeja a los huevos de granja alimentados con maíz. El maíz, sobre todo el "colorado" es una fuente natural de carotenos

Los huevos ecológicos nos suministran un alimento completo desde el punto de vista nutritivo:

13% de Proteínas

9,1% de grasas muy digestibles

12,2% de minerales (fósforo, hierro y azufre) vitaminas contenidas en la clara y en la yema (A, D, B1 y B2)

Los huevos contienen vitaminas, sobre todo A, D, E y B y minerales entre los que predominan el hierro, fósforo, zinc y selenio.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

- El huevo es un alimento de elevado contenido de proteínas de gran calidad, presentes en la clara
- Niños, personas de estatura media y personas inactivas, podrían disfrutar de comer 3-4 huevos a la semana, mientras que las personas físicamente muy activas y corpulentas, podrían consumir hasta 7 huevos a la semana.

El huevo es la mayor fuente de proteínas de origen animal. Históricamente se lo ha asociado con el colesterol y no precisamente el “bueno”.

Desmitifiquemos estos prejuicios y conozcamos verdaderamente las riquezas y propiedades que el huevo nos brinda como ningún otro alimento.

Huevos Químico.

En el sistema de batería, las gallinas se abarrotan en una jaula tan pequeña que no pueden estirar sus alas, no pueden caminar ni picotear o cavar en la tierra. Bajo estas condiciones las gallinas no pueden realizar la mayoría de sus comportamientos naturales, tales como bañarse con polvo, dormir en lo alto de una percha, etc. Hasta 90.000 gallinas enjauladas pueden ser abarrotadas en un galpón sin ventanas.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

El Empaquetamiento del Producto.

La película termoencogible es un producto muy versátil que tiene muchas aplicaciones actualmente son películas plásticas que se encogen al ser sometidas a una fuente de calor al contrario de la película stretch que se estira, estos productos reducen su tamaño al enfriarse se establecen sus características de encogimiento hasta que se les aplica calor y estos que se encojan de nuevo hacia sus dimensiones iniciales el paquete perfecto es creado escogiendo las propiedades de ingeniería en películas para la fuerza de contratación y dirección se utiliza en diferentes productos alimenticios . (Huevo, 2009)

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Bibliografía

Anzil, F. (10 de 13 de 2012). Estudio Financiero. Obtenido de Estudio Financiero:

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

By Alexander Guzmán Vásquez, D. G. (2005). Contabilidad financiera. Colombia: Printed and in Colombia.

By Jairo Alberto Cano P. Francisco Javier Cardona A., H. P. (2005). Contabilidad Pública. Las respuestas a las preguntas más comunes de las finanzas estatales. bogota: EDITORIAL KIMPERS.LTDA.

By Lawrence J. Gitman, M. D. (2004). Fundamentos de inversiones.

By Lawrence J. Gitman, M. D. (2004). Fundamentos de inversiones. Espana: Printed in Spain.

By Víctor L. Urquidí, S. T. (2008). Ensayos sobre economía. MEXICO: EL colegio de mexico.

Chain, B. N. (2007). Proyectos de inversión: formulación y evaluación. MEXICO: PRINTED IN MEXICO.

Ecuadro, B. C. (29 de 6 de 2014). www.bce.fin.ec/. Obtenido de www.bce.fin.ec/:
<http://www.bce.fin.ec/>

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Estallo, Á. G. (2010). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. España: ESIC EDITORIAL.

GABRIEL, B. U. (2001). Evaluacion de Proyectos. Mexico: editorial mexico.

Garcia, R. E. (2003). Fundamentos del Marketing. Mexico: Pearson.

Gerencie.com. (6 de 28 de 2011). Obtenido de Gerencie.com: www.gerencie.com ›

GUEVARA, W. A. (02 de 12 de 2012). Indicadores economicos razones de endeudamiento. Obtenido de Indicadores economicos razones de endeudamiento: es.slideshare.net/.../indicadores-economicos-razones-de-endeudamiento

Huevo, I. d. (2009). EL GRAN LIBRO DEL HUEVO. España: EDITORIAL EVERGRÁFICAS, S.L.

Jumbo, A. B. (3 de 12 de 2013). LA contabilidad de costos en la virtualidad. Obtenido de LA contabilidad de costos en la virtualidad: lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com/.../el-punto-de-equili.

Kume, A. (21 de 6 de 2014). CreceNegocios. Obtenido de CreceNegocios: <http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>

Marinez, M. L. (2006). Guía para la presentación de proyectos. Mexico: mexico.

Martín, B. V. (2004). Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología). En B. V. Martín, Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología) (pág. 80). Mexico: LIMUSA.SA DE CV GRUPO NORIEGA EDITORES.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Natural, O. y. (10 de 6 de 2014). Organico y Natural. Obtenido de Organico y

Natural: www.organicoynatural.cl/organicos-naturales/huevos

Nogales, A. F. (2004). Investigacion y Tecnicas de Mercado. Madrid: ESIC

EDITORIAL.

Portales, D. (3 de 10 de 2014). ESTUDIO TECNICO. Obtenido de ESTUDIO

TECNICO: <http://e-tecnico.webnode.es/%C2%BFquienes%20somos-/>

Rivas, J. A. (2010). Comportamiento del Consumidor. Espana: ESIC EDITORIAL.

SANZ, E. (4 de Aosto de 2010). Muy Interesante. Obtenido de Muy Interesante:

www.muyinteresante.es/ciencia/.../ila-gallina-fue-antes-que-el-huevo

urvina, G. b. (2001). ealuacion de proyectos. Mexico: Interamerica-Mexico.

URVINA, G. B. (2001). EVALUACION DE PROYECTOS. MEXICO:

EDITORIAL MEXICANA.

WordPress, G. c. (26 de 4 de 2014). Definicion e planacion estrategica. Obtenido de

Definicion e planacion estrategica: definicion.de/planeacion-estrategica/

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPITULO II: ANALISIS SITUACIONAL

2.1 AMBIENTE EXTERNO

El ambiente externo: Esto hace referencia a los distintos factores económicos que pueden afectar a la empresa y su funcionamiento y cambios repentinos en la economía del país.

2.1.1 FACTOR ECONOMICO

Factor económico: Se considera la política monetaria y fiscal de los gobiernos que son las relaciones con el comportamiento de la economía, el flujo de dinero, de bienes y servicios y el nivel de ingreso de un país que afectan el poder adquisitivo de las personas.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.1.0.1 PIB

Figure 1 PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador

Realizado por: Banco Central del Ecuador

El PIB (producto interno bruto) es el conjunto de bienes y servicios producidos por un país un indicador de producción de industrias del país.

El Ecuador presentó un crecimiento económico en el 2010 del 3.3% debido al incremento en el costo del petróleo aunque la CEPAL pronosticó que el precio de petróleo está cayendo. En el 2011 el PIB creció alrededor de un 7,78% recaudando alrededor de 26928,2 millones de dólares por las actividades económicas que presentaron una mayor contribución en el PIB que fueron en la construcción del 2%, manufacturera, con el 0,96% y otros servicios con 1,52% .

El Banco Central del Ecuador (BCE) señaló que la economía creció 4,8% en el primer trimestre de 2012 desatándose con los excepcionales precios del petróleo exportados con esto se redujeron 22.366 millones por otra parte, los componentes que mayor contribuyeron al crecimiento anual del PIB fueron: el consumo de los

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

hogares (3,50%). El Ecuador tuvo un incremento en el 2013 en el primer bimestre 3.5% que reporto el Banco Central del Ecuador pero tenemos, que tener en cuenta que en el año anterior hubo un mayor crecimiento económico del 4.8% del Producto Interno Bruto sin embargo en el 2013 cedió un crecimiento muy importante en los productos no petroleros con un crecimiento del 4.2% las actividades económicas que más contribuyeron en el primer bimestre los sectores de la construcción 0.79%, correo y comunicaciones 0.5% y transporte 0.41%.

El Ecuador proyecta una tasa de crecimiento del 4.5% para este año esto representa una desaceleración que tendrá la economía del Ecuador. Este proceso de desaceleración, junto con la dependencia de la economía en el petróleo, ha llevado a que se busquen alternativas por eso el presidente Rafael Correa tomo la decisión de explotar el Yasuni para conseguir recursos que permitan mantener el crecimiento en la economía del Ecuador. (Ecuador, 2014)

Análisis: El Ecuador en los últimos años venido teniendo un crecimiento en el PIB 4.5% lo cual indica un crecimiento económico teniendo en cuenta que ha crecido en los sectores de manufactura y construcción y el sector agrícola se pretende mantener el crecimiento del país

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.1.0.2 TASA DE INTERES ACTIVA

La tasa Activa es aquella con la que la empresa se provee de fondos monetarios es la que nos cobra el Banco cuando pedimos un préstamo.

Figure 2 Tasa Activa



Fuente: Banco Central del Ecuador

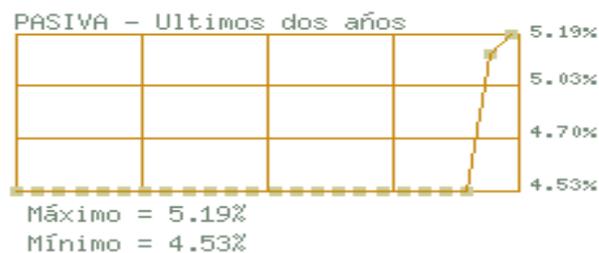
Realizado por: Banco Central del Ecuador

Análisis: la tasa con la cual los banco se manejas 8,19% la cual nos ayudara a obtener un crédito ya los interese no son muy altos esto es beneficioso para la creación de la futura empresa tiene un impacto bajo por los intereses que no son bajos.

2.1.1.0.3 TASA DE INTERES PASIVA

Sera la que los bancos deban pagar a quienes les han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de interés resultante que pague presentara una pérdida.

Figure 3 TASA PASIVA



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis: El banco pago un interés de dinero por el dinero que las personas tiene en el banco pueden generar una rentabilidad por el pago de nuestro dinero siempre y cuando las personas quieran invertir en las pólizas por eso el banco paga un interés por la inversión del capital.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.1.0.4 INFLACION

Inflación es un proceso económico provocado por el desequilibrio existente entre la producción en y la demanda, es la causa un incremento continuada de los precios de la mayor parte de los productos y servicios.

Figure 4 INLACION



Fuente: Banco Central del Ecuador

Realizado por: Banco Central del Ecuador

Análisis: La inflación ha sido decreciente en los últimos años ha ido variado sus porcentajes lo cual afecta a poder adquisitivo de los productos de primera necesidad, se encontrarían a precios mucho más altos, por lo cual el impacto para la creación de la futura empresa es medio ya que afecta el poder adquisitivo de las persona.

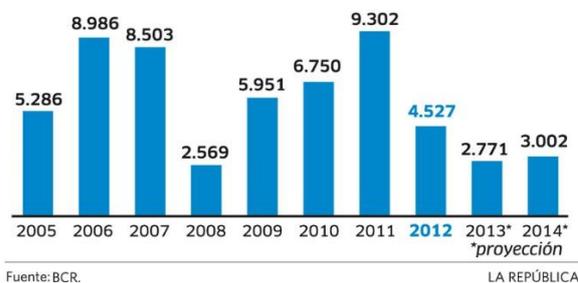
Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.1.0.5 BALANZA COMERCIAL

Balanza Comercial: El saldo de la diferencia entre exportaciones e importaciones que realiza un país.

Figure 5 Balanza Comercial

Balanza comercial 2005-2014 (millones de US\$)



Fuente: Banco Central del Ecuador

Realizado por: Banco Central del Ecuador

Análisis: El presidente Rafael busca reducir las importaciones para de esta forma ayudar a la producción del país y que se creen nuevas empresa y se con suma la producción del país y de estas forma ayuda al crecimiento económico y por ende favorece a las industrias Ecuatorianas que el país se convierte en un importante exportador de productos terminados.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.2 FACTOR SOCIAL

El Factor social: Este factor es muy importa ya que ayuda a determinar el nivel de probresa de la población.

2.1.2.01 PEA

PEA: Población económica mente Activa. Es el porcentaje de la población en edad a partir de los 10 años hasta 78 años que pueden trabajar que participa activamente en el mercado de trabajo. (By Víctor L. Urquidi, 2008)

Análisis: En el Ecuador hay alrededor del 7.6 millones de ciudadanos esto es el 50% de la población tienen ocupación en el país por lo cual genera para la creación de la futura empresa tenga un impacto medio ya que si las personas tienen trabajo podrían consumir nuestros productos.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.2.02 CANASTA BASICA

Canasta Básica Conjunto de bienes y servicios esenciales para satisfacer las necesidades básicas para el bienestar de todos los miembros de la familia alimentación, vestuario, vivienda, mobiliario, salud, transporte, recreación y cultura, educación y bienes y servicios diversos la canasta básica del Ecuador está alrededor de \$628,27 dólares y tenemos un salario de \$340.00.

Análisis : La Canasta Familiar Básica variando sus costos este fenómeno se debe a la inflación ya que los costos de los productos se elevan y el precio aumenta y afecta a la economía el poder de adquisición las familias ecuatorianas no pueden cubrir la canasta básica sus ingresos ni siquiera llegan a cubrir las necesidades básicas esto afectaría a la creación futura empresa sería un impacto medio ya que nuestro producto es de primera necesidad y está en la canasta básica ya que si sigue subiendo la inflación los costos de producción y fabricación tendremos que subir precios y perderíamos mercado ya que la sociedad buscaría productos sustitutos para satisfacer dicha necesidad.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.2.0.3 TASA DESEMPLEO

Tasa Desempleo. Es las personas está en desocupación en un país que no consiguen trabajo.

Análisis: El Ecuador en estos cinco últimos años ha variado esto es muy beneficioso para el país ya que está generando más oportunidades de trabajo y de esa forma está haciendo que la sociedad tenga una mejor forma de vida.

2.1.3 FACTOR LEGAL

Conjuntos de disposiciones jurídicas que debe cumplir la empresa de forma regulan directa o indirectamente el intercambio de mercancías, servicios y los aspectos de propiedad industrial e intelectual relacionados con el comercio, entre el mercado nacional y los mercados externos.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.3.0.1 CREACION DE EMPRESA

La futura empresa se va a crear en compañías de responsabilidad limitada los requisitos son los siguientes:

Aprobación del nombre de la compañía

Trámite

Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

Documentación

Copia de cédula.

Apertura cuenta de Integración de Capital

Trámite

Se debe apertura una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

Documentación

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

4. El valor del depósito

Descarga de Documentos

Modelo solicitud apertura cuenta de Integración de Capital Compañía Limitada.

Celebrar la Escritura Pública

Trámite

Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía

Documentación

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco
4. Minuta para constituir la Compañía
5. Pago derechos Notaría

Descarga de Documentos

- Modelo Minuta Constitución Compañía Limitada.

Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Trámite

- Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías

Documentación

1. Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución
2. Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud
3. Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía

Descarga de Documentos

- Modelo solicitud aprobación Escrituras.

Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras

Trámite

- La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

Documentación

- Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Cumplir con las disposiciones de la Resolución

Trámite

1. Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
2. Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.
3. Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

Documentación

Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.

1. Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
2. Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.

Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Trámite

- Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

Documentación

Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.

1. Patente municipal.
2. Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
3. Publicación del extracto.
4. Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

Elaborar nombramientos de la directiva de la Compañía

Trámite

- Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

Documentación

- Ninguna

Descarga de Documentos

- Modelo Nombramiento Gerente.
- Modelo Nombramiento Presidente.

Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil

Trámite

- Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil

Documentación

1. Tres copias de cada Nombramiento
2. Copia de las Escrituras de Constitución
3. Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente

Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías

Trámite

- Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

Documentación

1. Formulario RUC 01A
2. Formulario RUC 01B

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3. Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil
4. Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente
5. Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil
6. Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía
7. Publicación del extracto

Descarga de Documentos

1. Formulario 01-A.
2. Formulario 01-B.

Obtener el RUC

Trámite

- Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

Documentación

1. Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3. Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
4. Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.

Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.

- Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
1. Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
 2. Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
 3. Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

Descarga de Documentos

- Modelo de Autorización para obtener el RUC por una tercera persona.
- Modelo carta SRI para uso gratuito de oficina.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Retirar la cuenta de Integración de Capital

Trámite

- Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para apertura la cuenta de Integración de Capital.

Documentación

1. Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para apertura la cuenta de Integración de Capital.
2. Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.
3. Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

Descarga de Documentos

- Modelo de autorización de retiro de capital del banco.

Apertura una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía

Trámite

- La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

Documentación

1. Solicitud de apertura de cuenta.
2. Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta.
3. Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
4. Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

Descarga de Documentos

- Modelo solicitud apertura cuenta corriente o de ahorros.

Obtener permiso para imprimir Facturas

Trámite

- Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.

Documentación

1. Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
2. Permiso de Bomberos.
3. En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE.

4. Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.
5. Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.
6. Registro patronal en el IESS.
7. Patente Municipal.
8. Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
9. Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.
10. Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la
11. Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.

2.1.3.0 2 La LUAE (LICENCIA UNICA DE ACTIVIDADES

ECONOMICA) Es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

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

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las
- Actividades Turísticas

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

- Este permiso tiene vigencia de un año calendario y debe ser tramitado hasta el 15 de julio.
- Llenar permiso de funcionamiento para establecimientos sujetos a vigilancias
- Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), Cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento,
- Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda (en caso de personas jurídicas adjuntando documento donde se señale representante legal de la compañía y la constitución de la misma),
- Plano del establecimiento a escala 1:50 en archivo gráfico .jpg;
- Croquis de ubicación del establecimiento. (Adjuntando mapa de coordenadas y referencias para llegar al establecimiento),
- Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas LUAE, (Para Establecimientos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito),
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos,

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

- Certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública;
- Título del profesional o responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para los establecimientos que correspondan según la normativa vigente,
- Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen (Laboratorios farmacéuticos),
- Permiso del CONSEP (en caso de distribución de psicotrópicos), licencia de psicotrópicos emitida por INSPI (en caso de comercialización de psicotrópicos),
- Certificado de categorización del establecimiento emitido por el Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO, para identificar el tamaño de la empresa microempresa, pequeña empresa, mediana empresa, grande empresa,
- Carta dirigida al Director Ejecutivo de ARCSA, declarando bajo solemnidad de juramento que toda la información entregada goza de legalidad, legitimidad y veracidad.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.4 Factor Tecnológico

La maquinaria nueva que reduce los costos de producción representa uno de los activos más valiosos de la empresa. La enorme inversión en tecnología de la información ha ayudado a la Unión Americana a mantener baja la inflación, a sostener el crecimiento económico y a competir de manera eficaz en los mercados mundiales. (Sansaloni, 2006)

2.2 ENTORNO LOCAL

2.2.1 CLIENTES

Cientes un cliente es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o un bien, a cambio de dinero u otro artículo de valor.

Table 1 Tabla Clientes

Cientes	Direccion
CORPARACIÓN LA FAVORITA S.A.	AMAGUANA
CORPORACIÓN SANTA MARIA	INAQUITI
Aki	AV LA PRESA Y SABANILLA
Tia	AV 25 DE MAYO Y ROMIURCO

Fuente:campó de investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Análisis: Mis clientes va hacer las cadenas de supermercados, Santa María, Aki, Tía, Corporación la Favorita del Distrito Metropolitano de Quito.

2.2.1 PROVEEDORES

Proveedores persona o sociedad que suministra la materia prima utilizada para producir los bienes o servicios necesarios para una actividad

Table 2 Tabla Proveedores

Poveedores	Direccion	Proven
Granja Las viñas	Ambato	Huevos organicos
Modelcua	QUITO,ISAAC ALBENIZ 391 E3-154 (EL INCA)	Cubeta de cartón de huevos
<u>Plásticos Enres S.A. de C.V.</u>	AV LA PRESA Y SABANILLA	La película termoencogible

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Análisis: Mis principales proveedores son la Granja las Vinas, Modelcua, Plásticos Enre S.A.de C.V. los cuales me abastecerán de producto y material para la producción de mi producto.

2.2.2 COMPETIDORES

Competidores: La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios

Table 3 Tabla Competidores

COMPETENCIA	DIRECCIÓN	PRODUCTOS
PRONACA	AV. DE LOS NARANJOS Y AV. DE OS GRANADOS	HUEVOS
HUEVOS ORO	PUELLARO	HUEVOS SELECTO
HUEVOS JR AMBATO	AV.LUIS NAPOLION DILLON Y AV FLAVIO AL FARO	HUEVOS ORGÁNICOS

Fuentes: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Análisis: mis competidores serán las marcas de huevos Invades Huevos Oro, Huevos JR Ambato estas marcas está en el mercado y ellos son mis competidores

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.3 ANALISIS INTERNO

Un análisis interno consiste en la identificación y evaluación de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de una empresa. Realizar un análisis interno tiene como objetivo conocer los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa e identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades, y formular estrategias que le permitan potenciar o aprovechar dichas fortalezas, y reducir o superar dichas debilidades. (Kume, 2014)

2.3.1 Propuesta estratégica

La planeación estratégica es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo. (WordPress, 2014)

2.3.1.1 MISION

Mision: Ser una empresa pionera en la distribución de huevos orgánicos empacados al vacío con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, garantizando una sana alimentación para los miembros de su familia, con personal capacitado y experimentado.

2.3.1.2 VISION

Visión: Para el 2017 convertirse en una empresa líder en la distribución de huevos orgánicos al vacío a nivel nacional e incorporar nuevos productos para mejorar de esta forma la alimentación y un mejor estilo de vida. Brindando rentabilidad a los accionistas y bienestar a nuestros colaboradores.

2.3.3.1 OBJETIVOS

Las técnicas y estrategias o pasos que se propone la empresa para con seguir los objetivos propuestos por la organización.

2.3.1.3.1 Objetivo General

- Implementar un estudio de factibilidad para la implementación de la Empresa **AMBAHUEVO ORGANIC CIA LTDA** mediante un estudio, administrativo, legal, financiero y de marketing.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado mediante encuesta para determinar si el producto va a tener o no acogida en el mercado.
- Realizar un plan estratégico para Instruir al personal, acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, normas de la empresa.
- Se deberá contar con un Plan de Negocios para la implementación de alternativas comerciales que permitan generar obtener los objetivos de la empresa.
- La empresa **AMBAHUEVO ORGANIC CIA LTDA** deberán contar con un asesor jurídico, los cuales coordinarán todo lo legal de la empresa.

2.3.1.3.2 Principios y/ o Valores

Principios corporativos son instrumentos gerenciales que permiten orientar las conductas de los miembros de la institución:

La empresa **AMBAHUEVO ORGANIC CIA LTDA** va aplicar los debidos cuidados para no dañar al medio ambiente:

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Respeto.- Es la base sobre la que se sustenta la ética y la moral, en cualquier campo de las actividades que la empresa realiza, hacia sus trabajadores, clientes y medio ambiente.

Honradez.- Actitud transparente en todas las etapas de nuestro proceso productivo, manteniendo seriedad en el trabajo que realizamos.

Seguridad.- Demostrar que la empresa brinda total solidez y confianza a sus clientes internos y externos.

Compromiso con nuestros clientes es brindar un producto que cubra sus expectativas.

Responsabilidad a sumir las consecuencias de los riesgos que presente la empresa en el entorno.

Honestidad trabajar con transparencias y cumplir con la responsabilidad adquirida.

Puntualidad la empresa se compromete en ser puntual con los despachos del producto.

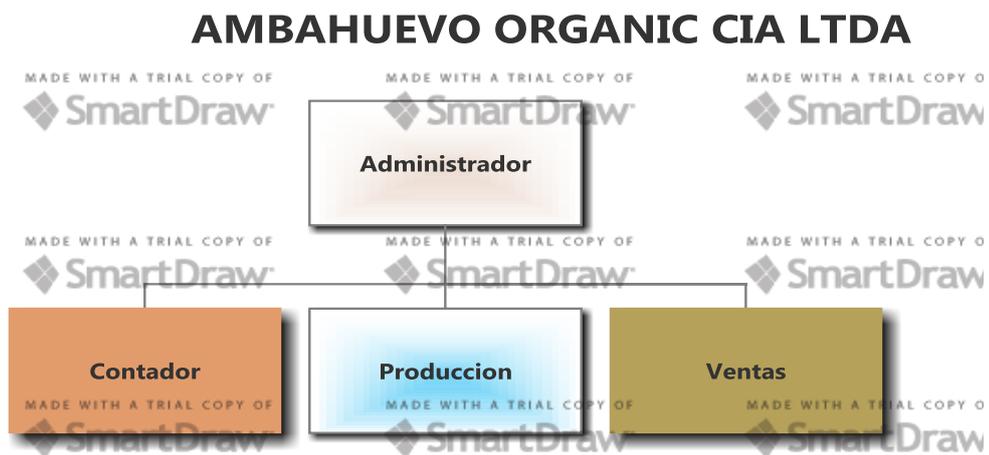
Compañerismo la empresa trabajara como una familia para llegar a los objetivos establecidos.

2.3.2 Gestión Administrativa

Gestión Administrativa Es uno de los temas más importantes a la hora de tener un negocio ya que de ella va depender el éxito o fracaso de la empresa.

ORGANOGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

Figure 6 Organigrama Estructural



Fuente: SmartDraw

Elaborado por: Patricio lopez

Análisis: La estructura de la empresa es de tal manera que los empleados realicen sus funciones de acuerdo a cada una de sus obligaciones que deben cumplir.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.3.0.1 Funciones por departamentos

Administrador:

Establecer los objetivos organizacionales, metas parámetros, políticas y hoja de ruta por la cual la empresa se rige.

Definir de qué manera la empresa se armara y enfrentará los proyectos en la cual esta participa, de misma manera establece quienes son los responsables y quien posee la autoridad para llevar a cabo los proyectos.

Relacionar los objetivos empresariales con los objetivos del personal, de manera de lograr conseguir motivación y gran participación de los empleados de la empresa.

Verificar que los parámetros fijados se estén cumpliendo, así como corregir las desviaciones del plan

Contador:

Elaborar la información financiera que refleja el resultado de la gestión.

Diseñar sistemas de información (contable y gerencial) mejorándolos y documentándolos.

Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras.

Llevar a cabo estudios de los problemas económicos y financieros que aquejen las

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

empresas y las instituciones.

Asesorar a la gerencia en planes económicos y financieros, tales como presupuestos.

Asesorar en aspectos fiscales y de financiamientos sanos a la gerencia.

Producción:

Análisis y control de lo que fabricamos.

Medición del trabajo.

Formas de trabajar.

Higiene y seguridad industrial.

Control de la producción y de los inventarios.

Control de Calidad.

Ventas:

Elaborar pronósticos de ventas

Establecer precios

Realizar publicidad y promoción de ventas

Llevar un adecuado control y análisis de las ventas

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Perfiles de contratación de personal:

1. Conocimiento en procesos de producción
2. Dominar programas básicos de computación
3. Formación académica
4. Compromiso y lealtad con la empresa
5. Puntualidad y responsabilidad
6. Honestidad, Honradez, Lealtad
7. Emprendimiento
8. Colaboración y cooperación
9. Capacidad para aprender

Procesos de reclutamiento de personal:

- ✓ **Hoja de Solicitud:** Sirve de base no solo para realizar la selección, sino también para encabezar todo el expediente.
- ✓ **Entrevista:** Suele ser un instrumento muy valioso para seleccionar personal, completa y aclara los datos de la hoja de solicitud y permite obtener más vivamente informes sobre motivación del solicitante.
- ✓ **Pruebas Psicotécnicas:** Permite medir ciertos conocimientos, aptitudes y generalidades del candidato.
- ✓ **Referencias:** Permite verificar trabajos desempeñados con anterioridad por el candidato y el resultados de los mismos.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

- ✓ **Examen Médico:** Suele dejarse al final del proceso ya que bien realizado es costoso; comprende la historia clínica del solicitante, examen físico, pruebas de laboratorio, entre otros.

2.3.3 Gestión operativa

Gestión operativa es la cadena productiva es el conjunto de operaciones necesarias para llevar a cabo la producción de un bien o servicio.

Figure 7 Almacenamiento de huevos

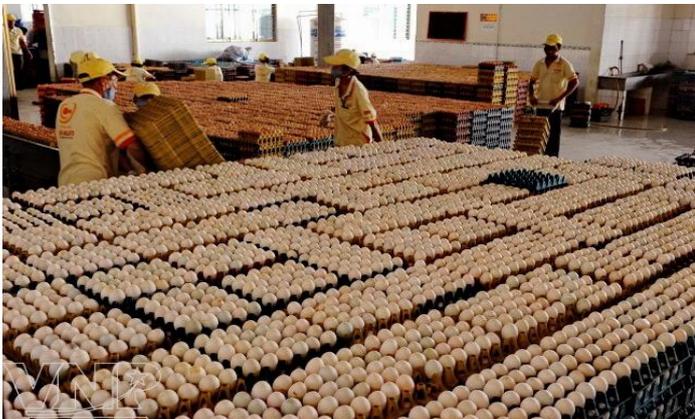


Figure 8Clasificación de los huevos

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.



Figure 9 Empaquetamiento



Figure 10 Distribucion



Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figure 11 Producto al Consumidor

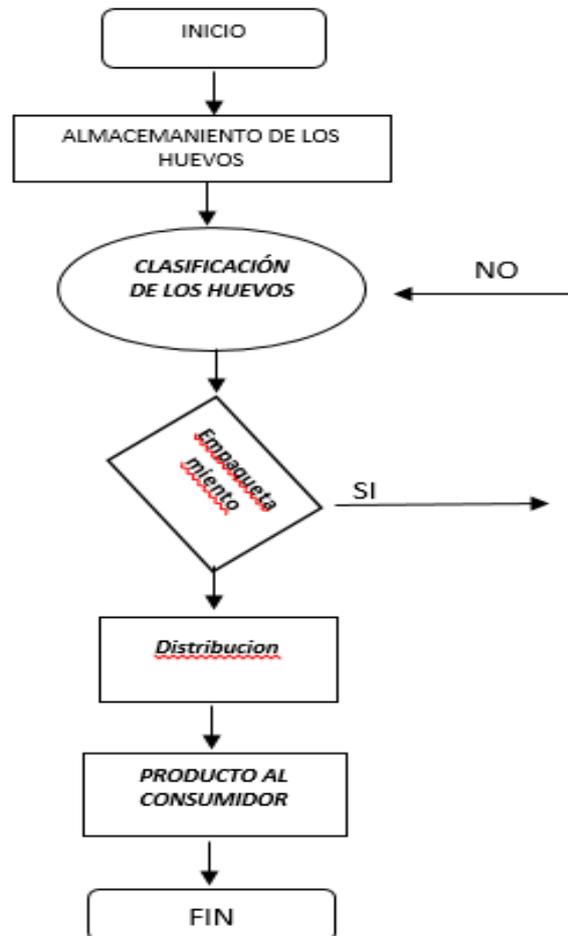


Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.3.3.0.1 Flujogramas procesos

Figure 12 Fujo de Procesos

FLUJOGRAMA DE LA EMPRESA AMBAHUEVO ORGANIC CIA LTDA



Elaborado por: Patricio Lopez

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio Lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.3.4 Gestión Comercial

La planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado de la comercialización del producto o servicio del producto solicitado en tanto al precio y la cantidad requerida por los consumidores.

AMBAHUEVO ORGANIC CIA LTDA

Nombre de la empresa

LOGO DE LA EMPRESA

Figure 13 Logo de la Empresa



Fuente: diseño grafico

Elaborado por: Byron Catucuago

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

PRECIO

Precio Cantidad de dinero que permite la adquisición o uso de un bien o servicio.

El precio de los huevos orgánicos empacados al vacío van a tener un costo de:

El precio era de: \$4.50 de 30 unidades

PLAZA

La plaza es el sitio o distribución de bienes tangibles e intangibles también llamada canal o sitio de entrega.

Figure 14 Supermaxi



Fuente: supermaxi

Elaborado por: www.lapiazzaecuador.com

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

PRODUCTO

Producto se denomina producto a todo lo que la organización ofrece en el mercado para ser usado o consumido. (García, 2003)

La microempresa de va a dedicarse a la comercialización de huevos orgánicos empacados al vacío.



PROMOCION

Promoción Acción de promocionar a una persona, un producto, un servicio, etc.

Se determinara las siguientes promociones

- 1) Por la compra de dos paquetes de huevos se les regalara una receta de cocina.
- 2) A la cadena de supermercado se le dará la primera entrega gratis
- 3) Por la compra de los productos se les obsequiara un llavero.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.4 FODA

FODA es una técnica que nos ayuda **sin duda se constituye en un sistema que nos proporciona ejecutar estrategias adecuadas en las decisiones adoptada por el gerente o jefe administrativo.**

Figure 15 FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento Del Mercado. ✓ Buen ambiente laboral. ✓ Características especiales del producto que se oferta. ✓ Personal capacitado y con experiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de capacitación. ✓ Poca capacidad de accesos a créditos. ✓ Equipamiento viejo. ✓ Falta de capital.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prestigio y diferenciación del producto ✓ Tendencias favorables en el mercado. ✓ Precios bajos. ✓ Plantel Avícola 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento de precio de insumos ✓ Competencia muy agresiva ✓ Competencia consolidada en el mercado ✓ Mala decisión del estudio de mercado.

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Análisis: sede terminado mediante el FODA las debilidades, oportunidades, fortalezas, amenazas de la empresa.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPITULOIII: ESTUDIO DE MERCADO

3.1Análisi del consumidor

Las empresas deben identificar sus necesidades y crear productos para satisfacerlas solo así alcanzara el éxito del mercado el principal objetivo de una empresa es satisfacer las necesidades de consumidor se tiene que tener en cuenta las necesidades de los consumidores y de oportunidades del mercado. (Rivas, 2010)

3.1.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

3.1.0.1 Población

La población es un grupo de personas u organismo en lugar específico de un país .Que habitan una extensión determinada y cuyo número de habitantes se determina normalmente por un censo, y esto determina la población actual de un país.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

El trabajo de campo se realizó en la ciudad de Quito en las Cadenas de supermercados ya que la comercialización se realizará en la misma para ello se tomó como población la cadena de supermercados y nos da como resultado 69 cadenas de supermercados en el Norte de Quito las cuales se dividen en Corporación la favorita s.a., Corporación Santa María, AKI, TIA.

Figura 4 POBLACION

Grupo	Cantidad
CORPARACIÓN LA FAVORITA S.A.(supermaxi megamaxi)	20 supermercados
CORPORACIÓN SANTA MARIA	6 supermercados
Aki	12 supermercados
Tia	31 supermercados

FUENTE: Cadenas de Supermercados del Norte de Quito

ELABORADO POR: Patricio lopez

3.1.0.1 Muestra

Muestra es el grupo de sujetos que se utilizará como objeto de estudio en una investigación ya sea (personas, animales, y otros).

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

La muestra que se toma para el proyecto son las cadenas de supermercados del norte del Distrito Metropolitano de Quito que nos da como resultado 69 cadenas de supermercados que comprenden Corporación la favorita s.a.(supermaxi megamaxi) , Corporación Santa María, AKI, TIA.

3.1.2 Técnicas de obtención de información

Fuentes primarias: Son aquellas fuentes de información que nos ayudan a obtener mediante encuestas.

Seba a realizar un estudio de campo con la finalidad de obtener la información más acertada y para esto se utilizara la presente encuestas en las cadena de supermercados en los centros de acopio de las cadenas de supermercados, Corporación la favorita s.a.(supermalia mega maxi) , Corporación Santa María, AKI, TI

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

ENCUESTA DE LA EMPRESA AMBAHUEVO ORGANIC CIA.TLDA

La presente encuesta tiene como finalidad recolectar información referente a la creación de huevos orgánicos de empaque al vacío la misma que tiene fines académicos.

SUPERMERCADO: _____

CARGO: _____

1. ¿En esta cadena de supermercados comercializa huevos orgánicos?
SI
2. Estaría dispuesto a comercializar huevos orgánicos de gallina de campo?
SI NO
3. ¿Con que frecuencia compra huevos de 15 unidades para esta cadena de supermercado?
Semanal
Mensual
Anual
4. ¿Con que frecuencia compra huevos de 30 unidades para esta cadena de supermercado?
Semanal
Mensual
Anual

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5. ¿Qué cantidad de huevos compra para la cadena de supermercados?

200 paquetes de huevos

1000 paquetes de huevos

2000 paquetes de huevos

6. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el empaque de huevos orgánicos de 15 unidades?

\$2.30

\$2,60

\$2,90

7. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el empaque de huevos orgánicos de 30 unidades?

\$4.50

\$4,90

\$5,30

8.Cuál es la marca más demandada de huevos?

Invades

Oro

JR Huevos Ambat

Pregunta N 1

En esta cadena de supermercado comercializa huevos orgánicos

		Frecuencia	Porcentage	Valido Porcentage	Acumulado de porcentage
Valid	NO	4	4.8	100.0	100.0
Missing	System	79	95.2		
Total		83	100.0		



Análisis e Interpretación de Datos

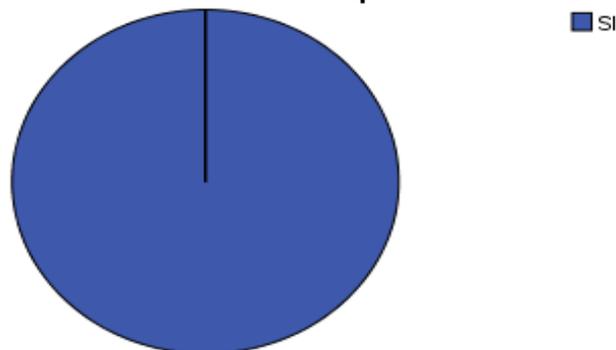
El 100% de las cadenas de supermercado encuestadas respondieron que no comercializan huevos orgánicos lo que significa que hay un mercado favorable para la implementación de la microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta N 2

Estaría dispuesto a comercializar huevos orgánicos de gallina de campo					
		Frecuenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	4	4.8	100.0	100.0
Missin g	Syste m	79	95.2		
Total		83	100.0		

Estaría dispuesto a comercializar huevos orgánicos de gallina de campo



Análisis e Interpretación de Datos

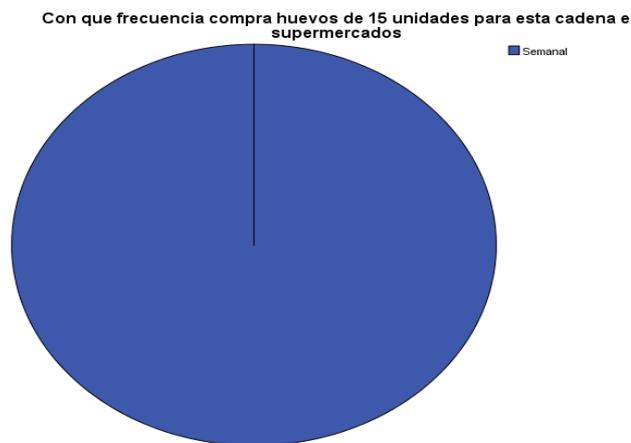
El 100% de las cadenas de supermercado encuestadas respondieron que si comercializarían huevos orgánicos lo que significa que hay un mercado favorable para la implementación de la microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta N 3

Con que frecuencia compra huevos de 15 unidades para esta cadena e supermercados

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Semanal	4	4.8	100.0	100.0
Missing System	79	95.2		
Total	83	100.0		



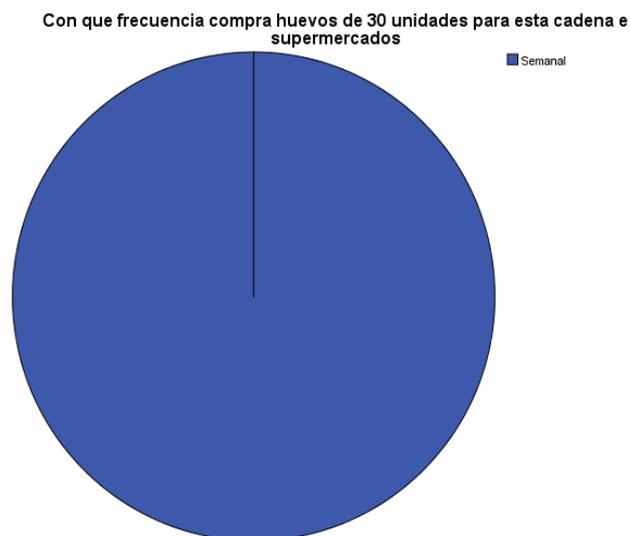
Análisis e Interpretación de Datos

EL 100% de las cadenas de supermercados compra semanalmente huevos de 15 unidades para satisfacer oferta y demanda de los clientes en los supermercados.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta N 4

Con que frecuencia compra huevos de 30 unidades para esta cadena e supermercados					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Portecentaje a Cumulado
Valid	Semanal	4	4.8	100.0	100.0
Missin g	System	79	95.2		
Total		83	100.0		



Análisis e Interpretación de Datos

EL 100% de las cadenas de supermercados compra semanalmente huevos de 30 unidades para satisfacer oferta y demanda de los clientes en los supermercados.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta N 5

Que cantidad de huevos compra para la cadena de supermercados

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1000 paquetes de huevos	3	3.6	75.0	75.0
Valid 2000 paquetes de huevos	1	1.2	25.0	100.0
Total	4	4.8	100.0	
Missing System	79	95.2		
Total	83	100.0		



Análisis e Interpretación de Datos

El 75% de las cadenas de supermercados respondió que mensualmente 1000 paquetes de huevos mientras que el 25% de las cadenas de supermercados respondieron que compra mensualmente 2000 paquetes de huevos para su supermercado de acuerdo oferta y demanda.

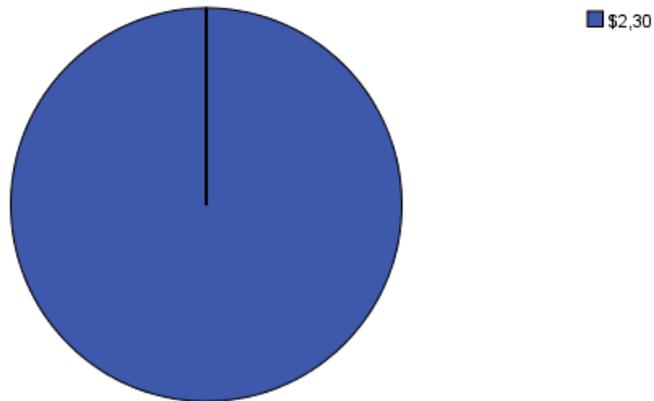
Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta N 6

Cuanto estaría dispuesto a pagar por empaque de huevos orgánicos de 15 unidades

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	\$2,30	4	4.8	100.0	100.0
Missing	System	79	95.2		
Total		83	100.0		

Cuanto estaría dispuesto a pagar por empaque de huevos orgánicos de 15 unidades



Análisis e Interpretación de Datos

Las cadenas de supermercados 100% están dispuestas a pagar \$ 2.30 dólares, por las 15 unidades de huevos orgánicos empacados al vacío están dispuestas a cubrir este valor por los beneficios que presenta el producto.

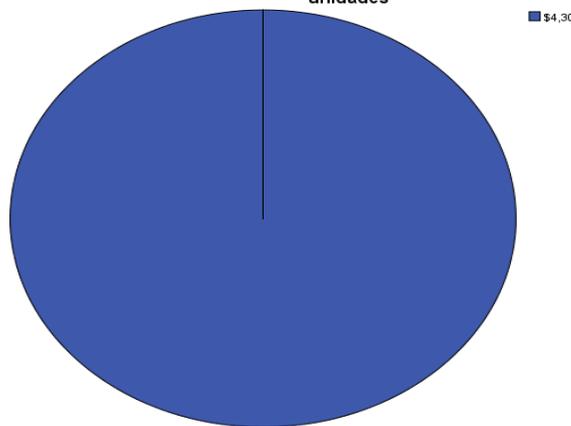
Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta N 7

Cuanto estaría dispuesto a pagar por empaque de huevos orgánicos de 30 unidades

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	\$4,30	4	4.8	100.0	100.0
Missing	System	79	95.2		
Total		83	100.0		

Cuanto estaría dispuesto a pagar por empaque de huevos orgánicos de 30 unidades



Análisis e Interpretación de Datos

Las cadenas de supermercados 100% están dispuestas a pagar \$ 4.30 por las 30 unidades de huevos orgánicos empacados al vacío están dispuestas a cubrir este valor por los beneficios que presenta el producto.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta N 8

Cuál es la marca más demandada de huevos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Invades	3	3.6	75.0	75.0
Valid Oro	1	1.2	25.0	100.0
Total	4	4.8	100.0	
Missing System	79	95.2		
Total	83	100.0		



Análisis e Interpretación de Datos

De acuerdo a las encuestas realizadas el 75% de las cadenas de supermercados compra la marca de los huevos Invades mientras que el 25% de las cadena de supermercados compran la marca de huevos Oro.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.2 OFERTA

Oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto.

3.2.1 Oferta Historica

La producción de huevos de años anteriores fue aproximada alrededor de:

Figure 16 Oferta hisro

OFERTA HISTORICA
5,928.165

Fuente: Agro calidad

Elaborado por: Patricio lopez

3.2.2 Oferta Actual

Tabla 5 oferta

OFERTA ACTUAL			
AÑOS	DEMANDA	PORCENTAJE DE LA COMPETENCIA	OFERTA
2014	3,560.40	0.750	2,670.30

Fuente: Campo de investigación

Elaborado por: Patricio Lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.2.3 Oferta Proyectada

Tabla 6 Oferta Proyectada

PROYECCIÓN DE LA OFERTA			
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	ACEPTACION COMPETENCIA	OFERTA PROYECTADA
2015	3,560.40	0.750	2,670.30
2016	3,706.38	0.750	2,779.78
2017	3,858.34	0.750	2,893.75
2018	4,016.53	0.750	3,012.40
2019	4,181.21	0.750	3,135.91

Fuente: campó de Investigación

Elaborado por: Patricio Lopez

3.3. Productos Sustitutos

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.3.1 Oferta historica

Tabla 1 OFERTA HISTORICA

Oferta Historica de Productos Sustitutos	
AÑOS 2014	Oferta
HUEVOS DE CODORNIZ	403,200
HUEVOS DE AVESTRUZ	48,000

Fuente: campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

3.3.2 Oferta Actual

Tabla 2 Oferta actual

Oferta Actual de Productos Sustitutos	
AÑOS 2014	Oferta
HUEVOS DE CODORNIZ	750,000
HUEVOS DE AVESTRUZ	156,000

Fuente: campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.3.3 oferta proyectada

Tabla 3 oferta proyectada

OFERTA PROYECTADA HUEVOS DE CODORNIZ			
AÑOS	OFERTA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO ALIMENTICIO	OFERTA PROYECTADA
2014 AÑO BASE	750,000	1	750,000.00
2015	750,000.00	1.041	780,750.00
2016	780,750.00	1.041	812,760.75
2017	812,760.75	1.041	846,083.94
2018	846,083.94	1.041	880,773.38
2019	880,773.38	1.041	916,885.09

Fuente: campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.4 Demanda

Demanda: es cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos

Tabla 4 Demanda

DEMANDA ACTUAL			
AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO ALIMENTICIO	DEMANDA PROYECTADA
2014 AÑO BASE	3,560.40	1	3,560.40
2015	3,560.40	1.041	3,706.38
2016	3,706.38	1.041	3,858.34
2017	3,858.34	1.041	4,016.53
2018	4,016.53	1.041	4,181.21
2019	4,181.21	1.041	4,352.64

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio Lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.3.3 Demanda Proyectada

Análisis: No se puede proyectar la demanda ya que no se sabe los datos exactos para poder proyectar.

3.5 BALANCE OFERTA-DEMANDA

3.5.1 Balance Actual

Tabla 5 Balance Actual

DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL			
AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	3,560.40	2,670.30	890.10

FUENTE: Campo de investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

3.5.2 Balance Proyectada

Tabla 6 Balance Proyectado

BALANCE OFERTA Y DEMANDA INSATISFECHA			
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	3,560.40	2,670.300	890.10
2016	3,706.38	2,779.782	926.59
2017	3,858.34	2,893.753	964.58
2018	4,016.53	3,012.397	1,004.13
2019	4,181.21	3,135.906	1,045.30

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

Estudio técnico es un estudio que se realiza una vez analizado el estudio de mercado que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación financiera de un proyecto realizar debe mostrar en su estudio todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración.

Determinando su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada (**Portales, 2014**)

4.1 Tamaño del Proyecto

En un proceso se pueden distinguir o determinar tres capacidades de producción nos referimos a la capacidad que se logra en condiciones normales de trabajo, tomando en cuenta, además del equipo instalado y condiciones técnicas de la planta, otros aspectos tales como paros, mantenimiento, cambio de herramienta, fatigas y demoras.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

4.1.1 Capacidad Instalada

Capacidad Instalada: se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para la producción de determinados bienes o servicios su magnitud es una función directa la cantidad de producción que puede su ministrarse.

AMBAHUEVOS ORGANICOS CIA LTDA. Tiene una capacidad de 112 m^2 la misma que se distribuirá en las siguientes aéreas:

Tabla Capacidad Instalada

CONCEPTO	UNIDADES Y MEDIDAS	CANTIDAD
AREA DE ADMINISTRACION	m^2	9
AREA DE PRODUCCION	m^2	20
AREA DE DESPACHO	m^2	10
BODEGA	m^2	50
PAQUEADERO	m^2	20
BANO	m^2	3
TOTAL		112

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

4.1.2 Capacidad Optima

La empresa AMBAHUEVOS ORGANICOS CIA LTDA va a tener una capacidad óptima de 112 m^2 para la producción de sus productos

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

4.1 LOCALIZACIÓN

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario. (Chain, 2007)

4.2.1 Macro localización

Macro localización es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes. (Marinez, 2006)

Tabla 7 Macro localización

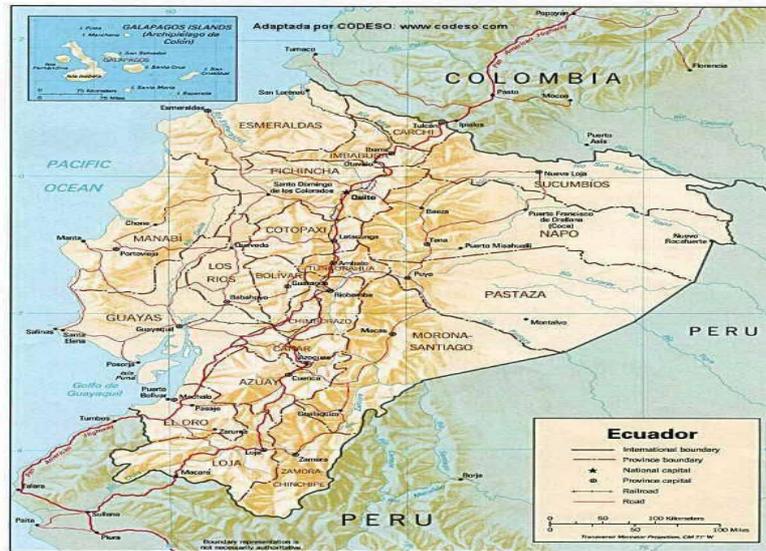
MACROLOCALIZACIÓN	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Canton	Quito
Marroquin	Cotocollao
Sector	La foresta
Habitantes Quito	2, 239,191
Clima	Frio

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figure 17 MAPA Del Ecuador



Fuente: www.google.com.ec/maps/place/Ecuador/@-1.831239,-

Elaborado: Google

4.1.1 Micro localización

Una vez definida la zona o la población de localización se determina el terreno conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. (Martín, 2004)

Se determinará los factores como, mano de obra, transporte, servicios vacíos, distribución de la mercadería.

El proyecto se ubicara en las calles AV.12 de Octubre y AV. Patria.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Figure 18 calles de Quito



Fuente: Plano de Quito

Elaborado por: Map QUITO

4.2.3 Localización optima

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 (Estallo, 2010)

Análisis: Es muy importante realizar un análisis del sitio en donde va a estar ubicado el proyecto para de esa forma dar un buen servicio y incrementando la rentabilidad de nuestro proyecto.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 8 análisis Del sector

Factores	Ponderacion	Local 1		Local 2	
		AV. Leónidas Plaza AV.J Carrión		AV.12 de Octubre AV. Patria	
		calificacion	total	calificacion	total
Servicios básicos	0,10	1	1.5	7	1.5
Transporte, vías de acceso y comunicaciones	0,15	3	0.5	6	0.25
Disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos,	0,25	10	0.5	9	0.5
Vías de acceso	0,10	5	1.5	7	0.25
Costo de renta	0,10	5	0.9	10	0.9
Materia prima	0,10	9	0.9	8	7
Facilidades de distribución.	0,25	10	1.5	10	0.25
TOTALES	0,95	43	7.3	57	10.65

Fuente: campo de investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Análisis: Se a determinado mediante un cuadro de calificación que el mejor sector está ubicado en las calles Av.12 de Octubre y Av. patria ya que está más cerca los distintos puntos y más cercano para l distribución del producto.

En cuanto a la localización se realizó una matriz la cual completa dos sectores, y se tomar encuesta los siguientes factores, servicio básico Transporte, vías de acceso y comunicaciones, Disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos, Vías de acceso, Costo de renta, Materia prima, Facilidades de distribución dando como resultado la mayor ponderación 10,65 que corresponde a la AV.12 de Octubre AV. Patria.

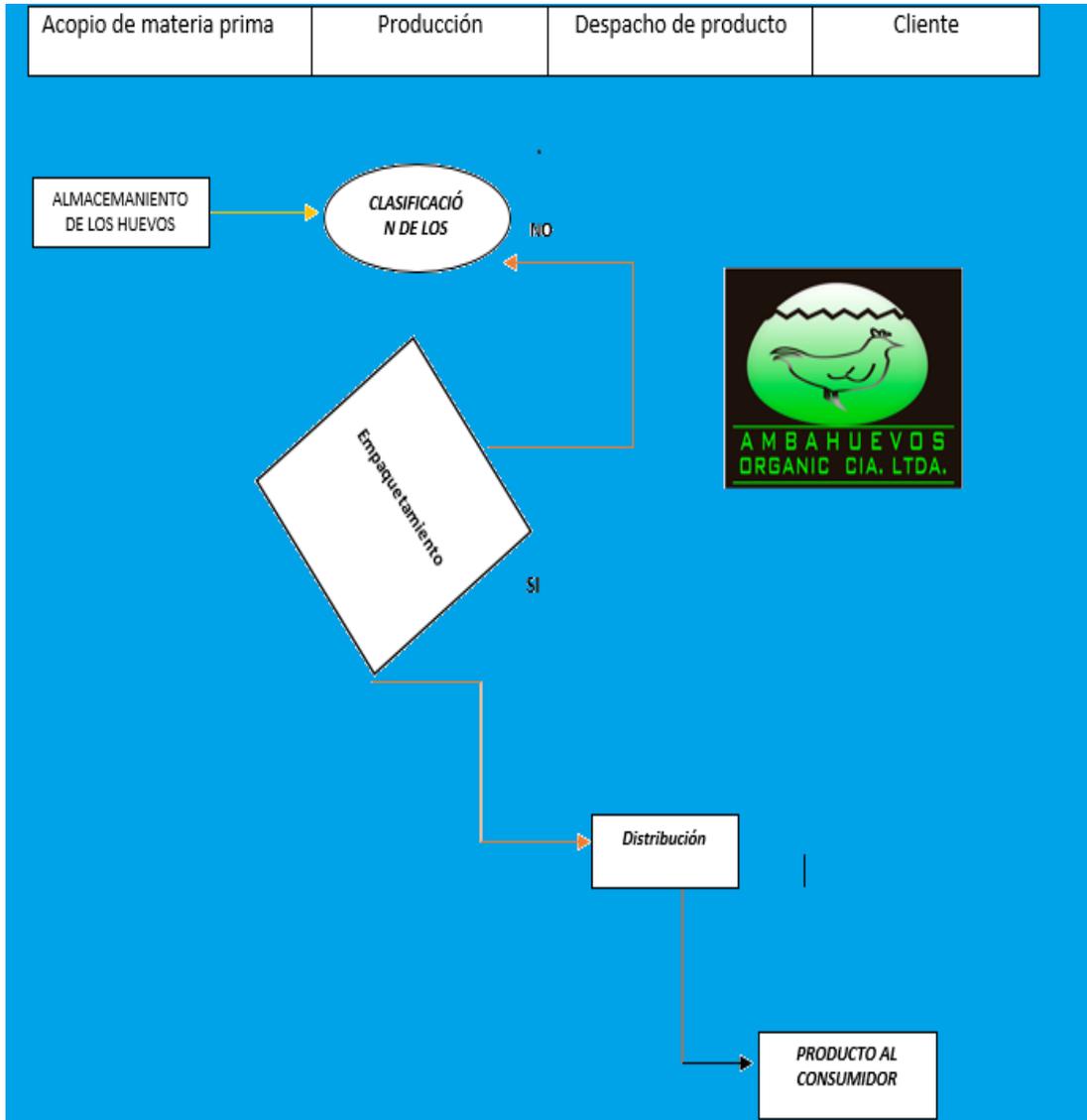
Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO

La ingeniería del producto es el área en cargada de realiza todos los cálculos necesarios para determinar el consumo de materiales y recursos requeridos para la elaboración de un producto.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

AMBAHUEVO ORGANIC CIA LTDA



Fuente: campo de investigación

Elaborado por: Patricio López

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

4.3.1 Definición del ByS

Los bienes y servicios económicos o escasos son aquellos generados en las distintas actividades económicas con el fin de suplir una necesidad o un deseo. Se comercian en el mercado y sus precios son definidos por la oferta y la demanda, a una mayor oferta el precio del bien disminuye y a una mayor demanda aumenta.

(urvina, 2001)

4.3.2 Distribución de planta

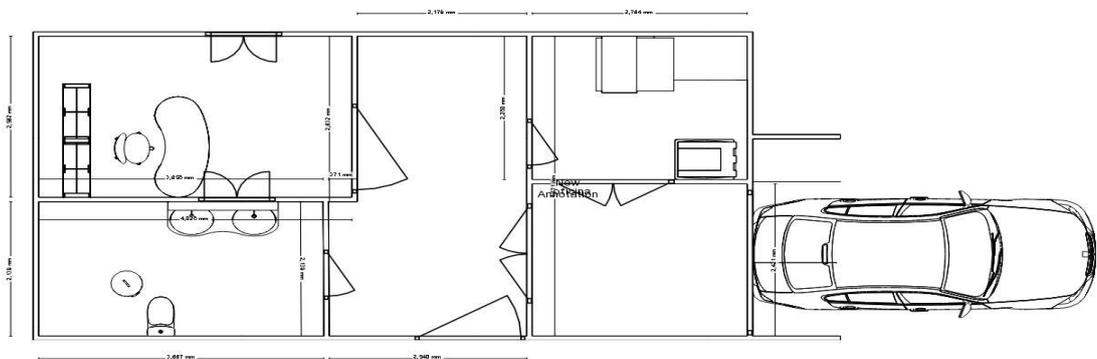
La distribución en planta implica la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos o líneas de producción, equipos industriales, administración, servicios para el personal, etc.

Figure 19 Distribucion de la Planta



Elaborado por: HomeByMe

Figure 20 Plano de la empresa



HomeByMe

Elaborado por: HomeByMe

4.3.3 Proceso productivo

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Proceso productivo es el conjunto de operaciones planificadas de transformación de unos determinados factores o insumos en bienes o servicios mediante la aplicación de un procedimiento tecnológico.

Tabla 9 Proceso Productivo

PROCESO PRODUCTIVO		
N°	Actividad	Tiempo Minutos
1	Recepción de Materia Prima	30
2	Almacenamiento Bodega	55
3	Clasificación de los huevos	60
4	Empaquetamiento de los huevos	1.3
5	Control de calidad	20
6	Distribución de los empaques	60
8	Venta al Cliente	3

Fuente: campo de investigación

Elaborado por: Patricio López

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

4.3.4 Maquinaria y Equipos

Table 7 MAQUINARIA Y EQUIPOS

ACTIVOS FIJOS			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Infraestructura	5000	1	\$5,000.00
Terreno	8000	1	8000
camioneta con furgon	22190	1	22190
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$35,190
MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Mesa de Computadora	50	1	50
Escritorio Gerencial	200	1	200
Sillon Gerencial	140	1	140
Sillas para Clientes	33.49	2	66.98
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			456
EQUIPOS DE COMPUTACION			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo total
Computadora	500	1	500
Impresor de Tinta Continua L210 Epson	230	1	230
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION			
EQUIPOS DE OFICINA			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo total
Telefono	50	1	50
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			
MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo total
Maquina empacadora al vacío EM-6030I	4,000	1	4000
Etiqueta x 30 unidades	0.3	2000	600
Gavetas	8	500	4000
cubeta de huevos de carton	5	300	1500
Plastico (La película termoencogible polifina)	140	1	140
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS			10:
TOTAL ACTIVOS			\$46,666

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO

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

5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

Un ingreso operacional tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso operacional representa una fuente bruta interna de recursos y resulta del giro ordinario del negocio. (By Jairo Alberto Cano P. Francisco Javier Cardona A., 2005)

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Los ingresos operacionales que tendrá el proyecto se muestran en los siguientes cuadros:

5.101 Materia Prima Directa

Tabla 8 Materia prima directa

Materia prima requerida anualmente					
Producción mensual	Cantidad	Materia prima	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
700	700	huevos organicos	\$3.05	\$2,135.00	\$25,620
700	700	Cubeta	\$0.05	\$35.00	\$420.00
Total de materia prima				\$2,170.00	\$26,040

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Para la elaboración de 700 empaques de huevos se necesita mensuales se necesitara 2000 cubetas de huevos y 700 cubetas huevos orgánicos correspondientemente.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.102 Mano de Obra Directa (M.O.D)

Tabla 9 Mano de Obra Directa

Mano de Obra Directa						
Concepto	Sueldo	Décimo	Décimo	Fondos de	Total	Total
	mensual	Tercero	cuarto	reserva	mensual	anual
Trabajador	\$340.00	\$28.33	\$14.17	\$28.33	\$410.83	\$4,929.96
Trabajador	\$340.00	\$28.33	\$14.17	\$28.33	\$410.83	\$4,929.96
Total mano de obra directa					\$821.66	\$9,859.92

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

5.103 Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 10 Costos Indirectos de Fabricación

Costos indirectos de fabricación				
Concepto	Cantidad	Costo	Costo	Costo
		unitario	mensual	Annual
plastico	700	\$0.06	\$42.00	\$504.00
Etiquetas	700	\$0.30	\$210.00	\$2,520.00
Servicios Basicos			\$100.00	\$1,200.00
Total costos indirectos			\$352.00	\$4,224.00

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.102 Ingresos

Tabla 11 Ingresos

Huevos organicos	
Costo de producción unitario	\$3.46
Utilidad del 30%	\$1.04
P.V.P	\$4.50
Producción mensual	800
Ingreso mensual	\$804.50
Ingresos anual	\$9,653.98

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Tabla 12 Ingresos Proyectados

Ingresos Proyectados			
Años	Ingreso actual	Tasa del sector	Ingreso
	(\$)	Alimenticio	anual (\$)
(año base) 2014	\$24,107.95	-	\$24,107.95
2015	\$24,107.95	1.041	\$25,096.38
2016	\$25,096.38	1.041	\$26,125.33
2017	\$26,125.33	1.041	\$27,196.47
2018	\$27,196.47	1.041	\$28,311.52
2019	\$28,311.52	1.041	\$29,472.30

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.101 Ingresos no operacionales

El presente proyecto no cuenta con ingresos no operacionales debido a que es una nueva unidad de producción de tal manera que solo tiene ingresos relacionados con el giro de negocio.

5.2 COSTOS

El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual (GABRIEL, 2001)

5.2.1 Costo Directo

Table 13 Costos Directos

Costos directos	
Materia prima	26,040
Mano de obra directa	\$9,859.92
Total costos directos	\$35,899.92

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

5.2.02 Costo Indirecto

Table 14 Costos Indirecto

Costos indirectos	
Plástico	\$504.00
Etiquetas	\$2,520.00
Servicios Básicos	\$1,200.00
Total costos indirectos	\$4,224.00

Fuente: Campo de Investigación

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Elaborado por: Patricio López

5.2.3 Gastos Administrativos

Son los valores que tiene pagar por las actividades de gestión de la microempresa e incluye el costo que está asociado por las funciones del personal.

Table 15 Gastos Administrativos

Fuente: Campo de Investigación

Gastos administrativos								
Concepto	Cantidad	Sueldo	Décimo	Décimo	Vacaciones	Fondos de	Total	Valor
		mensual	tercer	cuarto		reserva	mensual	anual
Gerente general	1	440	33.67	28.33	18.33	49.06	569.39	6832.68
contador	1	385	32.08	28.33	16.04	42.93	504.38	6052.56
Total	2	\$825.00	\$65.75	\$56.66	\$34.37	\$91.99	\$1,073.77	\$12,885.24

Elaborado por: Patricio López

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Table 16 Material de Aseo

Material de aseo				
Concepto	Costo	Cantidad	Trimestral	Anual
Escoba	2	2	4	48
Recogedor	2	1	2	24
Trapeador	2	2	4	48
Desinfectantes	10	3	30	360
Total			38	480

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Tabla 17 Costos Administrativos

Concepto	Valor Mensual	Valor anual
Suministros de oficina	25	300
Servicios básicos	30	360
Total	55	660

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Table 18 Proyección Gastos Administrativos

Proyección gastos administrativos							
Descripción	Inflación	Año base	2015	2016	2017	2018	2019
		2014					
Gastos del personal							
Gerente general	1	569.39	587.781297	606.7666329	626.3651951	646.5967909	667.4818673
Contador	1	504.38	520.671474	537.4891626	554.8500626	572.7717196	591.2722461
Total		1073.77	1108.45277	1144.255796	1181.21526	1219.36851	1258.75411
Otros gastos							
Suministros de oficina	1	300	309.69	319.692987	330.0190705	340.6786865	351.682608
Material de aseo	1	38	39.2274	40.49444502	41.80241559	43.15263362	44.54646368
Servicios básicos	1	360	371.628	383.6315844	396.0228846	408.8144237	422.0191296
Total		698	720.5454	743.8190164	767.844371	792.645744	818.248201
Total gastos administrativos		1771.77	1828.99817	1888.074812	1949.05963	2012.01425	2077.00231

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.2.4 Costo de Ventas

Representa los recursos utilizados para las ventas, es el valor que ha incurrido para comercializar.

Table 19 Gastos Ventas

Gastos de venta		
Concepto	Valor	Valor
	mensual	Annual
Servicios básicos	20	240
Gasolina	30	360
Publicidad	15	180
Material POP	20	240
Total	85	1020

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Table 20 Proyección gastos de Ventas

Proyección gasto de ventas							
Descripción	Año base	INFLACION	2015	2016	2017	2018	2019
	2014						
Servicios básicos	240	1.0323	247.752	255.7543896	264.0152564	272.5429492	281.3460864
Gasolina	360	1.0323	371.628	383.6315844	396.0228846	408.8144237	422.0191296
Publicidad	180	1.0323	185.814	191.8157922	198.0114423	204.4072119	211.0095648
Material POP	240	1.0323	247.752	255.7543896	264.0152564	272.5429492	281.3460864
Total	1,020		1052.946	1086.95616	1122.06484	1158.30753	1195.72087

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

5.2.6 Costos Fijos y Variables

Table 21 Proyección de Costos Anuales

Proyección de costos anuales						
En dólares						
N°	Detalle	Años				
		1	2	3	4	5
1	Costos fijos					
	Depreciación	6830.73	6830.72933 3	6830.72933 3	6587.396	6587.396
	Amortización de inversión direfida	\$204.00	\$204.00	\$204.00	\$204.00	\$204.00
	Sueldos administrativos	1073.77	1108.45277 1	1144.25579 6	1181.21525 8	1219.36851 1
	Servicios básicos	\$1,238.76	\$1,278.77	\$1,320.08	\$1,362.71	\$1,406.73
2	Costos variables	\$9,347.26	\$9,421.95	\$9,499.06	\$9,335.33	\$9,417.49
	Materia prima	26,881	27749.3512 7	28645.6553 2	29570.9099 8	30526.0503 8

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Mano de Obra	\$10,178.40	\$10,507.16	\$10,846.54	\$11,196.88	\$11,196.88
Costos indirectos de fabricación	\$4,360.44	\$4,501.28	\$4,646.67	\$4,796.76	\$4,796.76
Publicidad	\$185.81	\$191.82	\$198.01	\$204.41	\$211.01
Total	\$41,605.74	\$42,949.60	\$44,336.87	\$45,768.96	\$46,730.70
Ventas	\$50,953.00	\$52,371.56	\$53,835.94	\$55,104.28	\$56,148.19

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

5.2 INVERSIONES

También hablamos de inversión cuando utilizas el dinero en productos o proyectos que se consideran lucrativos, ya sea la creación de una empresa o la adquisición de acciones. (By Lawrence J. Gitman, Fundamentos de inversiones, 2004)

5.2.1 Inversión Fija

Las inversiones de activos fijos se refiere a la compra de bienes tangibles como por ejemplo: terrenos, edificios, construcciones, vehículos, maquinaria, muebles y equipos de oficina.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Table 22 Inversion

Inversión			
Concepto	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos financiados
Activos fijos			
Terreno	8000	\$0.00	\$8,000.00
Infraestructura	\$5,000.00	\$0.00	\$5,000.00
Vehículo	22,190	\$22,190.00	0
Maquinaria y equipos	10,240	10,240	\$0.00
Muebles y enseres	456.98	456.98	\$0.00
Equipo de computo	50	50	\$0.00
Equipo de oficina	730	730	\$0.00
Total de activos fijos	46,667	\$33,666.98	\$13,000.00
Activos diferidos			
Gasto de constitución		\$1,020.00	
Total activos diferidos	\$1,020.00		\$1,020.00
Capital de trabajo			
Costos de producción	\$9,653.98	\$9,653.98	\$ 0,00
Gasto administrativos	\$1,073.77	1073.77	\$ 0,00
Gasto de venta	85	85	\$ 0,00
Total de capital de trabajo	\$10,812.75	\$10,812.75	\$ 0,00
Total de la inversion	58,499.726000	\$44,479.73	13000
Participación	100,00%	57,23%	42,77%

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

5.2.1.1 Activos Fijos

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo son ejemplos de activos fijos: bienes

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

inmuebles, maquinaria, material de oficina, etc. (By Alexander Guzmán Vásquez, 2005)

Table 23 Activos Fijos

Activos fijos	
Terreno	
Infraestructura	\$5,000.00
Vehículo	22,190
Maquinaria y equipos	730
Muebles y enseres	456.98
Equipo de computo	730
Equipo de oficina	50
Total de activos fijos	\$29,156.98

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.2.1.2 Activos Diferidos

Tabla 24 Gastos Constitución

ACTIVOS DIFERIDOS (GASTOS DE CONSTITUCIÓN)	
DETALLE	COSTO
Reservación del nombre de la compañía	\$ 20,00
Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito	\$ 20,00
Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.	\$ 60,00
Gastos legales	\$ 800,00
Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario)	\$ 120,00
TOTAL	\$ 1.020,00

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

5.2.2 Capital de Trabajo

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Gerencie.com, 2011)

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 10 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL	
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$9,653.98
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$12,885.24
GASTOS DE VENTAS	1020
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$23,559.22

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

5.2.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

Como se muestra en la tabla anterior, podemos constatar que la inversión total será de \$ de la cual el 57,23% será de recursos propios mientras que el 42,77% será financiado a través de un préstamo.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.2.4 Amortización de Financiamiento tabla de amortización

Table 25 Amortizacion

MONTO	13,000.00
INTERES	11.83%
PLAZO	2 AÑOS

TABLA DE AMORTIZACION DE PRESTAMO						
AÑOS	PERIODO	CAPITAL (MONTO)	INTERES	CUOTA DE PAGO	CAPITAL PAGADO	SALDO
2014(AÑO BASE)	0	13,000.00				13,000.00
2015	1	13,000.00	768.95	3,250.00	4,018.95	9,750.00
	2	9,750.00	576.71	3,250.00	3,826.71	6,500.00
2016	3	6,500.00	384.48	3,250.00	3,634.48	3,250.00
	4	3,250.00	192.24	3,250.00	3,442.24	-
		Cuota de pago	3,250.00			

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Análisis.- El financiamiento se lo realizará por la suma de \$13,000.00 a una tasa de interés del 11,83%, y la forma de pago será semestral durante 3 años.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.2.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Tabla 26 Depreciación

Tabla de Depreciaciones							
Activo	Valor de	Vida del	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Compra	Proyecto					
Infraestructura	5000	5	1000	1000	1000	1000	1000
Vehículo	22190	5	4438	4438	4438	4438	4438
Maquinaria y equipos	10240	5	2048	2048	2048	2048	2048
Muebles y enseres	456.98	5	91.396	91.396	91.396	91.396	91.396
Equipo de computo	730	3	243.333333	243.333333	243.333333		
Equipo de oficina	50	5	10	10	10	10	10
Valor total			6830.72933	6830.72933	6830.72933	6587.396	6587.396

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.2.6 Estado de Situación Inicial

Tabla 11 Estado de Situación Inicial

AMBAHUEVO ORGANIC CIA LTDA			
Estado de Situación Inicial			
Activos			46,667
Activo corriente		\$0.00	
Bancos			
Maquinarias y quipos	10,240		
Muebles y enseres	456.98		
Equipo de computación	730		
Equipo de oficina	50		
Vehículo	22,190		
Terreno	8000		
Infraestructura	\$5,000.00		
Activo fijo	\$46,66.98		
Activo diferido		1,020.00	1,020.00
Gastos de constitución	\$1,020.00		
Pasivos			\$13,000.00
Pasivo corriente		\$13,000.00	
Prestamo bancario por pagar	\$13,000.00		
Patrimonio			
Capital		\$33,666.98	
Total pasivo + patrimonio			46,667

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.2.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

La finalidad del análisis del estado de resultados o también llamado de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos del efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta. (URVINA, 2001)

Tabla 12 Estado de Resultados de Proyecto

Estado de resultado proyectado						
Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	año base					
VENTAS		\$50,953.00	\$52,371.56	\$53,835.94	\$55,104.28	\$56,148.19
- Costos de producción		\$9,965.80	\$10,287.69	\$10,619.99	\$10,963.01	\$11,317.12
= Utilidad bruta en ventas		\$40,987.20	\$42,083.86	\$43,215.95	\$44,141.27	\$44,831.07
- Gastos administrativos		1828.99817 1	1888.07481 2	1949.05962 8	2012.01425 4	2077.00231 5
- Gastos de venta		1052.946	1086.95615 6	1122.06484	1158.30753 4	1195.72086 7
- Depreciaciones		6830.72933 3	6830.72933 3	6830.72933 3	6587.396	6587.396
- Amortizaciones		\$204.00	\$204.00	204	204	204
= Utilidad operacional		\$31,070.52	\$32,074.10	\$33,110.09	\$34,179.55	\$34,766.96
± Otros gastos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
- Gasto financier		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
= Utilidad antes de part. e imp.		\$31,070.52	\$32,074.10	\$33,110.09	\$34,179.55	\$34,766.96
- 15 % participación trabajadores		\$4,660.58	\$4,811.12	\$4,966.51	\$5,126.93	\$5,215.04
= Utilidad antes de impuestos		\$26,409.94	\$27,262.99	\$28,143.58	\$29,052.62	\$29,551.91
- 22 % Impuesto a la renta		\$5,810.19	\$5,997.86	\$6,191.59	\$6,391.58	\$6,501.42
= Utilidad neta del ejercicio		\$20,599.76	\$21,265.13	\$21,951.99	\$22,661.04	\$23,050.49

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.2.8 Flujo Caja

Tabla 13 Flujo de Caja

Flujo de caja proyectado							
	Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	2019
		año base					
	VENTAS		\$50,953.00	\$52,371.56	\$53,835.94	\$55,104.28	\$56,148.19
-	Costos de producción		\$9,965.80	\$10,287.69	\$10,619.99	\$10,963.01	\$11,317.12
=	Utilidad bruta en ventas		\$40,987.20	\$42,083.86	\$43,215.95	\$44,141.27	\$44,831.07
-	Gastos administrativos		1828.99817 1	1888.07481 2	1949.05962 8	2012.01425 4	2077.00231 5
-	Gastos de venta		1052.946	1086.95615 6	1122.06484	1158.30753 4	1195.72086 7
-	Depreciaciones		6830.72933 3	6830.72933 3	6830.72933 3	6587.396	6587.396
-	Amortizaciones		204	204	204	204	204
=	Utilidad operacional		\$31,070.52	\$32,074.10	\$33,110.09	\$34,179.55	\$34,766.96
±	Otros gastos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
-	Gasto financier		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
=	Utilidad antes de part. e imp.		\$31,070.52	\$32,074.10	\$33,110.09	\$34,179.55	\$34,766.96
-	15 % participación trabajadores		\$4,660.58	\$4,811.12	\$4,966.51	\$5,126.93	\$5,215.04
=	Utilidad antes de impuestos		\$26,409.94	\$27,262.99	\$28,143.58	\$29,052.62	\$29,551.91
-	22 % Impuesto a la renta		\$5,810.19	\$5,997.86	\$6,191.59	\$6,391.58	\$6,501.42
=	Utilidad neta del ejercicio		\$20,599.76	\$21,265.13	\$21,951.99	\$22,661.04	\$23,050.49
+	Depreciaciones		6830.72933 3	6830.72933 3	6830.72933 3	6587.396	6587.396
+	Amortizaciones		204	204	204	204	204
	Deuda	\$13,000.0 0					
-	Amortizaciones de la deuda		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
-	Compra del activo fijo		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
-	Inversión inicial	46,667					
-	Capital de trabajo	\$33,666.9 8					
=	Flujo de caja del periodo	67,334	\$27,634.49	\$28,299.86	\$28,986.72	\$29,452.44	\$29,841.89

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.3 EVALUACION

Después de haber realizado el estudio financiero se procederá a la evaluación financiera que permite conocer la viable y rentable del proyecto en base a los indicadores financieros.

5.3.1 Tasa de descuento

La tasa de descuento es la suma de la tasa activa más la tasa pasiva.

Tabla 14 TMAR

CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO O TMAR	
TASA ACTIVA	10.21%
(+) TASA PASIVA	4.98%
TASA DE DESCUENTO	15.19%

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Análisis: Mediante este método podemos determinar la tasa mínima aceptable de rendimiento del capital la cual nos da como resultado de 15,19 % con ella podemos traer los valores futuros a valores presentes.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.3.2 Van

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión.

Tabla 15 Tasa de descuento

TMAR O TASA DE DESCUENTO		15.19%
INVERSION		(-46667.98)
AÑO	2015	\$ 27,634.49
	2016	\$ 28,299.86
	2017	\$ 28,986.72
	2018	\$ 29,452.44
	2019	\$ 29,841.89
VAN		\$ 95,727.09

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Análisis: como se puede observar, el proyecto en su vida útil tiene un valor actual neto de \$95,727.09 de una inversión de \$46667.98 por lo tanto el indicador es aceptable.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.3.4 TIR

La TIR es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Es la tasa de descuento por la cual en VAN es igual a cero.

Tabla 16 TIR

TIR	
INVERSION	(46,667.98)
AÑO 2015	\$27,634.49
2016	\$28,299.86
2017	\$28,986.72
2018	\$29,452.44
2019	\$29,841.89
TIR	54%

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Análisis.- Como se observa la TIR tiene un valor del 54% lo cual indica que el proyecto es viable, ya que está dentro de los parámetros establecidos.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.3.5 PRI (Período de recuperación de la inversión)

Este método determina el tiempo (años, meses y días) en el cual el inversionista recupera el valor invertido.

Tabla 17 PRI

AÑOS	FLUJOS ACTUALES	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
2015	27,634.49	0.87	23,990.35	23,990.35
2016	28,299.86	0.75	21,328.22	45,318.58
2017	28,986.72	0.65	18,965.08	
2018	29,452.44	0.57	16,728.70	
2019	29,841.89	0.49	14,714.73	

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

5.3.6 RBC (Relación costo beneficio)

Permite determinar la ganancia que el gestor del proyecto obtiene por cada dólar de inversión, es el resultado de la sumatoria de los flujos actualizados para el total invertido.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 18 Costo Beneficio

CALCULO DE LA RELACION COSTO BENEFICIO	
AÑOS	
2015	23,990.35
2016	21,328.22
2017	18,965.08
2018	16,728.70
2019	14,714.73
	95,727.09
RC/B	1.07

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Análisis.- Como se observa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá la ganancia de \$ 1,07 ctvs.

5.3.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, es aquel nivel de operaciones en el que los egresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida y su fórmula es . (Jumbo, 2013)

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Table 27 Punto Equilibrio

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	1,829.00
Gastos de Ventas	1,052.95
Gastos Financieros	
TOTAL COSTOS FIJOS	2,881.94

Costo Variable unitario	3.46
-------------------------	------

Precio	4.50
--------	------

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio Lópe

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 28 fórmulas de punto de equilibrio

PE =	CF
	p - Cvu

PE =	2,881.94
	4.50 - 3.46

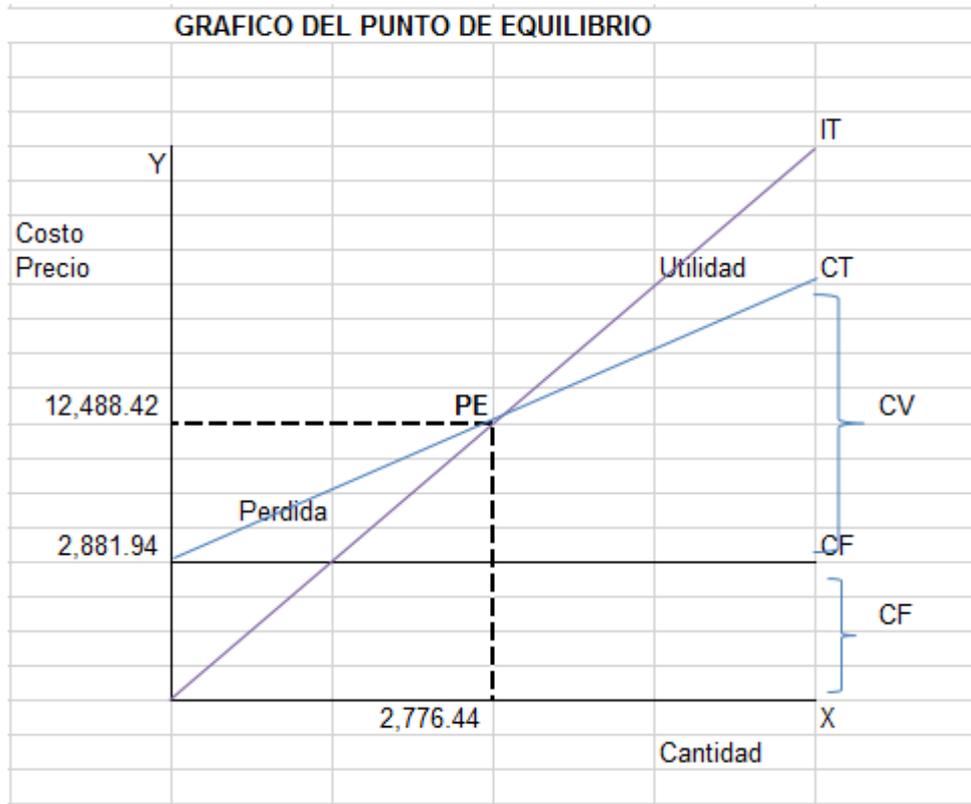
PE =	2,881.94	=	2,776.44	u
	1.04			

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Table 29 Punto de Equilibrio



Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

5.3.7 Análisis de índices financieros

Se puede definir como un proceso que comprende los Estados Financieros básicos y demás datos de la situación de un negocio y su entorno.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.3.7.0.1 Razón de endeudamiento

Razón de endeudamiento mide las distintas fuentes de financiamiento ayudan a financiar los diferentes activos, se hace necesario conocer también cómo se encuentran estructuradas las fuentes de financiamiento de la empresa. (GUEVARA, 2012)

19 Razon de Endeudamiento

Endeudamiento	=	Pasivo total
		Activo total
Endeudamiento	=	\$13,000.00
		46,667
Endeudamiento	=	\$0.28

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Análisis. El grado de endeudamiento del proyecto con respecto a su activo total con recursos de terceros es del 28%, el cual está dentro de los parámetros normales.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.3.7.0.2 ROE (Rentabilidad del patrimonio)

Tabla 20 ROE

Rentabilidad del patrimonio	=	Utilidad neta
		Patrimonio
Rentabilidad del patrimonio	=	\$20,599.76
		\$33,666.98
Rentabilidad del patrimonio	=	0.61

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio López

Análisis.- la rentabilidad sobre el patrimonio es de un 0.61 %, lo que significa que el patrimonio en los próximos años crecerá.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.3.7.0.3 ROA (Rentabilidad del activo)

Tabla 21 ROA

Rentabilidad del activo	=	Utilidad neta
		Total de activos
Rentabilidad del activo	=	\$20,599.76
		46,667
Rentabilidad del activo	=	0.44

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Análisis.- El grado de rentabilidad sobre el activo es del 44% lo que significa que el activo genera una buena rentabilidad para la empresa.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

5.3.7.0.3 ROI (Rentabilidad de la inversión)

Señala la rentabilidad sobre la inversión realizada por los accionistas o dueños de la empresa.

Tabla 22 Rentabilidad de la Inversión

Rentabilidad de la inversión	=	Utilidad neta
		Inversión
Rentabilidad de la inversión	=	\$20,599.76
		46,667
Rentabilidad de la inversión	=	0.46

Fuente: Campo de Investigación

Elaborado por: Patricio lopez

Análisis.- La rentabilidad sobre la inversión es del 46% y se encuentra dentro de los parámetros establecidos.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO VI: ANALISIS DE IMPACTOS

6.1 Impacto Ambiental

La elaboración de los huevos orgánicos empacados al vacío tienen impacto ambiental ya que las cubetas de cartón se pueden reciclar las cascaras de los huevos se pueden utilizar como abono.

La película termoencogible causa impacto ambiental ya que su periodo de gradación es de 10 años es un material plástico transparente, hecho con la combinación de varias resinas de polietileno de baja densidad, que dan su principal función que es contraerse con la aplicación de calor comúnmente es utilizada como material de contención, que ayuda a reforzar o sustituir en forma práctica a los empaques de cartón, madera u otro de tipo de plástico. Su aplicación es más rápida y el residuo de plástico es mucho menor comparado con los otros tipos de empaque.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

6.2 Impacto Económico

La implementación de esta empresa genera un crecimiento económico ya que ayuda a general fuentes de empleo y para sus colaboradores o inversionista una rentabilidad para los inversionistas y trabajadores.

En cuanto a lo comercial, el propósito es lograr una expansión a nivel local, y a la vez una estrategia de ingreso al mercado ofreciendo un producto novedoso y de calidad que ofrezca un producto sano para familia que retribuirá mejores ingresos en mediano y largo plazo.

6.3 Impacto Productivo

Con la implementación del proyecto se ayudara al cambio de la Matriz Productiva, ya que el gobierno pretende de fortalecer el sector avícola para el caso de los proveedores, ofreciendo una diversidad de producción en el país, porque generar nuevas industrias, cumpliendo con los estándares de calidad que obedezcan las necesidades de la sociedad, para que sea aceptado por el mercado ecuatoriano, reemplazando los productos de importación por uno producido en el país favoreciendo de esta manera a las pequeñas y medianas empresas, con la cual, se les da la oportunidad de crecimiento, ingresos a los mercados y por ende la generación de empleo.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

6.4 Impacto Social

Como parte de la responsabilidad social, es mantener cuidadosos de que los procesos no dañen el ambiente, con productos libres de fosfatos, cumpliendo con los estándares de calidad, garantizando el bienestar de todos los consumidores.

El consumo de los huevos es muy importante para los desayuno ya que contienen vitaminas, sobre todo A, D, E y B y minerales entre los que predominan el hierro, fósforo, zinc y selenio y es tan importante es este valor que la Organización Mundial de la Salud las ha propuesto como patrón de referencia para determinar la calidad proteica de otros alimentos.

Como parte de la responsabilidad social, es mantener cuidados de que los procesos no dañen el ambiente, con productos libres de químicos, cumpliendo con los estándares de calidad, garantizando el bienestar de todos los consumidores.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Capítulo VII Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

Después de haber realizado la investigación, siguiendo un orden cronológico y específico se ha llegado a la conclusión que los huevos orgánicos empacados al vacío son unos de los productos de consumo masivo ya que la mayor parte de las personas consumen huevos viendo todos los factores, estratos sociales y económicos, y que se puede construir una microempresa dedicada a la comercialización de huevos orgánicos empacados al vacío, tomando en cuenta directrices y requerimientos de los potenciales consumidores.

Se realizó un estudio de mercado para determinar el ambiente interno y externo de la empresa también se hizo un análisis de las Fortalezas, Amenas, Debilidades, Oportunidades, mediante una matriz FODA.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

El estudio de mercado estableció cuatro ejes principales, demanda, oferta, precio y comercialización que permitieron conocer al consumidor y sus expectativas con respecto al producto, también permitió conocer los competidores potenciales e investigar un mercado mayor dentro de supermaxis, tiendas y distribuidores con esto la venta del producto puede alcanzar mayor rentabilidad.

Financieramente se pudo determinar que la implementación del proyecto es viable y rentable de acuerdo a los resultados de los indicadores ya que se obtuvo un VAN de \$ \$ 95,727.09 lo cual es aceptable, y el TIR del 54 %, el periodo de recuperación de la inversión será de 2 años 3 meses 12 días, con una ganancia por dólar de \$ 1.07, lo cual indica que el proyecto se encuentra dentro de los parámetros rentables.

Implementación de una microempresa comercializadora de huevos orgánicos empacados al vacío dirigido a cadenas de supermercados y mayoristas, ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

7.2 Recomendaciones

La microempresa de vera estar constituida bajo todos los organismos de control y normativas legales y ambientales donde las personas que integren la producción deben conocer la misión y visión e identificarse para cumplir con responsabilidad buscando el bien común dentro de un entorno sustentable.

Se debe tener alianzas estratégicas con varios proveedores para conseguir beneficios créditos para tener la posibilidad de no verse en riesgos al depender de un solo proveedor, la diversificación podría dar una ventaja competitiva con los otros productores.