



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y
FINANCIERA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE SNACK ELABORADA A BASE DE
ZANAHORIA BLANCA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO, PARROQUIA CALACALÍ, AÑO 2019.**

**Trabajo de Integración Curricular previo
a la obtención del título de
Tecnóloga en Administración Bancaria y Financiera**

**Tipo de trabajo de Integración Curricular:
Incubadora Empresarial**

Autora: Erika Mishell Ayo Ruales

Tutor: Andrés Julián Gómez Velasco

Quito, Enero 2020

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Quito, 31 de octubre del 2019

El equipo asesor del Trabajo de Integración Curricular del Sr. (Srta.) **AYO RUALES ERIKA MISHHELL** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE SNACK ELABORADA A BASE DE ZANAHORIA BLANCA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALACALI, AÑO 2019**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el Trabajo de Integración Curricular, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



GOMEZ VELASCO ANDRES JULIAN
Tutor del Trabajo de Integración
Curricular de la Carrera



LEGÑA PROAÑO DIANA GABRIELA
Lector del Trabajo de Integración
Curricular de la Carrera



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
MAYRA ALEXANDRA CHANDI CASTRO
Delegado de la Unidad de Integración
Curricular
Admin. Bancaria y Financiera



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCION DE CARRERA
MARÍA FERNANDA BURGA JADAN
Director(a) de Carrera
Admin. Bancaria y Financiera

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pag.Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15-163 y
Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBÍ

Yacuambí Oe2-36 y
Bracamoros
Telf.: 2249994

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Erika Mishell Ayo Ruales, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, auténtica, es de mi autoría, 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.



Erika Mishell Ayo Ruales

C.C: 1726292087

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Erika Mishell Ayo Ruales portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1726292087 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de snack elaborada a base de zanahoria blanca, en el Distrito Metropolitano de Quito, parroquia Calacalí ,año 2019.con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Erika Mishell Ayo Ruales

C.C: 1726292087

Quito, a los 31 días del mes de octubre del 2019

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme llegar a este momento, por darme a los mejores padres que sin duda alguna han sido el motor fundamental en mi vida, por ser los que me regalaron la oportunidad de seguir con mis estudios y llegar a obtener mi tecnología.

A mi pequeña hija que ha llegado a mi vida como una bendición, y me ha acompañado con su cariño, risas y amor durante mis estudios que ha sido uno de los principales motivos para mi superación personal y profesional.

A mi tutor el Ing. Andrés Gómez por el apoyo incondicional durante el proceso de titulación, por el apoyo profesional, técnico y humano brindado, con la paciencia y dedicación que lo caracterizan.

DEDICATORIA

A mis padres por ser una parte fundamental en mi vida, por ser ese impulso de superación, por permitirme y ayudarme a continuar con mis estudios porque ellos me enseñaron que no hay nada más valioso en esta vida que la familia, a mi hija por ser ese motorcito que me anima día a día a ser mejor, superarme y ser un mejor ejemplo para ella, para que con el tiempo ella se sienta orgullosa de mi como yo me siento de ella.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Declaración de autoría.....	i
Licencia de uso no comercial.....	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Índice de contenido	v
Índice de tablas.....	xi
Índice de figuras.....	xiv
Índice de anexos.....	xvi
Resumen ejecutivo	xvii
Abstract	xix
CAPÍTULO I.....	1
1. Introducción	1
1.01 Justificación.....	2
1.02 Antecedentes	3
CAPÍTULO II	5
2. Análisis situacional	5
2.01 Ambiente externo	5
2.01.01. Factor económico	5
2.01.01.01 Producto Interno Bruto.....	5
2.01.01.02 Producto Interno Bruto Sectorial	7
2.01.01.03 Inflación	9
2.01.01.04 Tasa de Interés.....	11
2.01.01.04.01 Tasa de Interés Activa.....	12
2.01.01.04.02 Tasa de Interés Pasiva	13
2.01.01.05 Balanza Comercial.	13
2.01.01.05.01 Exportaciones.....	15
2.01.01.05.02 Importaciones.....	16
2.01.01.06 Riesgo País	17

2.01.02. Factor social	18
2.01.02.01 Población Económicamente Activa	18
2.01.02.02 Empleo	19
2.01.02.02 Subempleo.....	21
2.01.02.03 Desempleo.....	22
2.01.03. Factor legal.....	24
2.01.03.01 RUC (Registro Único del Contribuyente).....	24
2.01.03.02 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE.....	25
2.01.03.03 Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos.....	26
2.01.03.04 Permiso de Bomberos /Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento (Distrito Metropolitano de Quito)	26
2.01.03.05 Afiliación al IESS	26
2.01.04. Factor tecnológico.....	27
2.02 Entorno local	28
2.02.01. Clientes.....	28
2.02.01.01 Clientes Potenciales	29
2.02.02. Proveedores	29
2.02.03. Competidores	30
2.02.04 Análisis FODA.....	31
2.03 Análisis interno	31
2.03.01. Propuesta estratégica.....	31
2.03.01.01. Misión	31
2.03.01.02. Visión.....	32
2.03.01.03. Objetivos	32
2.03.01.03.01. Objetivo General	32
2.03.01.03.02. Objetivos Específicos.....	32
2.03.01.04. Principios y/o valores.....	33
2.03.01.04.01 Principios	33
2.03.01.04.02 Valores	34
2.03.02. Gestión administrativa	34
2.03.02.01 Planificación.....	35

2.03.02.02 Organización	36
2.03.02.03. Organigrama.....	36
2.03.02.03.01 Descripción de Funciones	38
2.03.03. Gestión operativa	43
2.03.04. Gestión comercial.....	44
2.03.05 Marketing Mix	44
2.03.05.01 Producto	45
2.03.05.02 Precio	46
2.03.05.03 Plaza	46
2.03.05.04 Promoción	47
CAPÍTULO III	48
3. Estudio de mercado	48
3.01 Análisis del consumidor	48
3.01.01. Determinación de la población y muestra	48
3.01.01.01 Población.....	48
3.01.01.02 Muestra.....	49
3.01.02. Técnicas de obtención de la información.....	50
3.01.02.01 Encuesta	50
3.01.02.02 Entrevista.....	50
3.01.02.03 Observación.....	50
3.01.02.04 Modelo de la Encuesta	51
3.01.03. Análisis de la información	52
3.02 Oferta.....	60
3.02.01. Oferta histórica.....	60
3.02.02. Oferta actual	60
3.02.03. Oferta proyectada	61
3.02. 04. Productos sustitutos.....	61
3.03 Demanda	62
3.03.01. Demanda histórica.....	62
3.03.02. Demanda actual	62
3.03.03. Demanda proyectada	63
3.04 Balance oferta – demanda	63

3.04.01. Balance actual	63
3.04.02. Balance proyectado	64
CAPÍTULO IV	65
4. Estudio técnico	65
4.01 Tamaño del proyecto	65
4.01.01. Capacidad instalada.....	65
4.01.02. Capacidad óptima.....	66
4.02 Localización	66
4.02.01. Macro localización	66
4.02.02. Micro localización.....	67
4.02.03. Localización óptima	68
4.03 Ingeniería del producto y/o servicio.....	69
4.03.01. Definición de bienes y/o servicios	69
4.03.01.01 Bien	69
4.03.01.02 Servicio	69
4.03.01.03 Producto	70
4.03.02. Distribución de la planta	70
4.03.03. Proceso productivo.....	75
4.03.04. Maquinaria y Equipo.....	76
4.03.06. Muebles y Enseres.....	77
CAPÍTULO V	78
5. Estudio financiero	78
5.01 Ingresos	78
5.01.01. Ingresos operacionales	78
5.01.02. Ingresos no operacionales	79
5.02 Costos.....	79
5.02.01. Costos Directos	79
5.02.01.01 Materia prima	80
5.02.01.02 Mano de Obra Directa (MOD).....	80
5.02.02. Costos Indirectos.....	81
5.02.03. Gasto administrativo	81
5.02.04. Gasto de ventas	82

5.02.05. Gasto financiero	83
5.02.06 Costos fijos y Variables	83
5.02.06.01. Costos fijos.....	83
5.02.06.02 Costos Variables.....	83
5.03 Inversiones	84
5.03.01. Inversión Fija	84
5.03.01.01. Activos Fijos	84
5.03.01.02. Activos Nominales	84
5.03.02. Capital de trabajo	85
5.03.03. Fuentes de financiamiento y uso de fondos	86
5.03.04. Amortización del financiamiento (Tabla de Amortización)	87
5.03.05. Depreciaciones	88
5.03.06. Estado de situación inicial.....	89
5.03.07. Estado de Resultados Proyectado.....	90
5.03.08. Flujo de Caja	91
5.04 Evaluación financiera	91
5.04.01. Tasa de descuento	91
5.04.02. Valor Actual Neto VAN.....	92
5.04.03. TIR	93
5.04.04. PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	94
5.04.05. RBC (Relación costo / beneficio)	95
5.04.06. Punto de equilibrio	96
5.04.07. Análisis de indicadores financieros.....	98
5.04.07.01 Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE).....	98
5.04.07.02 Rentabilidad sobre el Activo (ROA).....	99
CAPÍTULO VI.....	100
6. Análisis de impactos	100
6.01 Impacto ambiental.....	100
6.02 Impacto económico	100
6.03 Impacto social	101
6.04 Impacto productivo	101
CAPÍTULO VII	102

7. Conclusiones y recomendaciones	102
7.01 Conclusiones	102
7.02 Recomendaciones.....	103
Referencias bibliográficas	104
Anexos	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Producto Interno Bruto Semestral.....	6
Tabla 2	PIB por Industria.....	8
Tabla 3	Inflación Mensual General (Porcentaje)	9
Tabla 4	Inflación Mensual General (Porcentaje) Quito	10
Tabla 5	Tasa Activa 2019	12
Tabla 6	Tasa Pasiva 2019.....	13
Tabla 7	Balanza Comercial 2019 en Millones de USD	14
Tabla 8	Exportaciones en Millones.....	15
Tabla 9	Importaciones en Millones de USD	16
Tabla 10	Riesgo País 2019	18
Tabla 11	Población Económicamente Activa	19
Tabla 12	Tasa de empleo adecuado/pleno por ciudades auto-representadas, 2014-2019. (En porcentaje respecto a la PEA)	20
Tabla 13	Tasa de subempleo por ciudades auto-representadas, 2014-2019	21
Tabla 14	Tasa de Desempleo por ciudades auto-representadas, 2014-2019.....	23
Tabla 15	Características de los clientes	29
Tabla 16	Principales Clientes.....	29
Tabla 17	Tabla de Proveedores	30
Tabla 18	Tabla de Competidor.....	30
Tabla 19	Análisis FODA.....	31
Tabla 20	Planificación (Diagrama de Gantt)	35
Tabla 21	Funciones del Gerente General	38
Tabla 22	Funciones Contador	39
Tabla 23	40
Tabla 24	Funciones Operarios Producción	41
Tabla 25	Funciones Jefe en Ventas	42
Tabla 26	Funciones Vendedores (aras).....	43
Tabla 27	Gestión Operativa	44
Tabla 28	Población.....	48
Tabla 29	Perfil encuestado	52
Tabla 30	Pregunta 1. Conocimiento.....	53

Tabla 31	Pregunta 2. Le gustan los Snacks.....	54
Tabla 32	Pregunta 3. Frecuencia.....	55
Tabla 33	Pregunta 4 cuándo usted realiza sus compras cuánto dinero asigna a este tipo de productos.....	56
Tabla 34	Pregunta 5 Estaría usted dispuesto a consumir snack de “Zanahoria Blanca”.....	57
Tabla 35	Pregunta 6. Qué precio estaría dispuesto a pagar por un snack de Zanahoria Blanca.....	58
Tabla 36	Pregunta 7. En qué lugares le gustaría a usted encontrar el producto.....	59
Tabla 37	Oferta Histórica.....	60
Tabla 38	Oferta Actual.....	60
Tabla 39	Oferta Proyecta.....	61
Tabla 40	Demanda Histórica.....	62
Tabla 41	Demanda Actual.....	62
Tabla 42	Demanda Proyectada.....	63
Tabla 43	Balance Actual.....	63
Tabla 44	Balance Proyectado.....	64
Tabla 45	Capacidad Instalada.....	65
Tabla 46	Capacidad optima.....	66
Tabla 47	Macro localización.....	66
Tabla 48.....		69
Tabla 49	Razones de Cercanía.....	71
Tabla 50	Código de Cercanía.....	71
Tabla 51	Área de la Planta.....	72
Tabla 52	Maquinaria.....	76
Tabla 53.....		76
Tabla 54	Equipo de Computación.....	76
Tabla 55	Muebles y Enseres.....	77
Tabla 56	Equipo de Oficina.....	77
Tabla 57	Ingresos Operacionales.....	78
Tabla 58	Ingresos Operacionales Anuales.....	79
Tabla 59	Materia Prima 0,80 g.....	80

Tabla 60 Rol de Pagos Producción	80
Tabla 61 Costos Indirectos.....	81
Tabla 62 Gastos Administrativos	81
Tabla 63 Rol de Pagos Administrativo	82
Tabla 64 Gasto de Ventas	82
Tabla 65 Rol de Pagos de Ventas.....	82
Tabla 66 Gastos Financieros	83
Tabla 67 Costos Fijos.....	83
Tabla 68 Costo Variable.....	84
Tabla 69 Activos	84
Tabla 70 Activos Nominales.....	85
Tabla 71 Capital de Trabajo	85
Tabla 72 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos	86
Tabla 73 Amortización de Financiamiento	87
Tabla 74 Depreciaciones	88
Tabla 75 Estado de Situación Financiero Inicial.....	89
Tabla 76.....	90
Tabla 77 Flujo de Caja	91
Tabla 78 Tasa de Descuento	92
Tabla 79 Valor Actual Neto VAN	93
Tabla 80 Interna de Rendimiento	94
Tabla 81 Periodo de recuperación de la inversión PRI.....	95
Tabla 82.....	96
Tabla 83 PE, Análisis Mensual Costos	97
Tabla 84 PE, Análisis Anual Costos	98
Tabla 85 Rentabilidad sobre el patrimonio ROE	99
Tabla 86 Rentabilidad sobre el Activo ROA	99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto (PIB) Trimestral USD.....	6
Figura 2 Producto Interno Bruto (PIB) Trimestral Tasa de Variación.....	7
Figura 3 Tasa de Crecimiento del PIB Sectorial	8
Figura 4 Inflación Mensual General (Porcentaje).....	10
Figura 5 Inflación Mensual General (Porcentaje) Quito.....	11
Figura 6 Balanza Comercial en Millones de USD.....	14
Figura 7 Exportaciones en Millones de USD.....	16
Figura 8 Importaciones en Millones de USD.....	17
Figura 9 PEA Marzo	19
Figura 10 Tasa de Empleo Adecuado y Pleno por ciudades auto-representadas.....	20
Figura 11 Tasa de Subempleo por ciudades auto-representadas.....	22
Figura 12 Tasa de Desempleo por ciudades auto-representadas.....	23
Figura 13 Organigrama Estructural.....	37
Figura 14 Logo”Natuzanahori”	45
Figura 15 Slogan	45
Figura 16 Plaza.....	47
Figura 17 Encuesta.....	52
Figura 18 Perfil del encuestado.....	52
Figura 19 Pregunta 1. Conocimiento	53
Figura 20 Pregunta 2. Le gustan los snacks	54
Figura 21 Pregunta 3. Con qué frecuencia adquiere un snack	55
Figura 22 Pregunta 4. Cuándo usted realiza sus compras cuánto dinero asigna a este tipo de productos Fuente: Investigación propia	56
Figura 23 Pregunta 5. Estaría usted dispuesto a consumir snack de “Zanahoria Blanca”.....	57
Figura 24 Pregunta 6. Qué precio estaría dispuesto a pagar por un snack de Zanahoria Blanca	58
Figura 25 Pregunta 7. En qué lugares le gustaría a usted encontrar el producto	59
Figura 26 Macro localización.....	67
Figura 27 Micro localización	68

Figura 28 Matriz SPL.....	70
Figura 29 Plano Planta “Natuzanahori”	72
Figura 30 Gerencia.....	73
Figura 31 Area de Producción	73
Figura 32 Bodega	74
Figura 33 Baños	74
Figura 34 Proceso Productivo	75
Figura 35 Formula Tabla Amortización.....	88
Figura 36 Fórmula TMAR	91
Figura 37 PRI.....	95
Figura 38 PE, Análisis Mensual Costos.....	97
Figura 39 PE, Análisis Anual Costos.....	98

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta.....	116
Anexo 2 Aceite de Olivo.....	117
Anexo 3 Registro Único del Contribuyente	117
Anexo 4 LUAE	118
Anexo 5 Permiso de Funcionamiento	118
Anexo 6 Urkund.....	119
Anexo 7 Bitácora.....	120
Anexo 8 Orden de empastado	122

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de tesis presenta un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de snack elaborado a base de zanahoria blanca en el Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia Calacalí en el año 2019.

La investigación presentada, ha sido desarrollada en siete capítulos cada uno de ellos subdivididos con ítems muy importantes para la elaboración del mismo, cada uno de ellos con un enfoque de innovación y contribución al desarrollo del país.

Iniciando con el capítulo uno donde se encuentra la razón de ser del proyecto, el porqué de su creación y el beneficio que se encuentra al adquirirlo a su vez se destacará una pequeña historia de la materia prima que se utilizará que es la zanahoria blanca, destacando los factores relevantes de la investigación.

En el capítulo dos se muestra el análisis interno y externo de la empresa donde se estudia factores macroeconómicos del país que deben de ser tomados en cuenta para el estudio, factor legal que se debe de cumplir para el normal funcionamiento, también se encuentra la filosofía empresarial, la conformación de la empresa a través de un organigrama estructural.

En el capítulo tres se puede observar el estudio de mercado, donde se determina la población y la muestra que sea de gran utilidad para el estudio donde se utiliza la encuesta como herramienta de investigación, para obtener información de los posibles consumidores con sus respectivas tabulaciones, también se encuentra la oferta y la demanda del proyecto tanto actual como histórica, determinando el balance de la oferta- demanda.

En el capítulo cuatro se realiza el estudio técnico, determinando la localización del proyecto determinando la distribución de la planta y la descripción de la misma, implementando la matriz SPL, también se determina el proceso productivo, la maquinaria y equipos que van a ser utilizados cada uno de ellos con sus respectivos costos.

En el capítulo quinto se puede encontrar el estudio financiero, en el que se analiza los costos y gastos del proyecto y las variables que intervienen en los mismos, el capital invertido y las fuentes de financiamiento, también se realiza la evaluación y se utilizan herramientas como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación de la inversión, Relación Costo Beneficio y el punto de equilibrio, también se analiza los índices financieros: Rentabilidad sobre el patrimonio, Rentabilidad sobre el activo.

En el capítulo sexto se analiza los impactos que se generan con la implementación del proyecto que se dividen en los siguientes: Ambiental, Económico, Productivo y social que afectan de manera directa al país.

Finalmente, en el capítulo séptimo se encuentran los resultados obtenidos de la investigación, y son mostrados mediante conclusiones y recomendaciones específicas que ayuden a conocer el estado y la garantía del proyecto.

ABSTRACT

This thesis paper presents a feasibility study for the creation of a microenterprise dedicated to the production and marketing of snack made from white carrots in the Metropolitan District of Quito, Calacalí Parish in 2019.

The research presented has been developed in seven chapters, each of them subdivided with very important items for the elaboration of the same, each one with an innovation approach and contribution to the development of the country.

Starting with chapter one where the rationale of the project is found, the reason for its creation and the benefit that is found when acquiring it in turn will highlight a small history of the raw material that is used that is the white carrot, highlighting The relevant factors of the investigation.

Chapter two shows the internal and external analysis of the company where macroeconomic factors of the country are studied that must be taken into account for the studies, legal factor that must be met for normal operation, is also the business philosophy , the conformation of the company through a structural organization chart.

In chapter three you can observe the market study, where the population is determined and the sample that is very useful for the study where the survey is used as a research tool, to obtain information from potential consumers with their respective tabulations, There is also the supply and demand of both current and historical project, determining the supply-demand balance.

In chapter four the technical study is carried out, determining the location of the project determining the distribution of the plant and the description of the same, implementing the SPL matrix, also the production process, the machinery and equipment that are going to be used are determined. some of them with their respective costs.

In the fifth chapter you can find the financial studies, which analyzes the costs and expenses of the project and the variables involved in them, the capital invested and the sources of financing, the evaluation is also carried out and tools such as : Net Present Value, Internal Rate of Return, Period of Recovery of the investment, Relationship Cost Benefit and the breakeven point, also the financial indexes are analyzed: Profitability on the patrimony, Profitability on the asset.

In the sixth chapter the impacts that are generated with the implementation of the project that are divided into the following are analyzed: Environmental, Economic, Productive and social that directly affect the country.

Finally, in the seventh chapter you will find the results obtained from the investigation, and they are shown by means of specific conclusions and recommendations that help to know the status and the guarantee of the project.

CAPÍTULO I

1. Introducción

Actualmente en el Ecuador existe distintos emprendimientos de consumo con productos innovadores que estudian las necesidades del consumidor y son fuentes de crecimiento para el país, con la microempresa de snack de zanahoria blanca se espera cubrir la demanda insatisfecha que existe en el mercado.

El presente proyecto tiene como su principal objetivo realizar un estudio de factibilidad para proceder a la creación de una microempresa productora y comercializadora de snack a base de zanahoria blanca en la parroquia de Calacalí del distrito metropolitano de Quito, el cual es elaborado con productos y procesos naturales totalmente saludables, los consumidores lo podrán adquirir de manera fácil a su vez es un producto casero con un sabor excelente acorde a las tendencias alimenticias de las actuales y futuras generaciones totalmente atractivo reflejando el color propio del vegetal manteniendo su concentración de vitaminas y minerales.

Este proyecto está enfocado a las personas, familias y empresas del sector norte de Quito que tengan afinidad por el tipo de producto ofrecido totalmente cultivado en tierra saludable sin ningún químico, se ofrece en varios mercados pero pocos de los veedores conocen los beneficios que puede brindar al consumirlo, presentados de varias formas: purés, sopas y fritas utilizado en dietas, pero no como snack que llame la atención a los niños ya que son los principales en consumir snack de otros productos no saludables y es allí donde el producto será llamativo y saludable para ellos.

1.01 Justificación

En la actualidad, las personas llevan un estilo de vida muy acelerado disminuyendo el tiempo para realizar alimentos caseros saludables provocando el consumo de alimentos de la calle o comida chatarra ya que son fáciles de adquirir y cubre sus necesidades a muy corto plazo, Calacalí es una de las parroquias con grande potencial económico y turístico de pichincha debido a esto se ha considerado realizar un estudio de factibilidad para producción y comercialización de snack a base de zanahoria blanca, producto cultivado en los alrededores de la misma parroquia con grandes beneficios para la salud de los consumidores, fomentando en ello la cultura de una buena alimentación. Unido con las condiciones climáticas excepcionales que nos permitirá contar con el vegetal permanente provocando una producción totalmente estable del producto para con ello cubrir la demanda insatisfecha que se encuentra en el mercado.

Al saber que los snacks son productos con grande aceptabilidad por el consumidor a pesar que su contenido no es saludable ni nutricional debido al proceso de fritura del mismo, se hace relevante determinar opciones para disminuir el contenido de grasa de los alimentos que son sometidos a fritura, en la micro empresa se producirá alimentos que cumplan con las normas legales sanitarias y de salud para brindar al consumidor final un producto de buena calidad con buen precio para con ellos cumplir las expectativas del mercado.

El norte de Quito no cuenta con una microempresa dedicada a la producción y comercialización de snack a base de zanahoria blanca siendo una ventaja para nuestro estudio donde la parroquia de Calacalí cuenta con un papel muy importante ya que será el lugar donde la satisfacción de las personas se cumpla al ofrecer un producto novedoso y a su vez saludable, obteniendo una acogida de la demanda insatisfecha en el mercado.

Este proyecto aporta al eje 2: economía al servicio de la sociedad enlazado al objetivo cinco: Impulsar la Productividad y la Competitividad para el Crecimiento

Económico Sostenible, de Manera Redistributiva y Solidaria del Plan Nacional de Desarrollo. (Planificación, 2017, págs. 71-88)

En el cual estipula, promover la productividad y competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.

El norte de Quito no cuenta con una microempresa dedicada a la producción y comercialización de snack a base de zanahoria blanca siendo una ventaja para nuestro estudio donde la parroquia de Calacalí cuenta con un papel muy importante ya que será el lugar donde la satisfacción de las personas se cumpla al ofrecer un producto novedoso y a su vez saludable, obteniendo una acogida de la demanda insatisfecha en el mercado.

1.02 Antecedentes

La zanahoria blanca o arracacha es originaria de países de la eco región andina, Perú, Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela: fue una de las primeras especies domesticadas por el hombre andino, la arracacha es la planta cultivada más antigua de Sud América y que su cultivo había precedido al de la papa y el maíz. Tiene diversos nombres vernáculos: Racacha, Virraca y Arracacha en Perú; Zanahoria Blanca en Ecuador, Es una raíz de sabor agradable y de fácil digestibilidad, contiene almidones muy finos en una cantidad de 10 a 25%. (Dos Santos, Salas, Flores, Guamanga, Coronado, & Villaroel, 2004, pág. 7)

Las principales zonas de producción de zanahoria blanca son; Pimampiro, Intag en la provincia de Ibarra; Nanegalito, Calacali y San José de Minas de la provincia de Pichincha; Baños en la provincia de Tungurahua. De estas zonas se llegó a la conclusión que San José de Minas en la provincia de Pichincha, constituye a nivel nacional la principal zona de producción que abastece a todo el país, en términos generales se considera que la zanahoria blanca ofrece posibilidades muy

interesantes siendo necesario cambios en su embalaje, transporte y presentación.
(Espinosa, Vaca, Abad, & Crissman, 1997, pág. 117)

La zanahoria blanca es un cultivo que mantiene una demanda aceptable de más o menos estable, los productores han llegado a la conclusión de que el cultivo de zanahoria blanca es aún más rentable que el maíz y otros productos que antes predominaban en la zona, producida con fines de comercialización se siembra generalmente en monocultivo en parcelas medianas y grandes, la zanahoria blanca es una raíz delicada por lo que durante la cosecha y su en sacamiento para la comercialización debe cuidarse que no se golpee ni se estropee puesto que conserva grandes nutrientes con varios beneficios.

(Barrera, Tapia, & Monteros, 2004, págs. 6-16)

CAPÍTULO II

2. Análisis situacional

El Análisis Situacional es un método que permite analizar dificultades, fallas, oportunidades y riesgos, para definirlos, clasificarlos, desglosarlos, jerarquizarlos y ponderarlos, permitiendo así actuar eficientemente con base en criterios y/o planes establecidos. (Valle & González, 2004)

2.01 Ambiente Externo

El ambiente externo se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueden influir en su desempeño. El ambiente externo está formado por dos componentes: el entorno específico y el general. (Robbins & Coulter, 2005, pág. 64)

2.01.01. Factor económico

Son factores que afectan de manera directa en el proyecto, son elementos macroeconómicos externos que permitirán saber con cierta exactitud la viabilidad y rentabilidad del proyecto como también la evolución del mismo.

2.01.01.01 Producto Interno Bruto

El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo en términos globales y por ramas de actividad se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales. (Ecuador, 2012).

Tabla 1
Producto Interno Bruto Semestral

Año	Trimestre	PIB TRIMESTRAL Miles de dólares (Corrientes)	TASAS DE VARIACIÓN t/t-4 (Constantes)
2016	T1	24.913.573	-3,4
	T2	24.926.186	-1,2
	T3	24.910.741	-1
	T4	25.187.196	0,8
2017	T1	26.000.261	1,7
	T2	25.993.550	2,1
	T3	25.960.907	2,9
	T4	26.341.144	2,8
2018	T1	26.893.748	1,8
	T2	26.767.539	1,4
	T3	27.267.486	1,5
	T4	27.469.285	0,8
2019	T1	27.244.803	0,6

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

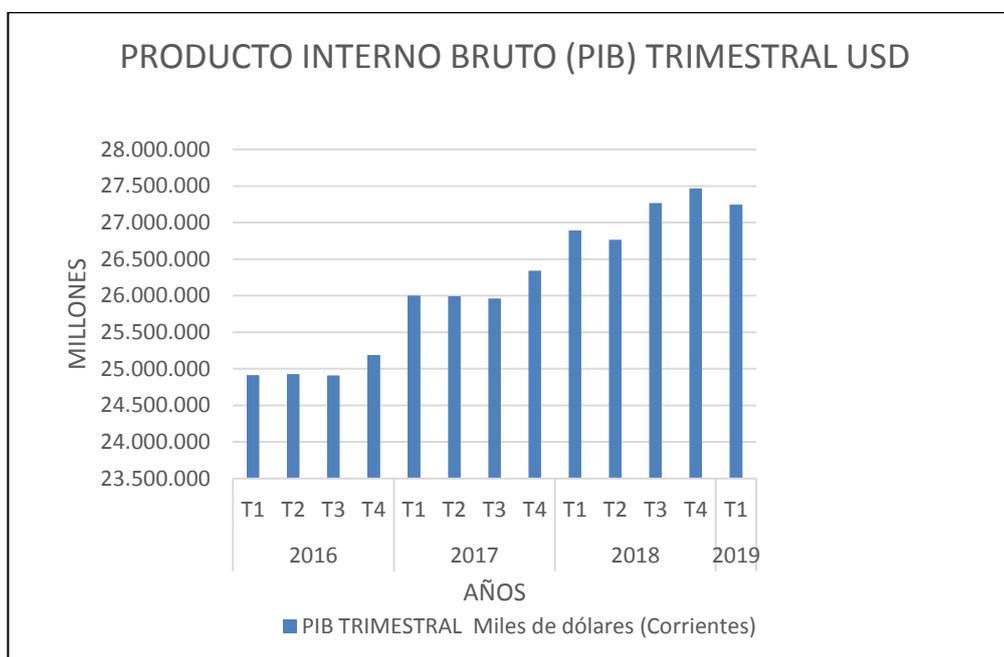


Figura 1 Producto Interno Bruto (PIB) Trimestral USD

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

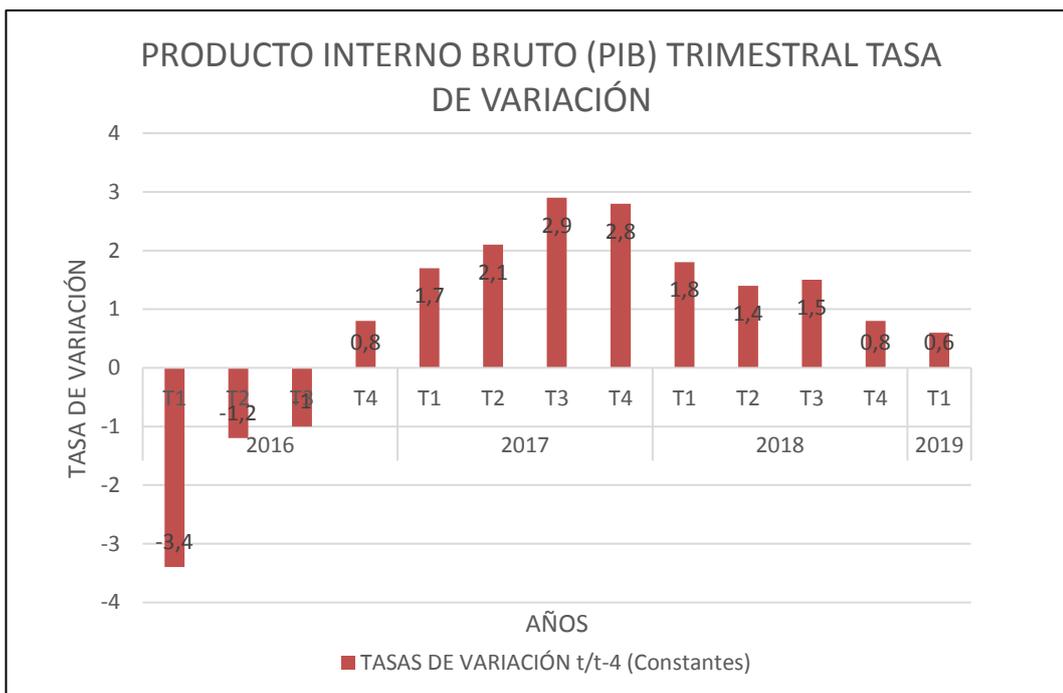


Figura 2 Producto Interno Bruto (PIB) Trimestral Tasa de Variación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

Se puede analizar que la tasa de variación del primer trimestre del año 2019 es de 0,6 en comparación al 4 trimestre del año anterior es de 0,8 lo que significa que la producción de bienes y servicios terminados ha decrecido un 0,20 entre los dos últimos años comparados, demostrando que la actividad ha decrecido y no es favorable para el proyecto.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto Sectorial

La economía está formada por actividades muy diferentes, Así como hemos hablado del incremento en el valor agregado de toda la economía, también podemos analizar cuáles son las actividades que producen este incremento, y cuales se van contrayendo conforme se desarrolla el país. Para esto, se acostumbra dividir la economía en diferentes bloques. (Schettino, 202, págs. 144-145).

Tabla 2
PIB por Industria

Período / Industrias	Comercio	Actividades de servicios financieros	Actividades profesionales, técnicas y administrativas	Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	Servicio doméstico	Otros Servicios (1)
Millones de USD (*)						
2016 (sd)	9.631,9	3.072,6	6.574,1	6.884,8	487,5	6.640,9
2017 (p)	9.960,1	3.536,3	7.071,8	7.062,2	538,2	6.439,0
2018 (prel.)	10.452,5	3.762,5	8.121,6	7.163,6	561,2	6.356,4

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

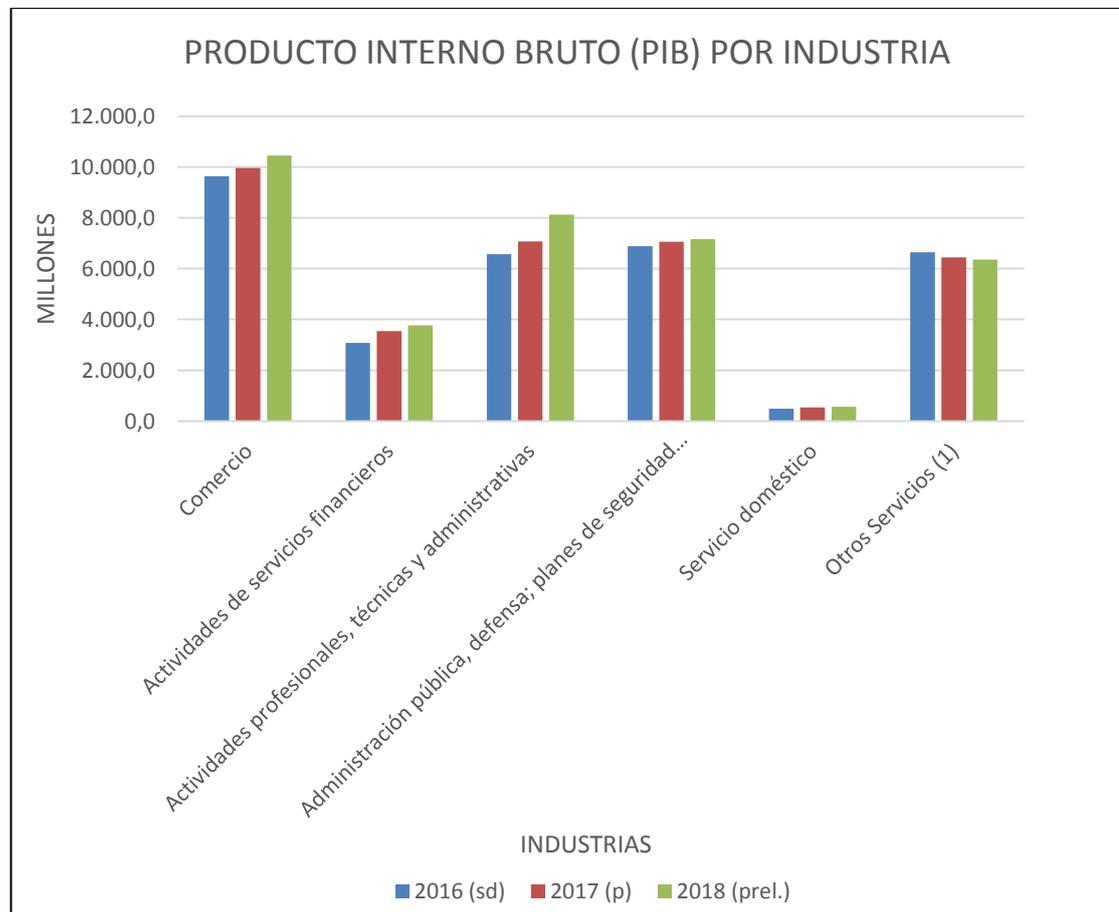


Figura 3 Tasa de Crecimiento del PIB Sectorial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

2.01.01.03 Inflación

La inflación es el aumento generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios de una economía. Supone una pérdida de valor de dinero pues se requiere una cantidad mayor de el para adquirir la misma cantidad de productos. (Verna & Morales, 2010, pág. 137).

Tabla 3
Inflación Mensual General (Porcentaje)

Años	Mes	Nacional
2018	Ene	0,19
	Feb	0,15
	Mar	0,06
	Abr	-0,14
	May	-0,18
	Jun	-0,27
	Jul	0
	Ago	0,27
	Sep	0,39
	Oct	-0,05
	Nov	-0,25
	Dic	0,1
2019	Ene	0,47
	Feb	-0,23
	Mar	-0,21
	Abr	0,17
	May	0
	Jun	-0,04
	Jul	0,09

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

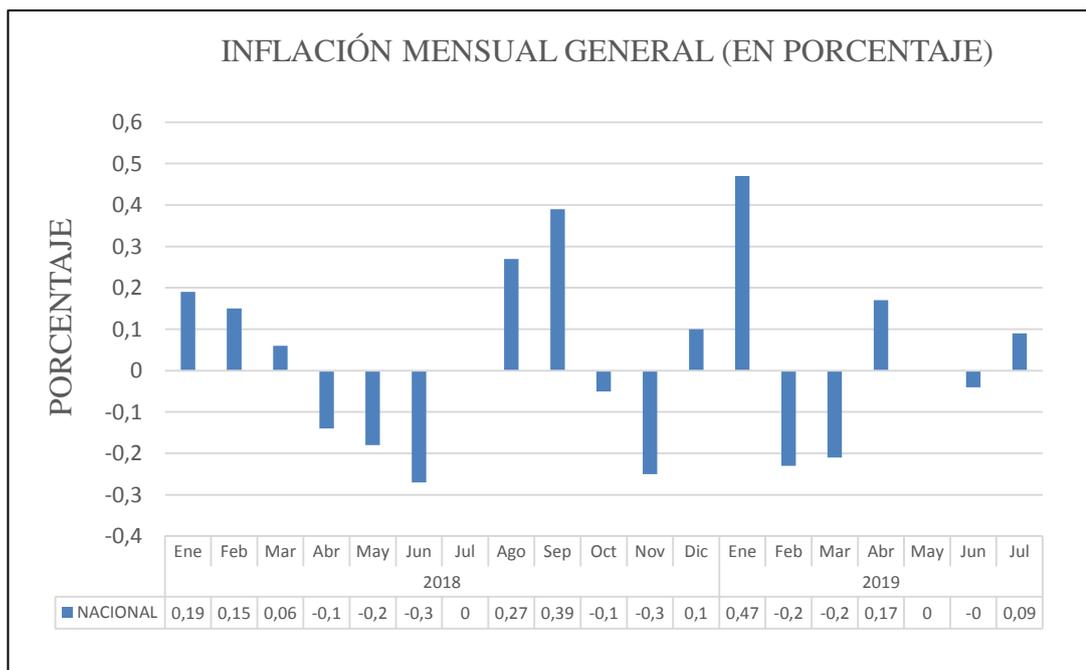


Figura 4 Inflación Mensual General (Porcentaje)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

Tabla 4

Inflación Mensual General (Porcentaje) Quito

Año	Mes	Quito
2019	Ene	0,53
	Feb	-0,31
	Mar	-0,23
	Abr	0,11
	May	0,05
	Jun	0,03
	Jul	0,27

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

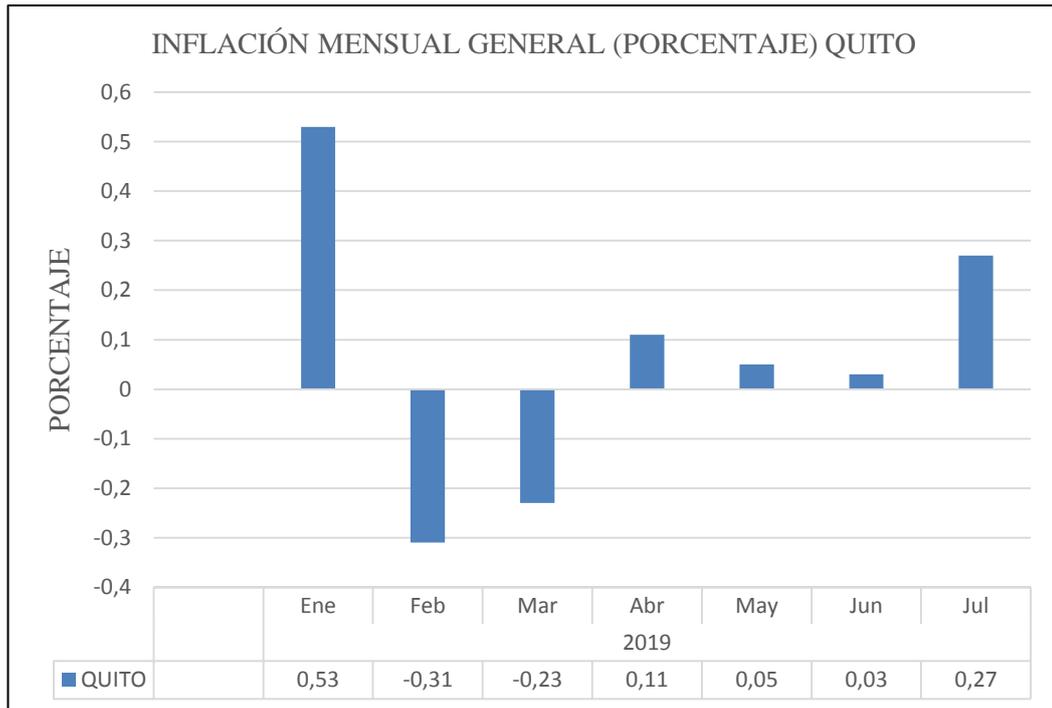


Figura 5 Inflación Mensual General (Porcentaje) Quito

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

Se puede analizar que el porcentaje de la Inflación en la Ciudad de Quito es positivo y totalmente favorable en comparación a los dos años anteriores, ya que tiene un 0,25 de incremento en comparación al año 2018 lo que es beneficioso para el proyecto en cierto grado ya que los precios en el mercado aumentarán y los proveedores serán de alguna manera beneficiados.

2.01.01.04 Tasa de Interés

La tasa de interés es un indicador económico y financiero que señala la rentabilidad de un ahorro o inversión, o bien, el costo de un crédito. El interés representa un beneficio para quien lo ahorra o invierte en alguna institución o instrumento financiero, y representa un costo para la entidad o persona que adquiere un crédito o préstamo. En resumen, la tasa de interés es el precio del dinero. (Gomez M , 2018).

2.01.01.04.01 Tasa de Interés Activa

“Tasa Activa Referencial es igual al promedio ponderado semanal de las tasas de operaciones de crédito de entre 84 y 91 días, otorgadas por todos los bancos privados, al sector corporativo”. (Ecuador, 2012)

Tabla 5
Tasa Activa 2019

Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima	% anual
para el segmento:		para el segmento:	
Productivo Corporativo	9.26	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.07	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.04	Productivo PYMES	11.83
Productivo Agrícola y Ganadero	7.23	Productivo Agrícola y Ganadero	8.53
Comercial Ordinario	9.21	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.02	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.93	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.33	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.44	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.72	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.41	Educativo	9.50
Vivienda de Interés Público	4.83	Vivienda de Interés Público	4.99
Inmobiliario	10.15	Inmobiliario	11.33
Microcrédito Agrícola y Ganadero	19.81	Microcrédito Agrícola y Ganadero	20.97
Microcrédito Minorista	26.19	Microcrédito Minorista	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple	23.69	Microcrédito de Acumulación Simple.	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.39	Microcrédito de Acumulación Ampliada	23.50
Microcrédito Minorista	23.61	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	22.44	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50

Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.33	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.16	Inversión Pública	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

Como se puede observar en la tabla la tasa de interés activa en microcrédito minorista es uno de los valores más altos con un 23,61, por lo tanto, en caso de solicitar un crédito los costos financieros serán considerables, mientras más baja sea la tasa activa, más favorable es para el proyecto.

2.01.01.04.02 Tasa de Interés Pasiva

“Tasa Pasiva Referencial, igual a la tasa nominal promedio ponderada semanal de todos los depósitos a plazo de los bancos privados, captados a plazos de entre 84 y 91 días.” (Ecuador, 2012)

Tabla 6

Tasa Pasiva 2019

Tasas Referenciales	% Anual	Tasas Referenciales	% Anual
Plazo 30-60	4.48	Plazo 121-180	5.95
Plazo 61-90	4.77	Plazo 181-360	6.56
Plazo 91-120	5.57	Plazo 361 y más	7.95

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

2.01.01.05 Balanza Comercial.

La balanza de bienes o balanza de mercancías que refleja la diferencia entre las exportaciones e importaciones de bienes. Si el saldo es positivo implica que, en el período analizado, el país exportó bienes por un monto mayor al que representaron las importaciones para el mismo período. (Cardenas, 2015)

Tabla 7
Balanza Comercial 2019 en Millones de USD

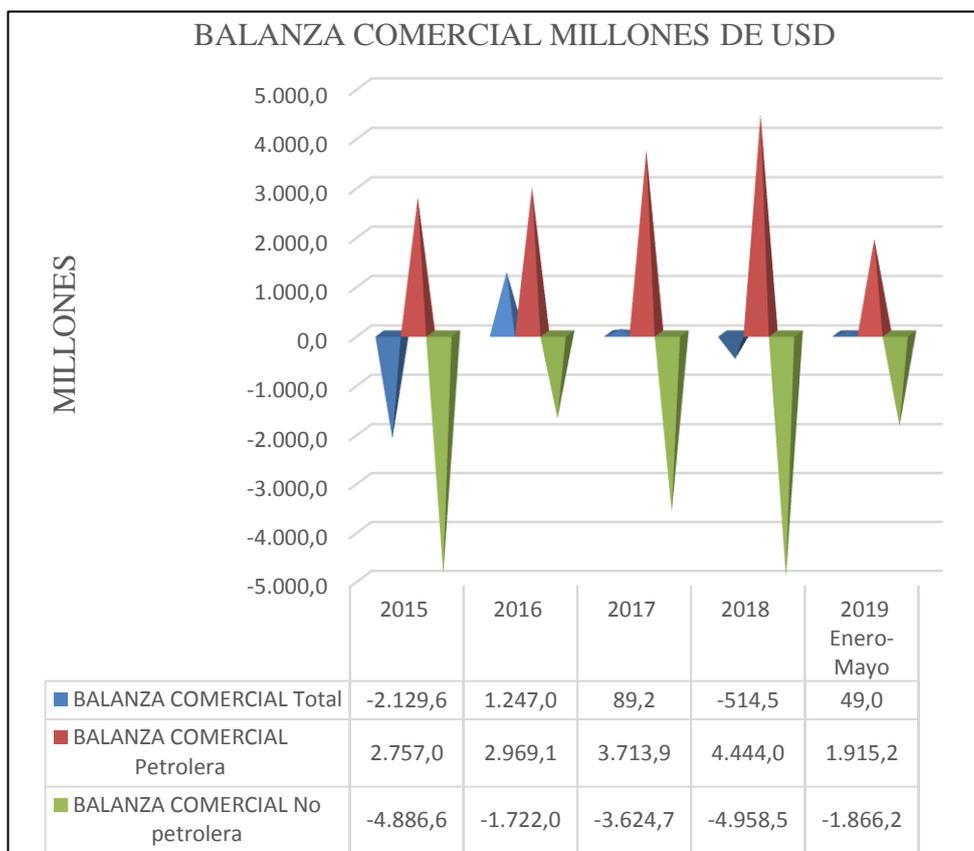
Período	BALANZA COMERCIAL		
	Total	Petrolera	No petrolera
2015	-2.129,6	2.757,0	-4.886,6
2016	1.247,0	2.969,1	-1.722,0
2017	89,2	3.713,9	-3.624,7
2018	-514,5	4.444,0	-4.958,5
2019 Enero-Mayo	49,0	1.915,2	-1.866,2

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

Se puede analizar que la balanza comercial total en el año 2019, entre enero y mayo ha disminuido considerablemente lo que quiere decir que la balanza se ha equilibrado en comparación con el año 2018 que dio un valor negativo de -514,5 lo que quiere decir que en ese año importamos más de lo que exportamos, consumiendo más lo que no es nuestro y dejando lo nuestro a un lado, debiendo producir más y exportar menos.

Figura 6 Balanza Comercial en Millones de USD



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

Uno de los graves problemas notorio que ha tenido el Ecuador en los últimos años en su balanza comercial existen valores negativos, lo que quiere decir que hemos importado más de lo que exportamos, aunque en algunos de los años existe valores positivos la negatividad de la misma afecta a el país puesto que no estamos consumiendo lo nuestro lo que la balanza comercial está en un riesgo medio debido a que debemos producir más y exportar menos.

2.01.01.05.01 Exportaciones

Es el envío de productos o mercancías del país propio a otro país, para su uso o consumo definido.

Tabla 8
Exportaciones en Millones

Período	EXPORTACIONES FOB (2)		
	Total	Petroleras (6)	No petroleras
2015	18.330,6	6.660,3	11.670,3
2016	16.797,7	5.459,2	11.338,5
2017	19.122,5	6.913,6	12.208,9
2018	21.606,1	8.801,7	12.804,4
2019 Enero-Mayo	9.281,0	3.763,8	5.517,2

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

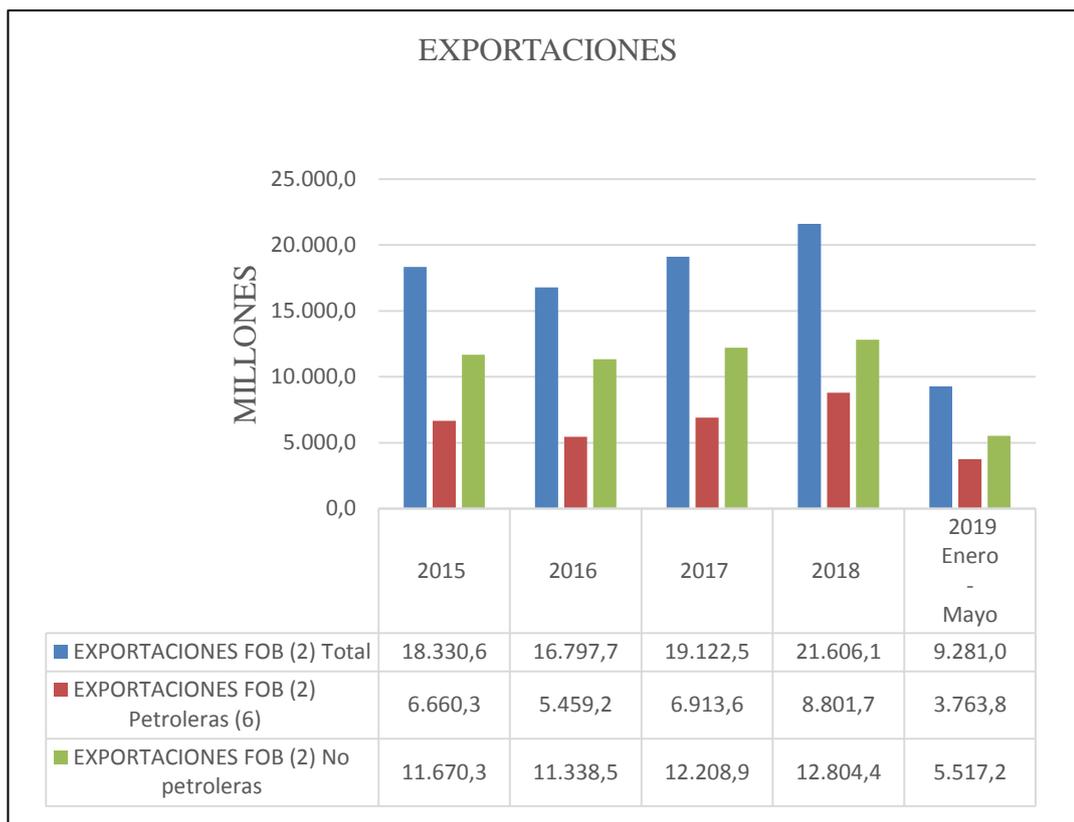


Figura 7 Exportaciones en Millones de USD

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

2.01.01.05.02 Importaciones

Es lo contrario de las exportaciones, es la compra de bienes y servicios que ingresa al país que provienen de empresas extranjeras tratándose de cualquier servicio o producto recibido dentro de la frontera de un país con varios propósitos.

Tabla 9

Importaciones en Millones de USD

Período	IMPORTACIONES FOB (7)		
	Total	Petroleras (3)	No petroleras (4)
2015	20.460,2	3.903,4	16.556,9
2016	15.550,6	2.490,1	13.060,5
2017	19.033,2	3.199,7	15.833,6
2018	22.120,6	4.357,7	17.762,9
2019 Enero-Mayo	9.232,0	1.848,6	7.383,4

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo.

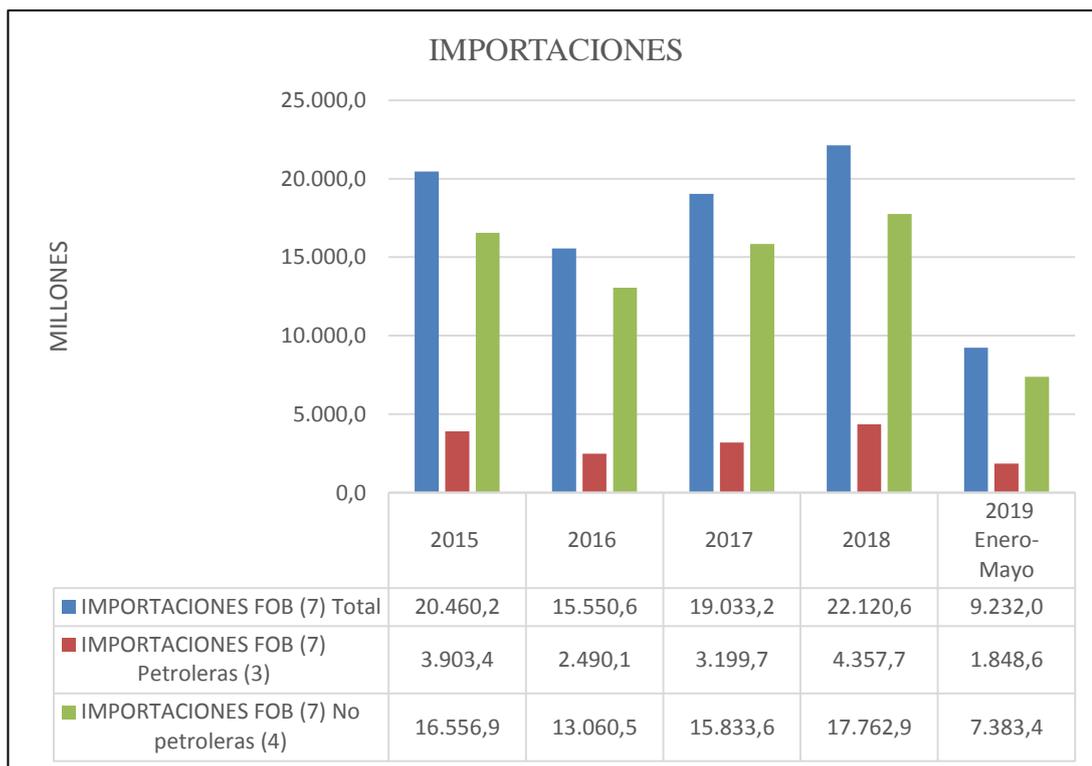


Figura 8 Importaciones en Millones de USD

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

2.01.01.06 Riesgo País

Es una medida de riesgo de un estado para conseguir el montante de divisas que le permita hacer frente a sus deudas contraídas con residentes en moneda extranjera. (Gomez & Lopez, 2002, pág. 103)

Tabla 10
Riesgo País 2019

Mes/Día/Año	Puntos
Septiembre-24-2019	663.00
Septiembre-23-2019	628.00
Septiembre-22-2019	608.00
Septiembre-21-2019	608.00
Septiembre-20-2019	608.00
Septiembre-19-2019	612.00
Septiembre-18-2019	608.00
Septiembre-17-2019	612.00
Septiembre-16-2019	642.00
Septiembre-15-2019	656.00
Septiembre-14-2019	656.00
Septiembre-13-2019	656.00
Septiembre-12-2019	633.00
Septiembre-11-2019	637.00
Septiembre-10-2019	638.00
Septiembre-09-2019	629.00
Septiembre-08-2019	634.00
Septiembre-07-2019	634.00
Septiembre-06-2019	634.00
Septiembre-05-2019	640.00
Septiembre-04-2019	657.00
Septiembre-03-2019	693.00
Septiembre-02-2019	705.00
Septiembre-01-2019	705.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Ayo

2.01.02. Factor social

En este factor se desenvuelven un sin número de aspectos como su cultura, gustos los cuales influyen en el desarrollo del negocio.

2.01.02.01 Población Económicamente Activa

La población económicamente activa, es la parte de la población de un país que abarca un segmento de los 15 a los 65 años y que se considera está en condiciones laborales para desarrollar trabajos remunerados. (Sulser & Pedroza, 2004, pág. 75).

Tabla 11
Población Económicamente Activa

Población Económicamente Activa	
Mar 2014	7.048.410
Mar 2015	7.374.083
Mar 2016	7.861.661
Mar 2017	8.084.382
Mar 2018	8.164.425
Mar 2019	8.162.787

Fuente: INEC

Elaborado por: Erika Ayo

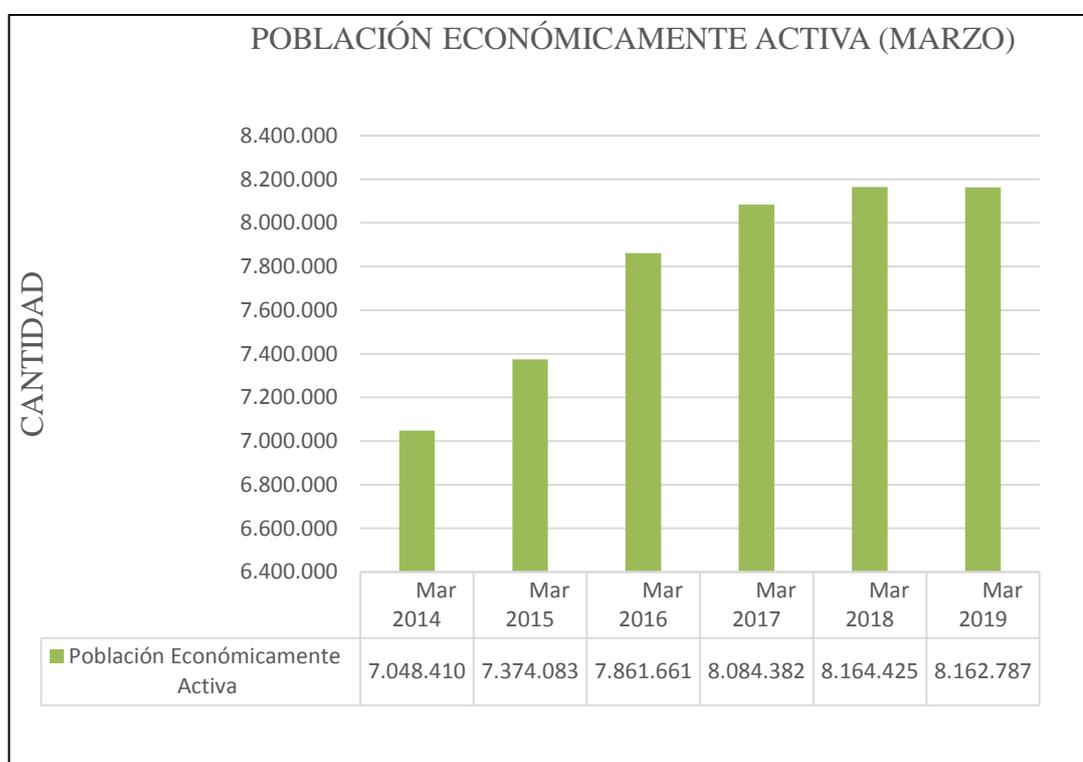


Figura 9 PEA Marzo

Fuente: INEC

Elaborado por: Erika Ayo

2.01.02.02 Empleo

El empleo, el hacer de algo, no solo es un modo de subsistencia, o un camino de propia superación, sino una manera de estar en el mundo y de ser algo en el. (Cifuentes, 1995, pág. 21)

Tabla 12

Tasa de empleo adecuado/pleno por ciudades auto-representadas, 2014-2019. (En porcentaje respecto a la PEA)

Ciudades	Jun 14	Jun 15	Jun 16	Jun 17	Jun 18	Jun 19	Variación significativa jun18/jun19
Quito	71,5	65,3	64	63,1	59,1	55,2	SI
Guayaquil	59,6	60,4	54	49,5	49,6	54,7	SI
Cuenca	66,9	63	61,8	60,1	66,5	69,4	NO
Machala	52,8	51,7	53	49,3	51,1	59,6	SI
Ambato	57,1	58,4	53,7	52,7	54,8	50,6	SI

Fuente: INEC

Elaborado por: Erika Ayo

La tasa de empleo adecuado y pleno en la ciudad de Quito, hubo un decremento en comparación a los meses de los años anteriores, mostrando una variación significativa, lo que no es beneficioso para el proyecto puesto que los consumidores no tendrán el suficiente efectivo para comprar, provocando una disminución en la adquisición del producto a ofrecer.

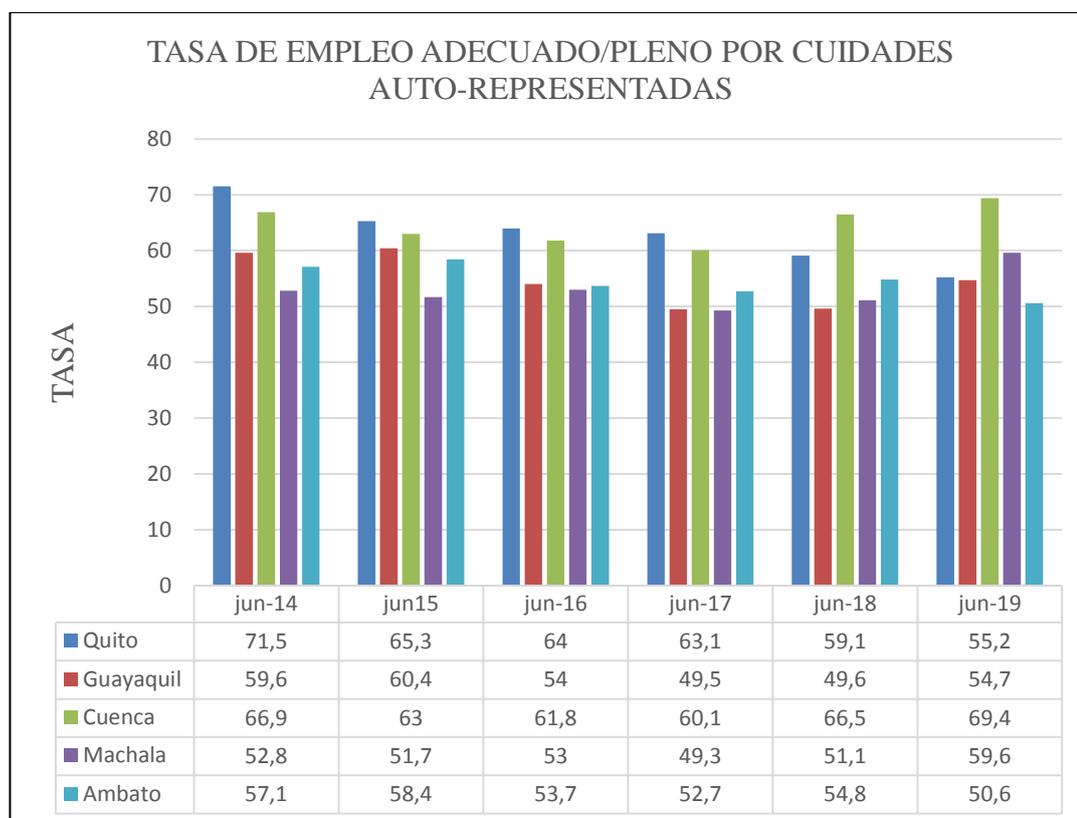


Figura 10 Tasa de Empleo Adecuado y Pleno por ciudades auto-representadas

Fuente: INEC

Elaborado por: Erika Ayo

Según los datos presentados por el INEC el empleo adecuado y pleno en las ciudades más representadas del país, Quito la ciudad en la que va a estar ubicado mi proyecto la tasa a estado disminuyendo considerablemente en los últimos tres años por la crisis económica que está cruzando el país.

2.01.02.02 Subempleo

El subempleo refleja el número de personas que trabajan durante una recesión, pero que reciben salarios inferiores de los que recibirían en una época de expansión debido a recortes de producción, reducción de jornadas, trabajos peor pagados o todo a la vez. (Krugman & Wells, 2007, pág. 146).

Tabla 13

Tasa de subempleo por ciudades auto-representadas, 2014-2019

Ciudades	Jun	Jun	Jun	Jun	Jun	Jun	Variación
	14	15	16	17	18	19	significativa jun18/jun19
Quito	3,1	4,9	7,6	11,9	9,9	14,3	SI
Guayaquil	11,8	9,3	15,5	22,3	22,5	17,7	SI
Cuenca	6,4	8,1	8,2	9,1	7,6	6,2	NO
Machala	9,8	14,2	14,4	14,8	13,5	9,5	SI
Ambato	12,1	10,8	14,3	16,9	13,2	15	NO

Fuente: INEC

Elaborado por: Erika Ayo

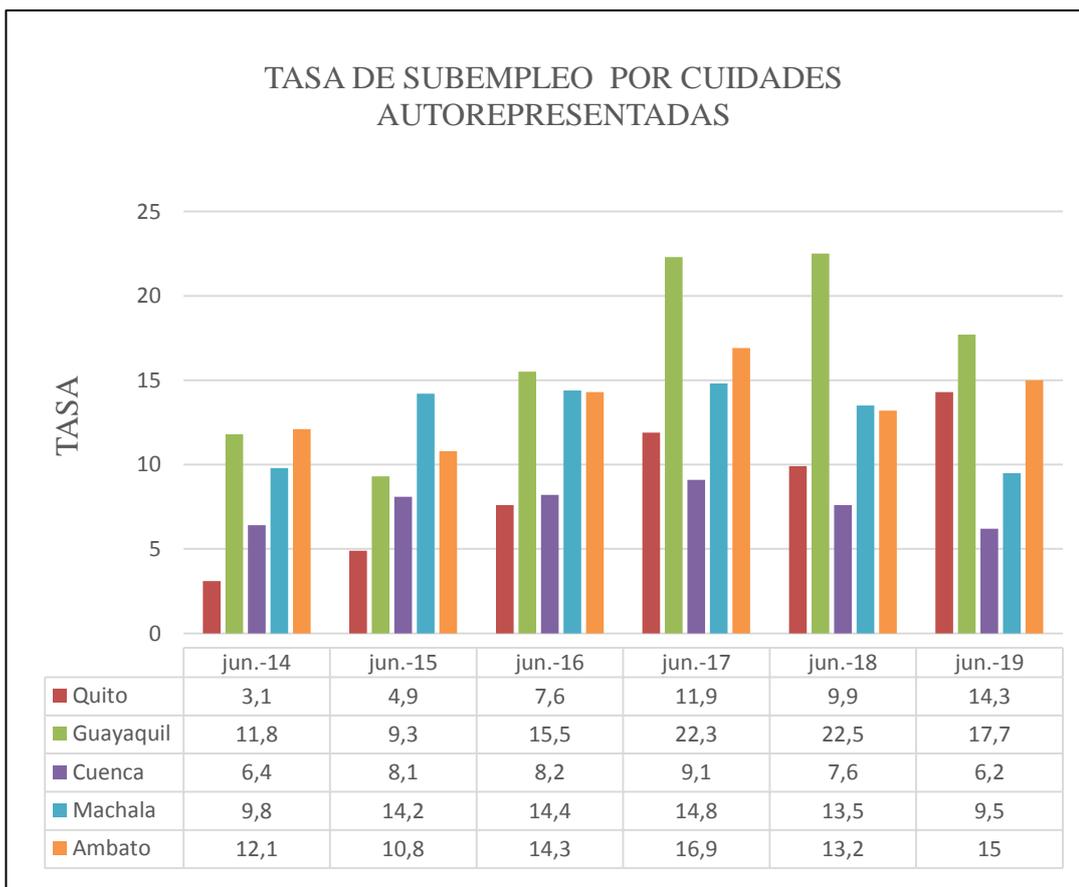


Figura 11 Tasa de Subempleo por ciudades auto-representadas

Fuente: INEC

Elaborado por: Erika Ayo

El desempleo en Quito la ciudad eje para nuestro proyecto ha incrementado debido al despido intempestivo de personal en sus plazas de trabajo provocando con ello la creación de negocios informales para mediante ello generar ingresos.

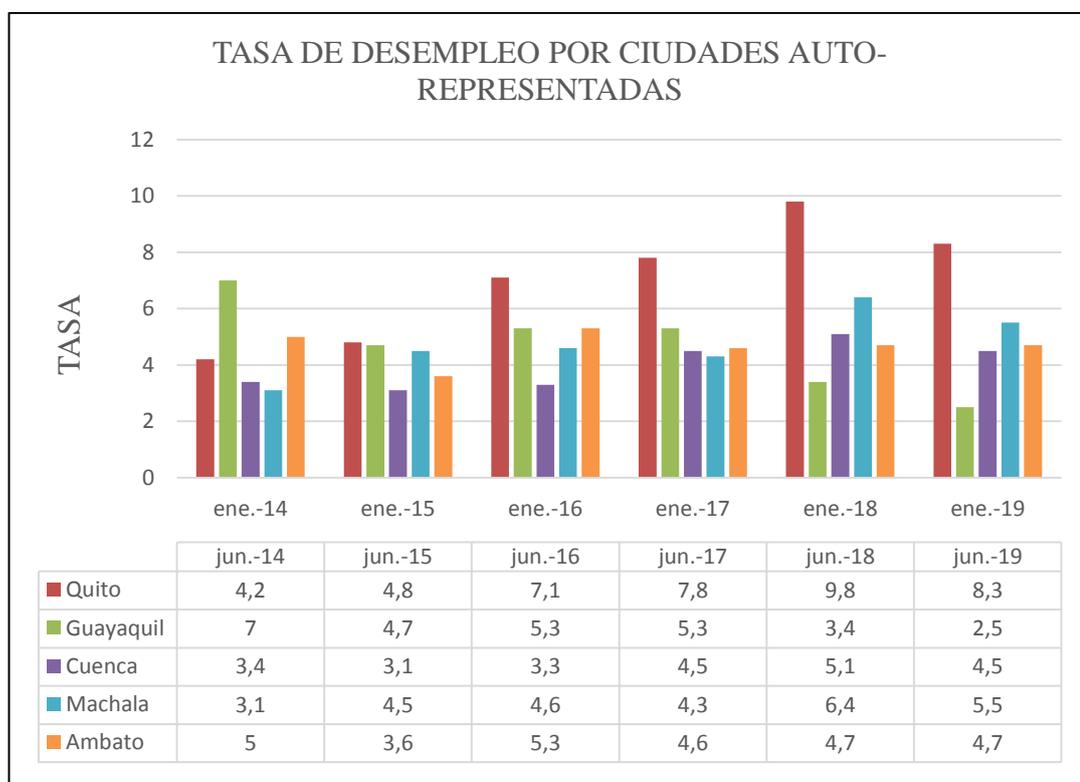
2.01.02.03 Desempleo

Es aquella situación en la que una persona con aptitud y disposición para trabajar no es capaz de encontrar ocupación profesional retribuida a pleno rendimiento, sea porque no encuentra ningún trabajo, sea porque solo encuentra uno con jornada inferior a la que desea y puede llevar a cabo. (Marquez, 2005, pág. 26).

Tabla 14

Tasa de Desempleo por ciudades auto-representadas, 2014-2019

Ciudades	Jun 14	Jun 15	Jun 16	Jun 17	Jun 18	Jun 19	Variación significativa jun18/jun19
	Quito	4,2	4,8	7,1	7,8	9,8	
Guayaquil	7	4,7	5,3	5,3	3,4	2,5	NO
Cuenca	3,4	3,1	3,3	4,5	5,1	4,5	NO
Machala	3,1	4,5	4,6	4,3	6,4	5,5	NO
Ambato	5	3,6	5,3	4,6	4,7	4,7	NO

*Fuente: INEC**Elaborado por: Erika Ayo***Figura 12** Tasa de Desempleo por ciudades auto-representadas*Fuente: INEC**Elaborado por: Erika Ayo*

La tasa de desempleo en el Ecuador a comparación del año 2018, ha disminuido lo que representa una oportunidad para nuestro proyecto puesto que las personas tienen poder de adquisición y genera a nuestra empresa una ventaja en el mercado.

2.01.03. Factor legal

Los factores legales recogen el conjunto de factores que permiten definir el sistema institucional de una nación determinada. Es decir, las normas que rigen las relaciones económicas, jurídicas y sociales entre los diferentes participantes en esos países. (Iborra, Dasi, Dolz, & Ferrer, 2014, pág. 97).

El proyecto se va a constituir como Persona Natural no Obligada a llevar Contabilidad, dado que, no se debe superar los siguientes parámetros;

- Ventas \leq 300,000
- Capital \leq 180,000
- Costos y Gastos \leq 240,000

Con esto los permisos son los siguientes:

2.01.03.01 RUC (Registro Único del Contribuyente)

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

Requisitos para obtener el RUC

Personas Naturales

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Una vez que se apertura el RUC se puede establecer la razón social y el nombre comercial las cuáles serán las siguientes:

- Nombre comercial “Natuzanahori”
- Razón social “Erika Mishell Ayo Ruales”

2.01.03.02 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE

La LUAE es el acto administrativo único con el cual el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza al titular el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en el territorio del DMQ. (Quito Turismo, 2019)

- 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
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía
- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal
- Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones

Requisitos para su emisión por primera vez:

- Formulario de Solicitud LUAE
- Copia de RUC

- Copia de cédula
- Copia de papeleta de votación vigente
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo.

2.01.03.03 Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos

Las empresas del sector alimentario, deben garantizar y avalar que los colaboradores que manipulan los alimentos cuenten con el conocimiento adecuado y necesario para implementar buenas prácticas de manipulación de los alimentos al momento de realizar el producto final.

2.01.03.04 Permiso de Bomberos /Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento (Distrito Metropolitano de Quito)

Se debe contar con el permiso que otorga el cuerpo de bomberos que consiste en un registro del cumplimiento de las condiciones de seguridad contra incendios ubicadas en el espacio físico del negocio o empresa y es un requisito fundamental para poder realizar actividades económicas para con ello prevenir cualquier acontecimiento siniestro a futuro, para obtener el permiso se debe presentar una solicitud, luego realiza la entidad la inspección del futuro local y realizan las respectivas recomendaciones una vez culminadas las recomendaciones y cumplir con ellas ,se obtiene el permiso correspondiente.

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

2.01.03.05 Afiliación al IESS

Es la obligación de todo patrono al inicio de su negocio o actividad económica afiliar a sus trabajadores desde el primer día que ingresa hasta el último

día que labore en la empresa, de no acatarse a las normas suscritas por el IESS le será otorgado multas y sanciones por no acatar las leyes establecidas.

2.01.04. Factor tecnológico

El factor tecnológico nos permite y facilita desarrollar en lo social y económico. La tecnología influye en el procedimiento o creación de un producto puesto que es la ayuda más eficiente y se acopla a las necesidades de la empresa y des sus consumidores aportando al crecimiento en el mercado.

Dentro del factor tecnológico no se contará por el momento con maquinaria de alta tecnología, talvez con el tiempo se incorporará maquinaria para la fabricación de los snacks, haciendo que llegue al mismo nivel tecnológico de la competencia.

Maquinaria para la producción

- ❖ Freidoras doble Industrial
- ❖ Mesa de Acero Inoxidable
- ❖ Fregadero doble de acero inoxidable
- ❖ Tanque de gas
- ❖ Rayadores
- ❖ Selladora
- ❖ Etiquetadora

Utensilios

- ❖ Gavetas
- ❖ Bandejas de acero inoxidable

- ❖ Baldes
- ❖ Pinzas, espumadera

Equipo Administrativo

- ❖ Computadora
- ❖ Impresora
- ❖ Teléfono

2.02 Entorno Local

El Entorno local consta de organizaciones y personas reales que se relacionan de manera directa con la empresa un ejemplo sería: proveedores, clientes y competidores son la parte primordial del inicio de un negocio.

2.02.01. Clientes

Se considera clientes a un consumidor fiel a una marca o producto. Se establece una diferencia entre clientes internos y clientes externos. (Fernandez & Fernandez, 2010, pág. 226)

Los clientes externos son las personas que acuden a la empresa a comprar, retribuyen mediante dinero la compra efectuada, pueden cambiar de proveedor habitual, y pueden ser clientes minoristas, mayoristas, distribuidores, etcétera. (Fernandez & Fernandez, 2010, pág. 226)

Los clientes internos son los propios trabajadores de la empresa, no pagan por el producto o servicio se les remunera por su actividad laboral y su proveedor es la propia empresa donde trabajan, por lo tanto, no les resulta fácil cambiar. (Fernandez & Fernandez, 2010, pág. 226).

Tabla 15
Características de los clientes

VARIABLE	RESPUESTA
Clase social	Baja, Media a alta
Edad	No hay límite de edad
Genero	Masculino y femenino
Estado Civil	Solteros y casados

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Erika Ayo

Tabla16
Principales Clientes

CLIENTE	DIRECCIÓN
Viveres "LILI"	Calacalí -Calle Guayaquil, Parque Central
Viveres "DIANITA"	Calacalí -Calle Guayaquil
Viveres "VIANI"	Calacalí-Calle Guayaquil y Simón Bolívar
Viveres "LOS REYES"	Calacalí -Calle Guayaquil y José Joaquín de Olmedo
Viveres "CUMBITA"	Calacalí -Calle Guayaquil, Parque Central
Bodegas TIA S.A	Av. Manuel Córdova Galarza y E10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Erika Ayo

2.02.01.01 Clientes Potenciales

El producto está direccionado a todas las familias en general que forman parte del mercado ya que el estar elaborado de zanahoria blanca, los consumidores serán aquellas personas que desean volver a su familia una familia saludable sin importar su edad.

2.02.02. Proveedores

“ Los proveedores son los que ofrecen los primeros insumos y en consecuencia, pueden tener un fuerte impacto en el servicio que nosotros ofrecemos a nuestros clientes”. (Warner, 2003, pág. 91) .

Tabla 17

Tabla de Proveedores

N°	NOMBRE	CIUDAD PARROQUIA	DIRECCIÓN	PRODUCTOS
1	José Mosquera	Quito	Calle Guayaquil	Zanahoria Blanca
		Calacalí	Vía a la Costa	
2	Viveres dianita	Quito	Calle Guayaquil	Ingredientes
		Calacalí	Calle Montufar	para el snack
3	Diseñador	Quito	Calle Guayaquil	Etiquetas y Publicidad
	Javier Toapanta	Calacalí	Calle Montufar	
4	Ecu empakes	Quito	Av. Manuel	Empaques(Fundas)
		Calacalí	Córdova Galarza y S3	

*Fuente: Investigación Propia**Elaborado por: Erika Ayo*

2.02.03. Competidores

Son los que venden productos y servicios similares a los de la empresa. (Serrano J. E., 2011, pág. 84)

Mediante la investigación que se realizó, la empresa no cuenta aún con competencia directa quizá con el tiempo la competencia directa llegue a existir con relación a este producto innovador.

Tabla 18

Tabla de Competidor

COMPETIDOR INDIRECTO
Minimarket El compadre

*Fuente: Investigación Propia**Elaborado por: Erika Ayo*

2.02.04 Análisis FODA

Tabla 19
Análisis FODA

OPORTUNIDAD	AMENAZA
PIB	Inflación
Tasa activa	Empleo
Riesgo País	Subempleo
Desempleo	

Fuente: Investigación de Proyecto

Elaborado por: Erika Ayo

2.03 Análisis Interno

El análisis interno de una empresa pone en manifiesto por escrito explícita y telegráficamente sus puntos fuertes y débiles que son relativamente fáciles de conocer ya que están dentro de la propia empresa. (Cardona, 2006, pág. 114)

2.03.01. Propuesta estratégica

La planeación estratégica es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de objetivos planeados por la empresa ya sean a corto, mediano o largo plazo.

2.03.01.01. Misión

Natuzanahori, es una empresa productora y comercializadora de snack a base de zanahoria blanca, que se preocupa por cuidar la salud del consumidor, se centra en proporcionar un producto de alto valor nutricional que ayude a cubrir las necesidades y expectativas de quien lo consuma, a su vez desarrollamos un proceso productivo que genera estabilidad y bienestar laboral.

2.03.01.02. Visión

Para el 2023, constituírnos como la empresa líder del mercado en la producción y comercialización de snack a base de zanahoria blanca reconocida a nivel nacional, implementando procesos eficientes, responsables y 100% amigables con la salud del consumidor, establecer rentabilidad y estabilidad económica y con ello lograr el crecimiento de la empresa manteniendo la calidad de nuestro producto.

2.03.01.03. Objetivos

“En los objetivos se proyectará a futuro los resultados que van implícitos en la investigación. Para ello, hay que preguntarse qué es lo que se quiere lograr y hasta dónde se quiere llegar con la investigación” (Álvarez, 2005, pág. 33).

2.03.01.03.01. Objetivo General

Determinar la factibilidad mediante la creación de una microempresa productora y comercializadora de snack a base de zanahoria blanca de la parroquia Calacali del Distrito Metropolitano de Quito.

2.03.01.03.02. Objetivos Específicos

- ✓ Alcanzar la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura
- ✓ Expandir nuestros puntos de venta
- ✓ Aumentar la productividad
- ✓ Establecer estrategias para lograr el posicionamiento del producto en el mercado nacional.

2.03.01.04. Principios y/o valores

2.03.01.04.01 Principios

Los principios son el conjunto de valores, normas y creencias que regulan y orientan la vida de la empresa son el soporte para cumplir con los objetivos, misión y visión de la empresa que son puestos en práctica por todos los que conforman la empresa mediante el desarrollo de sus actividades.

- ✓ **Cumplimiento.** - Nuestra empresa está siempre dispuesta y preparada para cumplir con todos los compromisos adquiridos con nuestros clientes.
- ✓ **Liderazgo.** -Saber conocer las necesidades y expectativas de los empleados, haciéndolos sentirse motivados y que su opinión cuenta en la empresa.
- ✓ **Mejorar Constantemente.** -La empresa se dedicará a la mejora del producto y de sus procesos logrando la excelencia en el producto.
- ✓ **Trabajo en Equipo.** -En nuestra empresa el trabajo en equipo es fundamental ya que las actividades en equipo serán más bien realizadas y con resultados positivos.
- ✓ **Desarrollo y bienestar del Recurso Humano.** -Proporcionar un ambiente de calidad a nuestros trabajadores; velar por su seguridad física y social proporcionándoles espacios adecuados para un buen ambiente laboral.
- ✓ **Eficiente.** -Realizar las labores de forma adecuada, optimizando los recursos con la finalidad de lograr los objetivos propuestos.
- ✓ **Innovación.** -Nuestros productos están enfocados en la innovación de la materia prima.

- ✓ **Compromiso en el servicio.** -Promover un excelente servicio que diferencie a nuestra empresa de la competencia.

2.03.01.04.02 Valores

Establecer los valores en una empresa es necesariamente importante pues nos ayuda a guiarnos y a orientarnos al momento de tomar decisiones de la empresa es necesario ponerlos en práctica desde los altos directores hasta sus trabajadores. Según (Arturo, 2014)“Los valores de una empresa son cualidades, principios o creencias que una empresa posee y que guían u orientan las decisiones, acciones y conductas de sus miembros”.

Respeto. -Valoraremos la confianza que nuestra clientela ha depositado en nosotros, respetando sus derechos y aceptando su opinión para la mejora continua de la empresa.

Puntualidad. -Cumplir con todas las tareas, compromisos y obligaciones en el tiempo acordado sienta oportunos con nuestros clientes, proveedores y trabajadores.

Honestidad. -Entendemos que el servicio transparente al momento de ofrecerlo al cliente es de muy buena reputación para la empresa fomentando relaciones firmes y duraderas, de igual manera el trato con los trabajadores debe ser honesto y valorar sus servicios.

Los valores y principios que tendrá la empresa son una fortaleza para la misma, que ayudarán a la empresa a enfocarse en la mejora continua y alcanzar la excelencia en cada uno de sus procesos.

2.03.02. Gestión administrativa

La gestión administrativa es indispensable en todas las empresas, independientemente del sector productivo al que pertenezca. En las microempresas y PYMES la actividad administrativa es global, sin existir división departamental, es

decir, las operaciones administrativas que realiza el personal, van desde la gestión de compra-venta, al control de los recursos humanos, como la contratación, nóminas, etc. (Ventura, 2012, pág. 10).

2.03.02.01 Planificación

La planificación tiene su razón de ser, si se puede aplicar para dirigir procesos, instituciones o sistemas sociales. En este sentido, la planificación está ligada a la función de direcciones de éstos, facilitando la tarea de conducción de su funcionamiento y desarrollo conforme a los propósitos de sus gobernantes y directores. (Pera, 1998, pág. 101).

Tabla 20

Planificación (Diagrama de Gantt)

ACTIVIDADES	OCT				NOV				DICI				ENER				FEBRE				MAR			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Estudio de Mercado	■	■	■	■																				
Documentos en regla			■	■	■	■	■																	
Financiamiento							■	■																
Contrato del Establecimiento							■	■																
Adquisición de Materia Prima								■	■	■														
Selección de Personal										■	■	■												
Capacitación al Personal											■	■												
Selección de Proveedores												■	■	■										
Contacto con Proveedores													■	■	■									
Elaboración de Producto														■	■	■	■	■	■					
Control de Calidad																	■	■	■					
Con tactación con Clientes																		■	■					

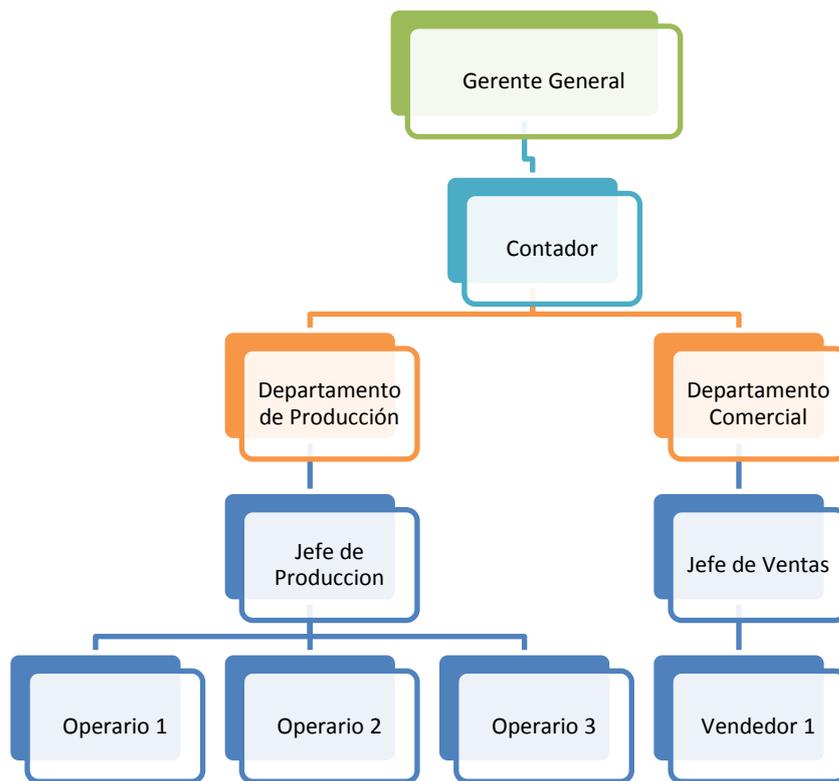


Figura 13 Organigrama Estructural

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Erika Ayo

2.03.02.03.01 Descripción de Funciones

Tabla 21

Funciones del Gerente General

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Gerente General
Número de Personas a Cargo:	7
FUNCIONES	
Planear, dirigir, controlar todas las funciones y actividades que desempeñan los departamentos, con la finalidad de crear un ambiente de continuo desarrollo.	
Firmar documentos.	
Identificar y solucionar problemas de los diferentes departamentos.	
Elaborar y evaluar los principios y valores de la empresa.	
Responsabilidades:	
Aprobar los estados financieros, registros contables, informes.	
Asegurarse que los departamentos de la empresa estén cumpliendo con las metas establecidas.	
Requisitos de Educación:	Tecnólogo en banca y finanzas
Requisitos de Experiencia	De 1 año mínimo

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Erika Ayo

Tabla 22
Funciones Contador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Contador
Sexo:	Masculino/Femenino
Número de Personas a Cargo:	0
FUNCIONES	
Llevar la contabilidad de la empresa de manera transparente	
Manejar de manera correcta las normas tributarias	
Planear inversiones y relaciones con instituciones financieras	
Realizar comparaciones con periodos anteriores y realizar proyecciones financieras	
Planear y controlar todas las actividades contables y financieras de la empresa	
Responsabilidades:	
Presentar los registros del diario, mayor, inventario.	
Asesorar en la toma de decisiones económicas	
Requisitos de Educación:	Título de tercer nivel en Contabilidad
Requisitos de Experiencia	1 a 2 años de Experiencia en Contabilidad en el sector público o privado.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Erika Ayo

Tabla 23
Funciones de Jefe de Producción

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Jefe de Producción
Sexo:	Masculino/Femenino
Número de Personas a Cargo:	3
FUNCIONES	
Verificar la calidad del producto	
Establecer la fecha de vencimiento	
Verificar la fecha del ciclo de producción	
Impulsar la buena manipulación del producto	
Responsabilidades:	
Verificar el proceso de producción	
Seleccionar los equipos adecuados para la excelente manipulación y procedimiento de la materia prima	
Requisitos de Educación:	Tener Título Universitario/Administración de la Producción
Requisitos de Experiencia	1 a 2 años de Experiencia en Producción

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Erika Ayo

Tabla 24
Funciones Operarios Producción

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Operarios
Sexo:	Masculino/Femenino
FUNCIONES	
Realizar el proceso de la recolección de materia prima	
Alcanzar los resultados perfectos en el producto	
Obtener el producto bien elaborado	
Utiliza la materia prima necesaria para la elaboración del producto	
Responsabilidades:	
Realizar un producto de calidad	
Inventarios	
Ejecutar la perfecta manipulación del producto	
Requisitos de Educación:	Tener Título Universitario en caso de tenerlo/ Título de Bachiller con conocimientos en cocina
Requisitos de Experiencia	1 años de Experiencia en producción o en cocina

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Erika Ayo

Tabla 25
Funciones Jefe en Ventas

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Jefe en Ventas
Sexo:	Masculino/ Femenino
FUNCIONES	
Establecer un nexo entre el cliente y la empresa	
Realizar una planificación de ventas	
Administrar el área de ventas	
Incrementar las ventas mensuales, anuales	
Responsabilidades:	
Distribuir la mercadería de manera correcta y adecuada	
Fomentar el incremento de las ventas	
Requisitos de Educación:	Tener Título Universitario en Ventas
Requisitos de Experiencia	1 a 2 años de Experiencia en ventas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Erika Ayo

Tabla 26
Funciones Vendedores (aras)

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Vendedores(aras)
Sexo:	Masculino/ Femenino
FUNCIONES	
Retener a los clientes actuales	
Mantener o mejorar la participación en el mercado	
Se encarga de incrementar las ventas	
Realizar la entrega del producto en la hora y lugar exactos	
Responsabilidades:	
Brindar un buen servicio al clientes	
Captar nuevos clientes	
Requisitos de Educación:	Bachiller Título de tercer nivel en ventas en caso de tenerlo
Requisitos de Experiencia	1 año de Experiencia de vendedora o atención al cliente.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Erika Ayo

2.03.03. Gestión operativa

Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso. (Arnoletto & Diaz, 2009)

Tabla 27
Gestión Operativa

ACTIVIDAD	TIEMPO (min)	OBSERVACIÓN
Recepción M.P	20	
Clasificación M.P	10	Escoger y seleccionar la M.P en buen estado
Lavado del vegetal	10	Lavar bien el vegetal para sacar toda la tierra
Descascar amiento	30	Sacar la cáscara del vegetal
Lavado y secado del vegetal	20	Lavar nuevamente el vegetal y secarlo
Rayar el vegetal	30	Colocar en el rayador el vegetal
Ingredientes	10	Se procede a preparar todos los ingredientes que van en la preparación del producto
Freír el vegetal	10	Se procede a freír el vegetal
Ecurrir el vegetal	5	Una vez frito el vegetal lo dejamos reposar
	10	Una vez listo el vegetal empacamos en sus respectivos empaques.
Empacar el vegetal		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Erika Ayo

2.03.04. Gestión comercial

La gestión comercial forma parte esencial del funcionamiento de las organizaciones: decisiones relativas a qué mercados acceder, con qué productos, qué política de precios aplicar, como desarrollar una sistemática comercial eficaz, forman parte del día a día de las organizaciones, además de ser aspectos que emanan directamente de las decisiones derivadas de la estrategia corporativa. (Martín Logos, 2008, pág. 11).

2.03.05 Marketing Mix

El marketing mix está integrado por una serie de variables o instrumentos que la empresa utilizará para coincidir en el comportamiento de compra de sus consumidores potenciales. (García, 2002, pág. 3)

Es un análisis de la estrategia interna de la empresa que está conformado por herramientas que nos ayudará a implementar positivamente las variables importantes del negocio tales como: el producto, precio, plaza y promoción y con ellas lograremos alcanzar las metas y objetivos de la empresa.

2.03.05.01 Producto

Es el conjunto de características tangibles e intangibles que satisfacen las necesidades de los consumidores. (Castro, 1997, pág. 15)

El snack de zanahoria blanca es un producto natural con grandes beneficios nutritivos para sus consumidores, y es elaborado con un proceso artesanal riguroso, un sabor innovador y único que se lanzará al mercado con una presentación atractiva de 80 g un producto que podrá ser utilizado para varios eventos destacando lo natural de su sabor.

❖ Logo



Figura 14 Logo "Natu zanahori"
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Erika Ayo

❖ Slogan

MÁS NATURAL, MÁS NUESTRO

Figura 15 Slogan
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Erika Ayo

2.03.05.02 Precio

Es la asignación hoy en día de un valor a un producto y/o servicio, para que se pueda realizar los intercambios en una economía, en la sociedad de un país y por supuesto en la empresa, necesitamos de asignar un valor monetario a los productos y servicios. (Castro, 1997, págs. 15-16).

“Natuzanahori” maneja la metodología de precio costo más utilidad para el cálculo del precio del producto que va a ofrecer, el precio obtenido será equitativo para el consumidor y la empresa, llevará un control minucioso de los costos que intervendrán en la elaboración del producto, aprovechando los costos altos de la competencia y promocionar una propuesta atractiva para penetrar de manera positiva en el mercado.

2.03.05.03 Plaza

Es la tercera P de la mezcla de mercadotecnia, esta variable ayuda a hacer llegar el producto y los servicios desde la fábrica hasta el último consumidor. (Castro, 1997, pág. 16)

La microempresa Natuzanahori estará ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito Parroquia Calacalí, nuestro producto se comercializará con un tipo de canal de distribución, el cual es: Producto-Distribuidor, es decir, produciremos el producto y lo venderemos a los distribuidores, los cuales lo harán llegar al consumidor final.



Figura 16 Plaza

Fuente: Google Maps

2.03.05.04 Promoción

Es la cuarta variable de la mezcla de mercadotecnia y consiste en dar a conocer el producto y/o servicio a través de distintas actividades promocionales, una muy usual es la publicidad que se apoya en los medios masivos de comunicación (televisión, radio, periódico, revistas) para promocionar los productos y servicios. (Castro, 1997, pág. 16).

El reconocimiento del producto se llevará a cabo a través de medios tecnológicos, ya que con la actualidad han sido los mejores al momento de publicar algún bien o servicio o marca, en especial se utilizará Facebook e Instagram ya que esos medios son los más económicos y utilizados por miles de usuarios en la actualidad.

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

El estudio de mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto aunque sean ajenos a este. (Ilpes, 2006, pág. 71)

3.01 Análisis del consumidor

Análisis del consumidor consiste en estudiar la manera de pensar de los consumidores, así como también conocer sus preferencias y gustos y todos los aspectos positivos y negativos que se encuentran en cada uno de ellos, pues que de ello dependerá determinar la aceptación del producto.

3.01.01. Determinación de la población y muestra

3.01.01.01 Población

Una población es un conjunto de elementos acotados en un tiempo y en un espacio determinado, con alguna característica común observable y medible. (Rienzo, y otros, 2008, pág. 2).

La población objetivo del presente proyecto se presenta a continuación

Tabla 28
Población

POBLACION	TOTAL
Ecuador	17.267.986
Sierra	7.733.725
Pichincha	3.172.200
Quito	2.735.987
Calacalí	4759
Segmentación	3616

Fuente: Instituto Ecuatoriano De Estadísticas Y Censos
Elaborado por: Erika Ayo

3.01.01.02 Muestra

La muestra es una parte de la población en estudio, seleccionada de manera que en ella quedan representadas las características que distinguen a la población de lo que fue tomada. (Moreno G. , 2000, pág. 9)

Población finita

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

Dónde

n: Tamaño de la muestra.

N: Población o universo.

P: Probabilidad del éxito (50%).

Q: Probabilidad del fracaso (50%).

E²: Margen de error (5%).

Z²: Nivel de confianza (1.96).

Desarrollo

$$n = \frac{3616(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(3616 - 1)(0,05)^2 + (0,5)(0,5)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{3472,81}{10,00}$$

$$n = 347 R.$$

Como se puede observar al desarrollar la fórmula para obtener la muestra, nos arrojó un resultado de 347, y ese resultado es el número de encuestas a realizarse para el proyecto.

3.01.02. Técnicas de obtención de la información

Son métodos de recolección de información que ayudan a encontrar la solución óptima para la toma de decisiones, es manejada con materia consultada o con la opinión de las personas que serán beneficiadas con la respuesta de los mismos.

3.01.02.01 Encuesta

La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población. (Abascal & Grande, 2005, pág. 14)

3.01.02.02 Entrevista

La entrevista es una técnica de investigación muy utilizada en la mayoría de disciplinas empíricas. Apelando a un rasgo propio de la condición humana-nuestra capacidad comunicacional- esta técnica permite que las personas puedan hablar de sus experiencias, sensaciones, ideas, etc. (Yuni & Urbano, 2006, pág. 82).

3.01.02.03 Observación

Las disciplinas científicas han desarrollado estrategias especiales de observación de aquellos aspectos de la realidad que constituyen su núcleo de interés. (Yuni & Urbano, 2006, pág. 34).

Nombradas cada una de las técnicas de obtención de información y conocer su concepto, conociendo las características del proyecto, la técnica de obtención de información que se utilizará en la encuesta, puesto que arroja datos más concretos y confiables que ayudará al proyecto al momento de la toma de decisiones.

3.01.02.04 Modelo de la Encuesta



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA



La presente encuesta tiene como finalidad de recolectar información referente a la producción de snack a base de zanahoria blanca, la misma tiene fines académicos.

Instrucciones: Leer con mucha atención cada una de las preguntas y marque con una sola X la respuesta correcta según su criterio.

Perfil del Encuestado:

Femenino

Masculino

1.- ¿Tiene usted conocimiento de la “Zanahoria Blanca”?

SI

NO

2.- ¿Le gustan los snacks?

SI

NO

3.- ¿Con qué frecuencia adquiere un snack?

Diariamente

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

Anualmente

4.- ¿Cuándo usted realiza sus compras cuánto dinero asigna a este tipo de productos?

\$1,00

\$1,50

\$2,00

5.- ¿Estaría usted dispuesto a consumir snack de “Zanahoria Blanca”?

SI

NO

**Si su respuesta es no, la encuesta ha terminado

6.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un snack de Zanahoria Blanca?

0,50ctv

0,75ctv

1,00USD

7.- ¿En qué lugares le gustaría a usted encontrar el producto?

Tiendas

Minimarket

Supermercados

Figura 17 Encuesta

Elaborado por: Erika Ayo

3.01.03. Análisis de la información

Perfil Encuestado

Tabla 29

Perfil encuestado

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	208	60%
Femenino	139	40%
Total	347	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

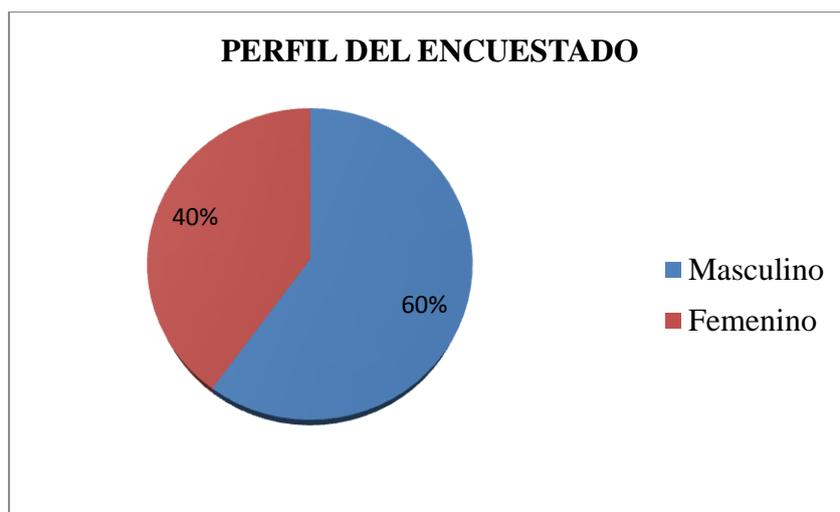


Figura 18 Perfil del encuestado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

En base a la encuesta realizada, se obtuvo como porcentaje mayor un 60% que es representado por el sexo masculino y un 40% que es representado por el sexo femenino cubriendo el 100%.

1.- ¿Tiene usted conocimiento de la “Zanahoria Blanca”?

Tabla 30

Pregunta 1. Conocimiento

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
SI	256	74%
NO	91	26%
TOTAL	347	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

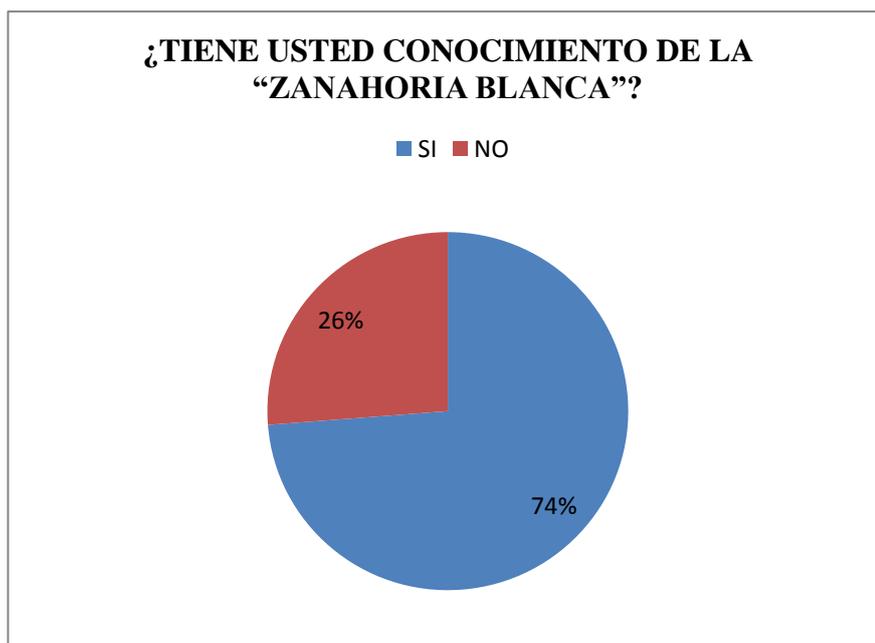


Figura 19 Pregunta 1. Conocimiento

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Como se puede analizar existe un gran conocimiento en los encuestados sobre la zanahoria blanca, ya que arrojó un porcentaje del 74% lo que es beneficioso para el proyecto.

2.- ¿Le gustan los Snacks?

Tabla 31

Pregunta 2. Le gustan los Snacks

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
SI	256	74%
NO	91	26%
TOTAL	347	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

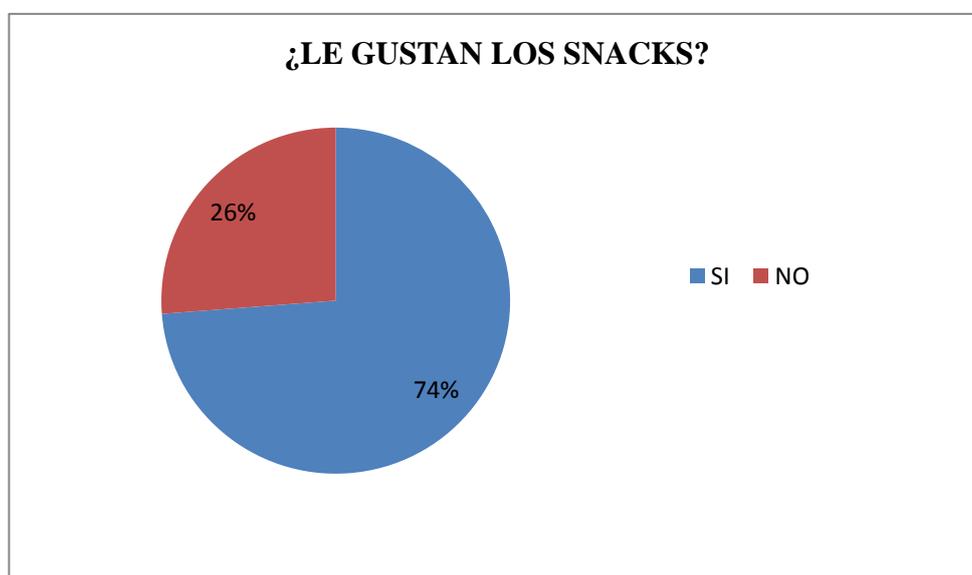


Figura 20 Pregunta 2. Le gustan los snacks

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Se puede observar en el resultado de los encuestados, el porcentaje más elevado es el del 74% con la respuesta de SI, que refleja que la mayoría de los encuestados conoce sobre su gusto por los snacks, lo que es totalmente positivo para el proyecto, puesto que conociendo los beneficios que tiene va hacer más factible que adquieran el producto.

3.- ¿Con qué frecuencia adquiere un snack?

Tabla 32

Pregunta 3. Frecuencia

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
Diariamente	250	72,05%
Semanalmente	50	14,41%
Quincenalmente	30	8,65%
Mensualmente	12	3,46%
Anualmente	5	1,44%
TOTAL	347	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

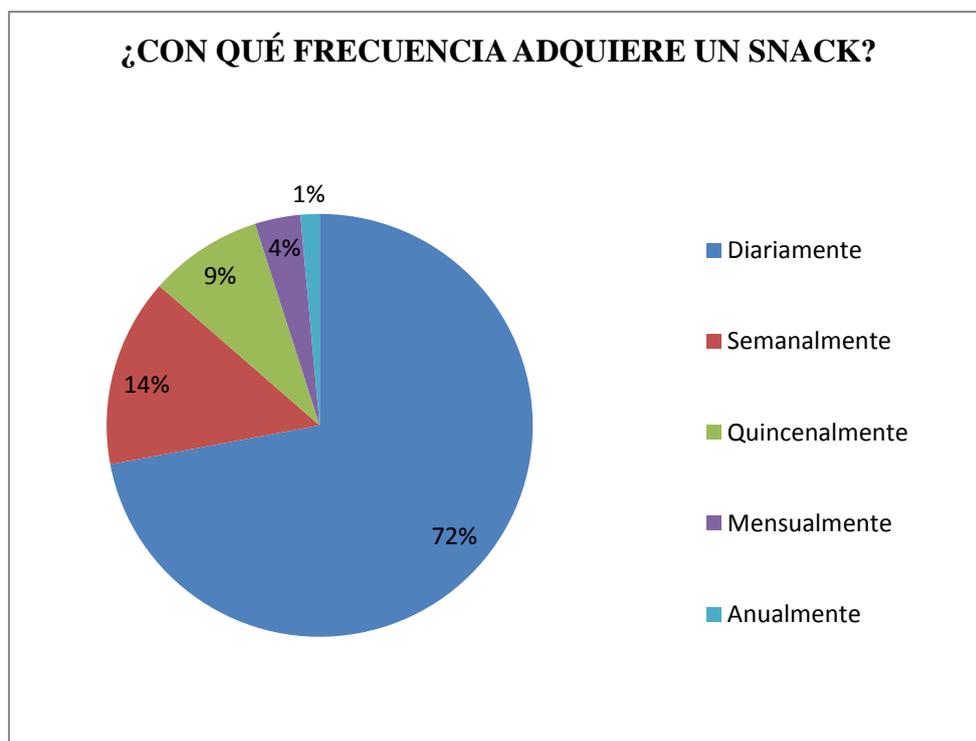


Figura 21 Pregunta 3. Con qué frecuencia adquiere un snack

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Al analizar la tabulación, los datos reflejan que la mayoría de los encuestados consume un snack diariamente abarcando el 72 %, le sigue semanalmente con un 14% del total, lo cual es un % positivo y alentador para el proyecto puesto que el consumo diario refleja una alta demanda del producto.

4.- ¿Cuándo usted realiza sus compras cuánto dinero asigna a este tipo de productos?

Tabla 33

Pregunta 4 cuándo usted realiza sus compras cuánto dinero asigna a este tipo de productos

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
1,00	275	79%
1,50	62	18%
2,00	10	3%
TOTAL	347	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

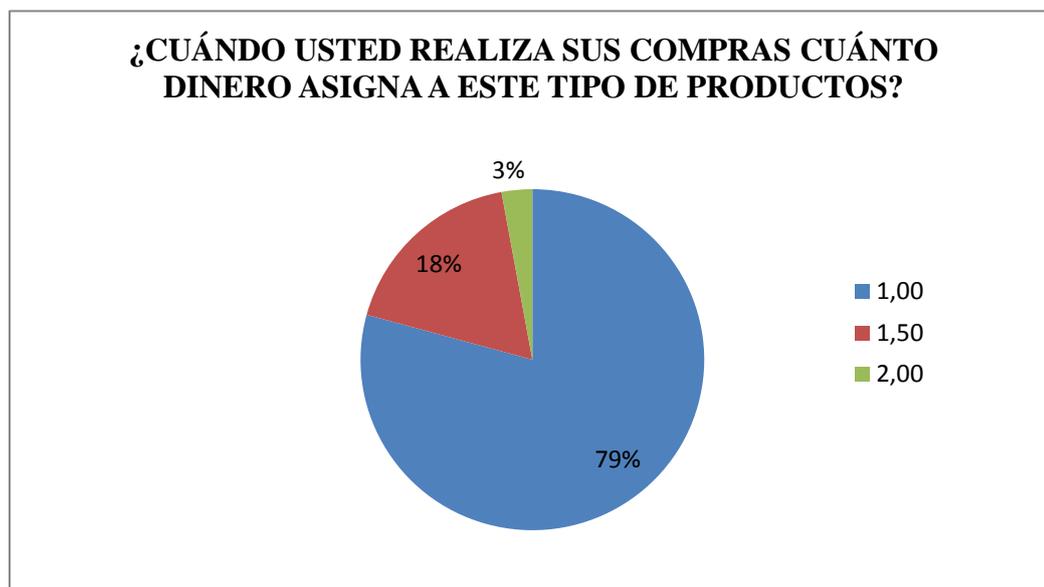


Figura 22 Pregunta 4. Cuándo usted realiza sus compras cuánto dinero asigna a este tipo de productos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Al analizar la tabulación de la pregunta 4 de la encuesta obtuvimos que las personas encuestadas asignan un dólar de su dinero para la compra de snacks al momento de realizar sus compras diarias, lo que es beneficioso ya que el precio del producto es menor a lo asignado.

5.- ¿Estaría usted dispuesto a consumir snack de “Zanahoria Blanca”?

Tabla 34

Pregunta 5 ¿Estaría usted dispuesto a consumir snack de “Zanahoria Blanca”?

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
SI	340	98%
NO	7	2%
TOTAL	347	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

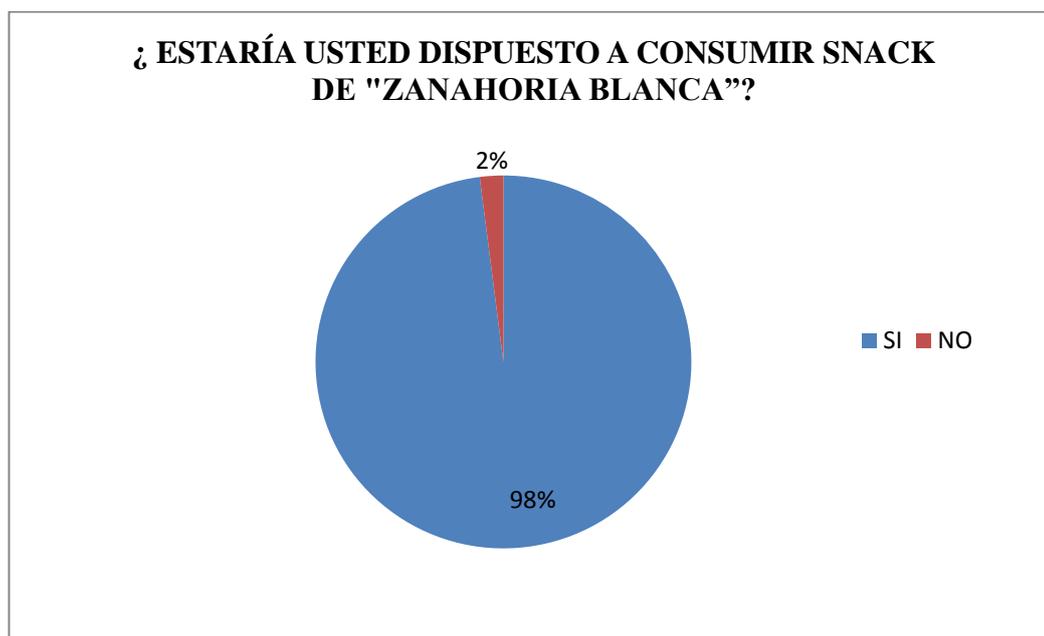


Figura 23 Pregunta 5. ¿Estaría usted dispuesto a consumir snack de “Zanahoria Blanca”?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Al analizar la información obtenida de las respuestas de los encuestados, obtenemos un 98% de la respuesta SI está dispuesto a consumir nuestro producto, lo que es beneficioso para el proyecto, aunque existe un porcentaje que no muestra interés por consumirlo ya sea por desconocimiento o por alguna otra razón ese porcentaje es mínimo hablando de un 2%.

6.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un snack de Zanahoria Blanca?

Tabla 35

Pregunta 6. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un snack de Zanahoria Blanca

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
0,50ctv	55	16%
0,85ctv	275	81%
1,00ctv	10	3%
TOTAL	340	100%
N/A	7	
TOTAL	347	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

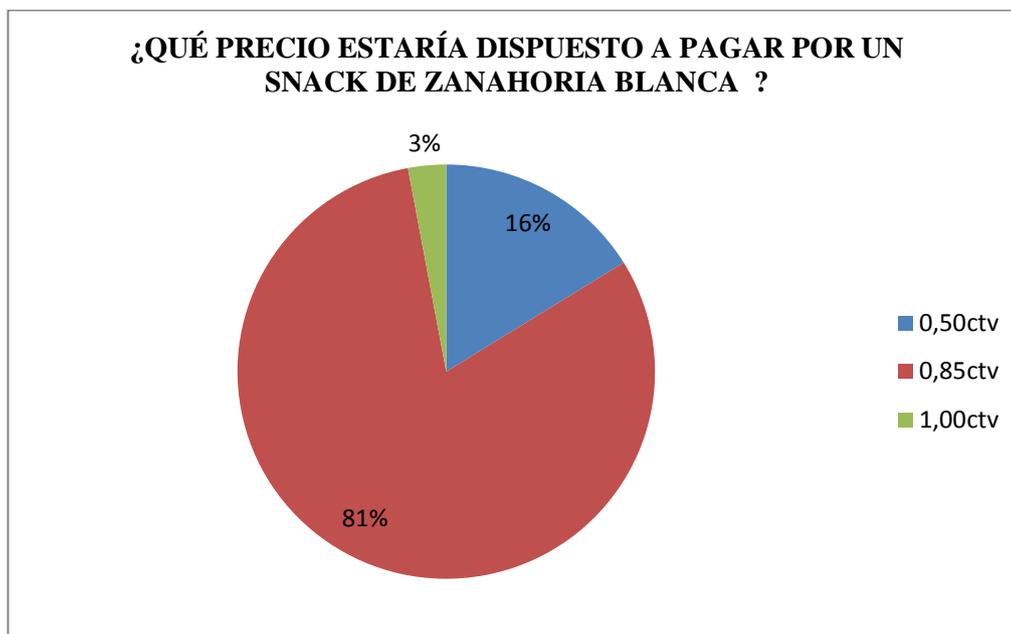


Figura 24 Pregunta 6. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un snack de Zanahoria Blanca

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Al analizar las respuestas de los encuestados, se obtuvo el porcentaje más alto de 81% representado por 0,85ctv, que es lo que los encuestados están dispuestos a pagar por un snack de zanahoria blanca, mientras que el porcentaje más bajo es del 3% que representa 1,00 \$, aquí se puede determinar el valor idóneo para el producto.

7.- ¿En qué lugares le gustaría a usted encontrar el producto?

Tabla 36

Pregunta 7. En qué lugares le gustaría a usted encontrar el producto

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
Tiendas	300	88%
Minimarket	30	9%
Supermercados	10	3%
TOTAL	340	100%
N/A	7	
TOTAL	347	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

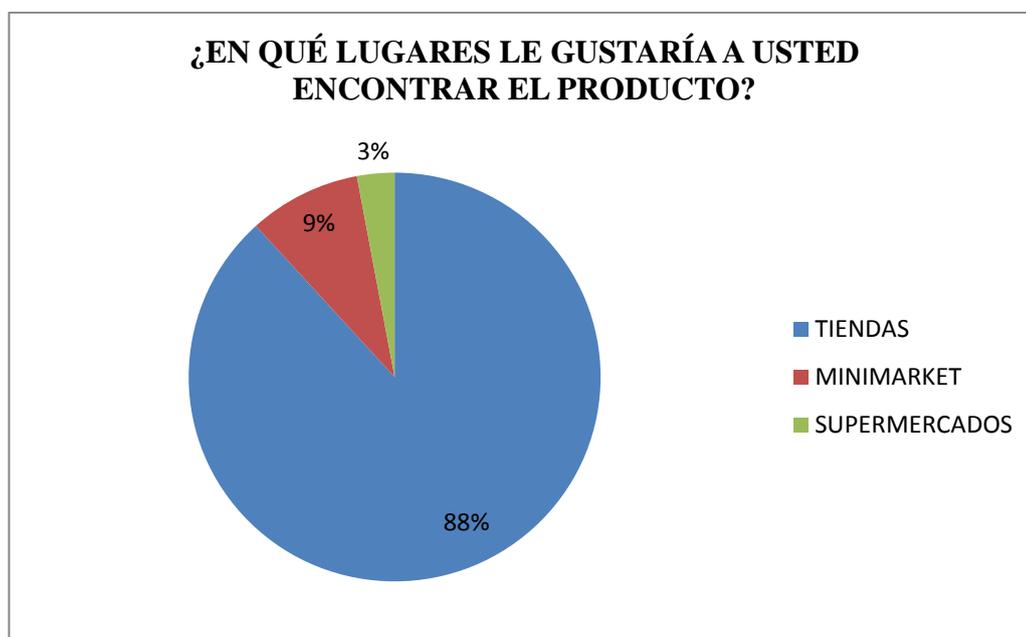


Figura 25 Pregunta 7. En qué lugares le gustaría a usted encontrar el producto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Al analizar las respuestas de los encuestados en base a sus puntos de venta favoritos, se logró determinar que, los lugares más aceptados son: tiendas con un 88% y minimarket con un 9% lo que nos ayuda a establecer los canales de distribución más adecuados al proyecto adaptado a las necesidades de los encuestados.

3.02 Oferta

La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad como mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo dado. (Ávila, 2006, pág. 45)

3.02.01. Oferta histórica

Es la oferta existente en los años pasados, que produzcan u ofrezcan productos iguales o similares a los que la microempresa brindará, puesto que si es un producto nuevo en el mercado se tomará en cuenta a un producto sustituto.

Tabla 37
Oferta Histórica

PERIODO	OFERTA HISTORICA
2018	20450
2017	19700
2016	18950
2015	18200
2014	17450

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

3.02.02. Oferta actual

Es la cantidad de bienes o servicios que cierto número de ofertantes están dispuestos a poner a disposición en el mercado actual, es decir en este momento.

Tabla 38
Oferta Actual

ITEM	VALOR
Población Total	4759
Muestra según formula apropiada	347
Porcentaje de aceptación producto/servicio	98%
Aceptación del proyecto	4664

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

3.02.03. Oferta proyectada

Son estimaciones estadísticas que permiten conocer la oferta que se presentará en el futuro, donde se toma en cuenta varios factores para la estimación de la misma, puesto que ayudará a saber la aceptación estimada de los futuros consumidores del producto

Tabla 39
Oferta Proyecta

PERIODO	OFERTA
	PROYECTADA "Q"
2020	22540
2021	22718
2022	22898
2023	23079
2024	23262

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

3.02. 04. Productos sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores, pero se basan en una tecnología diferente. Estos productos constituyen una amenaza permanente en la medida en que la sustitución puede hacerse siempre. (Camino & Garcillan, 2007, pág. 244)

Para el presente proyecto se han determinado los siguientes productos sustitutos:

- Papas fritas naturales
- Papas fritas sabor a limón
- Papas fritas sabor a pollo
- Chifles naturales
- Cueritos

3.03 Demanda

La demanda expresa las actitudes y preferencias de los consumidores por un artículo, mercancía o servicio. Es decir, la demanda de una mercancía (bien) es la cantidad de ella que el individuo estaría dispuesto a comprar, en un momento dado, a los diversos precios posibles. (Ávila, 2006, pág. 40)

3.03.01. Demanda histórica

Es la cantidad de bienes y servicios requeridos o solicitados a un determinado precio, por parte del mercado para satisfacerse una necesidad específica.

Tabla 40

Demanda Histórica

PERIODO	DEMANDA
HISTORICA	
2018	94105
2017	93355
2016	92605
2015	91855
2014	91105

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

3.03.02. Demanda actual

Calcular la demanda actual implica cuantificar la demanda existente, que hemos definido como la suma de la demanda atendida y la demanda efectivamente atendida. (Dvoskin, Fundamenyos de marketing, 2004)

Tabla 41

Demanda Actual

PERIODO	DEMANDA ACTUAL"Q"
2019	94851
2020	94107
2021	93369
2022	92626
2023	91882

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

3.03.03. Demanda proyectada

Es el cálculo matemático estudiado con bases, que ayudan a conocer el número de futuros bienes o servicios que se van a poner a disposición en el mercado, a su vez se podrá visualizar el porcentaje de acogida del mismo en los futuros clientes.

Tabla 42
Demanda Proyectada

PERIODO	DEMANDA PROYECTADA "Q"
2021	95603
2022	94866
2023	94133
2024	93397
2025	92665

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

3.04 Balance Oferta – Demanda

Es el balance que permite conocer y ayudar a determinar el número de ofertantes y demandantes y sus proyecciones en el tiempo, con datos actuales para determinar el número de demanda insatisfecha que presenta la microempresa.

3.04.01. Balance actual

Tabla 43
Balance Actual

PERIODO	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL (Q)
1	94851	21205	73646

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

3.04.02. Balance proyectado

Tabla 44

Balance Proyectado

PERIODO	DEMANDA
	INSATISFECHA "Q"
2020	74222
2021	74802
2022	75386
2023	75976
2024	76570

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

CAPÍTULO IV

4. Estudio técnico

El estudio técnico de un proyecto en sí es un proceso interactivo al cual las demás investigaciones se refieren varias veces hasta que finalmente se determina el concepto entero en el estudio de factibilidad. Los estudios técnicos evidencian los conocimientos profundos de los planificadores del proyecto en cuanto a las características sobresalientes. (Erossa, 2004, pág. 99)

4.01 Tamaño del proyecto

El tamaño depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo de proyecto que se está formulando, pues cada proyecto tiene características particulares que, al final, limitarán su tamaño. (Rosales, 2007, pág. 117)

4.01.01. Capacidad instalada

Es la capacidad máxima disponible de producción permanente de la empresa. Aquí ya se ha hecho un proceso de armonizaciones todos los equipos y se llega a una conclusión final sobre la cantidad máxima que se puede producir por un turno de trabajo, estimado generalmente en ocho horas. (Flores, 2015, pág. 35)

Tabla 45

Capacidad Instalada

ITEM	0.80g	TOTAL
Total Capacidad diaria	350	350
Capacidad semanal	1,750	1,750
Capacidad mensual	7,000	7,000
Capacidad anual	84,000	84,000

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

4.01.02. Capacidad óptima

Determina el espacio físico y los tiempos reales que son parte la producción, es la capacidad de producción de la empresa tanto diaria, mensual y anual que a su vez permitirá saber el estado productivo de la empresa.

Tabla 46

Capacidad optima

ITEM	0.80 g	TOTAL
Total Capacidad diaria	300	300
Capacidad semanal	1,500	1,500
Capacidad mensual	6,000	6,000
Capacidad anual	72,000	72,000

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

4.02 Localización

“Se debe realizar el análisis de las variables que permitan determinar el lugar en el que se ubicara el proyecto, teniendo en cuenta los criterios de maximización de utilidades, minimización de los costos de producción y gastos operacionales”

(Flores, 2015, pág. 38)

4.02.01. Macro localización

“Corresponde a la selección de una área global en donde, de acuerdo con los estudios preliminares realizados, se puede ubicar el proyecto” (Flores, 2015, pág. 38)

Tabla 47

Macro localización

LUGAR

Ecuador

Sierra

Pichincha

Quito

Calacalí

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

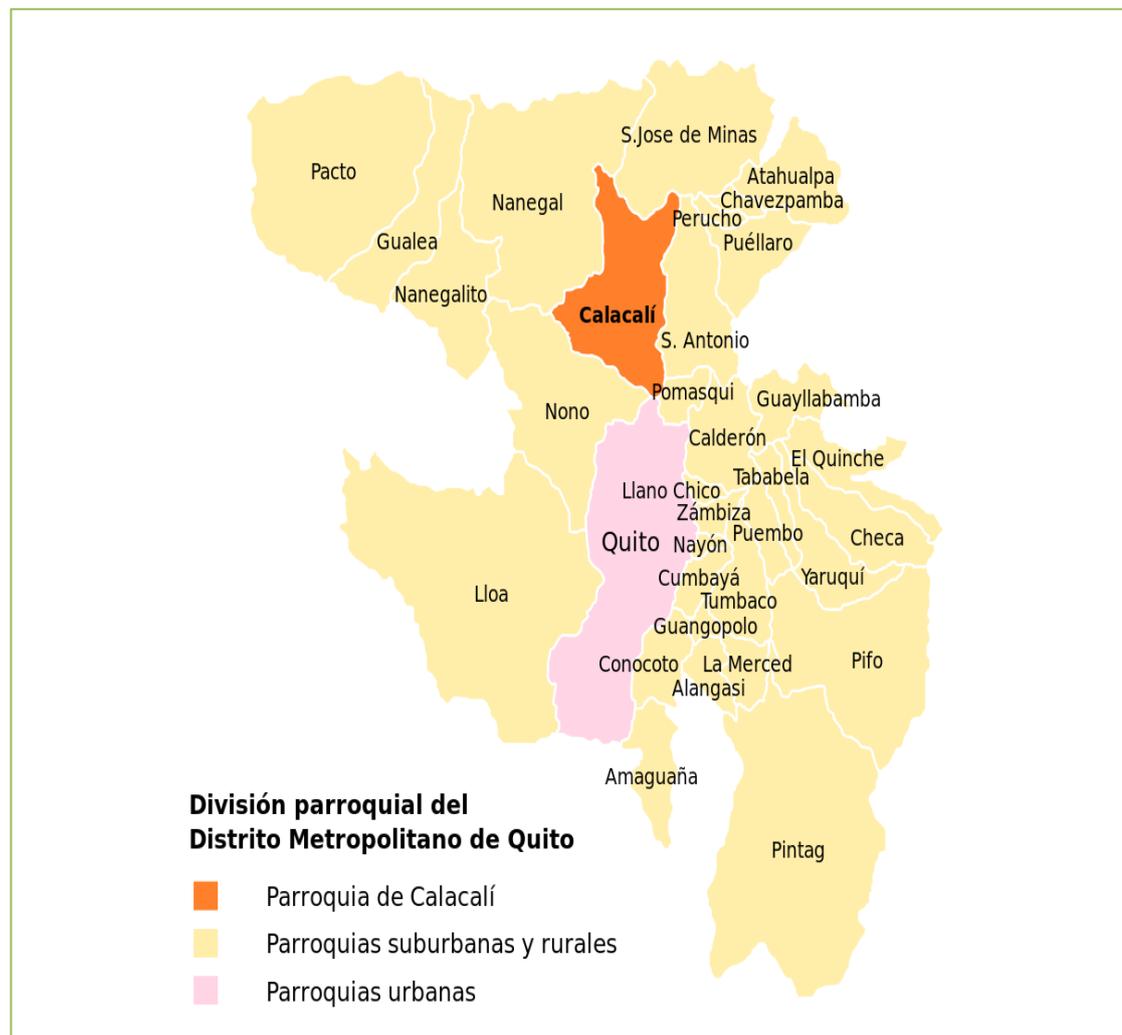


Figura 26 Macro localización

Fuente: Quito cultura

Elaborado por: Quito cultura

4.02.02. Micro localización

Una vez elegida la región donde se puede localizar el proyecto (macro localización), comienza el proceso de elegir la zona y dentro de ésta, el sitio preciso (a nivel de factibilidad). (Flores, 2015, pág. 38)

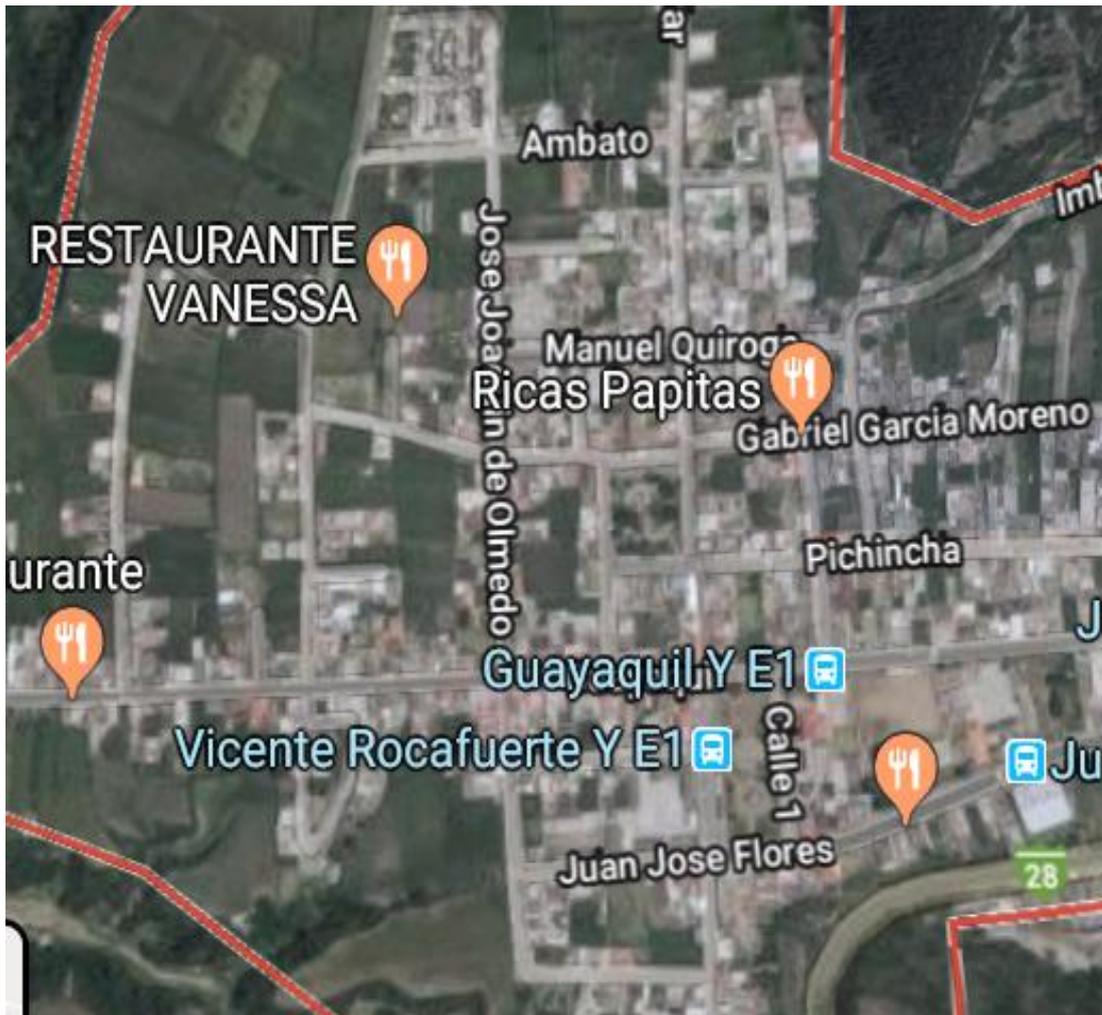


Figura 27 Micro localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Google Maps

Dentro de este sector se ha identificado 2 alternativas de micro localización para establecer el proyecto, nombradas a continuación:

- Alternativa A: Calle Guayaquil y Manabí
- Alternativa B: Calle Guayaquil y José Joaquín de Olmedo

4.02.03. Localización óptima

Es la determinación de la localización óptima, a más de establecer los factores que incluyen en el tamaño óptimo y que ya fueron mencionados (mercado consumidor y mercado proveedores de insumos). (Maldonado, 2006, pág. 48)

Tabla 48
Localización óptima

ITEN		ALTERNATIVA A		ALTERNATIVA B	
Factor	Peso	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Accesibilidad	0,2	4	0,6	3	0,45
MP Disponible	0,2	3	0,6	2	0,4
Seguridad	0,1	3	0,3	3	0,3
Costos	0,2	4	0,8	2	0,4
Clima	0,1	2	0,2	1	0,1
Servicios Básicos	0,3	3	0,75	2	0,5
TOTAL	1		3,25		2,15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Según lo analizado la alternativa “A” Calle Guayaquil y Manabí obtuvo la ponderación con valor más alto, por tal motivo ese será el lugar donde el proyecto se llevará a cabo, ya que tiene las condiciones necesarias y adecuadas factibles para el proyecto.

.4.03 Ingeniería del producto y/o servicio

La ingeniería del producto concentra su atención en el diseño del producto, que debe ser tal que cubra ante todo una función que le sea encomendada, y ello dará lugar, a lo que llamamos valor del producto. Además de la funcionalidad, otros aspectos tienen también indudable interés, tales como el aspecto o la estética, su mayor o menor fragilidad, etc. (Cuatrecasas, 2012, pág. 31)

4.03.01. Definición de bienes y/o servicios

4.03.01.01 Bien

“Un bien es el resultado tangible de una actividad transformadora en distinto grado”. (Grande, 2005, pág. 23)

4.03.01.02 Servicio

“Un servicio es una prestación, un esfuerzo o una acción” (Grande, 2005, pág. 23).

4.03.01.03 Producto

“La palabra producto se aplica al conjunto de elementos físicos o a la integración de sub servicios que se estructuran con el objetivo de satisfacer un deseo o necesidad del mercado”. (Bravo, 2006, pág. 47).

El snack de zanahoria blanca es un producto con grandes beneficios para la salud de sus consumidores, se lanzará al mercado con una presentación de 0,80g, el mismo que podrá ser utilizado para varias ocasiones, y lo más esencial es que es apto para todo tipo de público.

4.03.02. Distribución de la planta

La distribución en planta consiste en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área, en la determinación de las figuras, formas relativas y ubicación de los distintos departamentos. (De la Fuente & Fernandez, 2005, pág. 3)

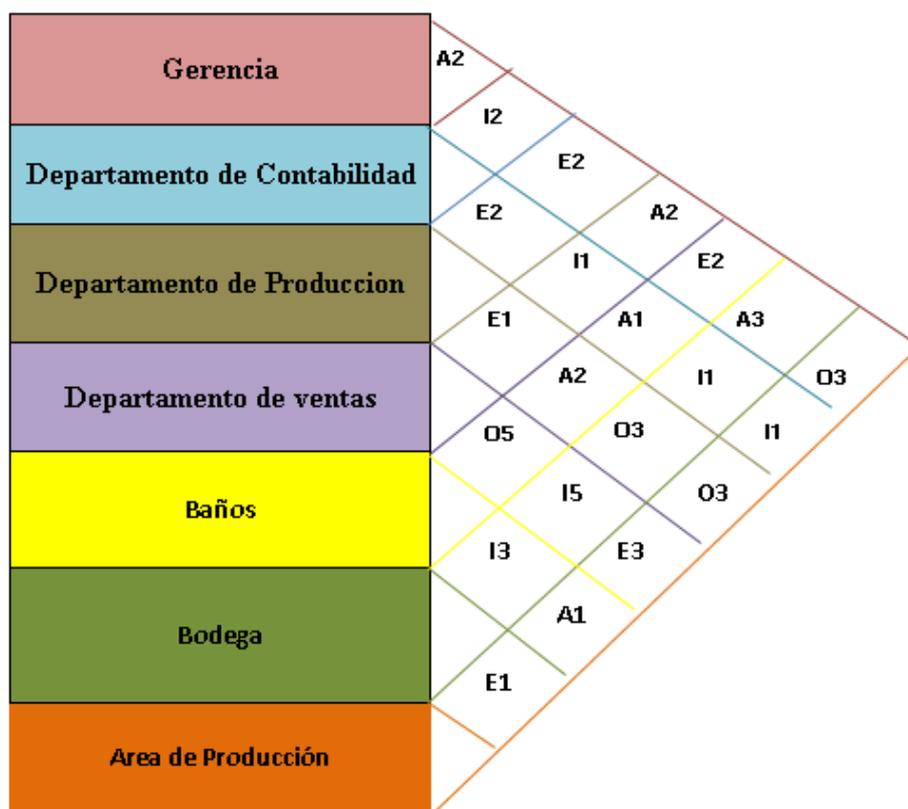


Figura 28 Matriz SPL

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Para la distribución de la planta se utilizará la matriz SLP con la finalidad de mejorar los espacios y ubicaciones respectivas que se utilizará en la planta, teniendo una buena funcionalidad.

Tabla 49

Razones de Cercanía

Letra	Orden de proximidad
A	Absolutamente necesaria
E	Especialmente importante
I	Importante (que este cerca)
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía indiferente
X	Cercanía indeseable

*Fuente: Investigación propia**Elaborado por: Erika Ayo***Tabla 50**

Código de Cercanía

Código	Factor
1	Por procesos
2	por administración
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

*Fuente: Investigación propia**Elaborado por: Erika Ayo*

La matriz SPL contiene las razones de cercanía y su importancia y tomando en cuenta los procesos tanto administrativos como de producción.

Una vez realizada la matriz SLP se presenta el plano general de la planta y está conformado de la siguiente manera:



Figura 29 Plano Planta “Natuzanahori”

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

La distribución de la planta se basa en las siguientes medidas

Tabla 51

Área de la Planta

AREA			
Gerencia	4	4	16
Departamento de Contabilidad	4	4	16
Departamento de Producción	3	3	9
Departamento de ventas	3	3	9
Baños	3	3	9
Bodega	3	3	9
Area de Producción	8	8	64
TOTAL			132 m2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Gerencia

El área de gerencia será manejada por la persona fundadora de la microempresa, la misma que se encargará de la toma de decisiones que ayuden al manejo administración de la microempresa.

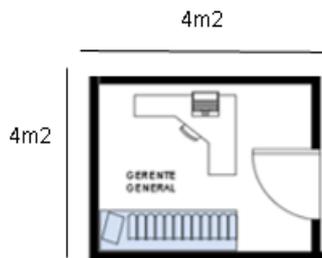


Figura 30 Gerencia
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Erika Ayo

Area de Producción

El área de producción está conformada por obreros, que se encargarán de la elaboración del producto controlando la calidad y presentación del mismo debido a que de ello depende la imagen de la microempresa.

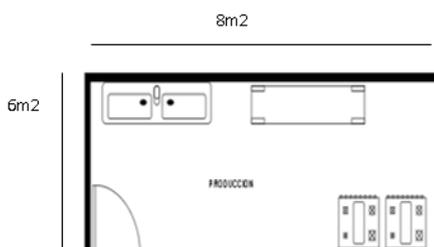


Figura 31 Area de Producción
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Erika Ayo

Bodega

El área de bodega es donde se almacena la materia prima que se utilizará en la elaboración del producto, será manejado por las mismas personas que conforman del área de producción ya que bodega forma parte de ese departamento.

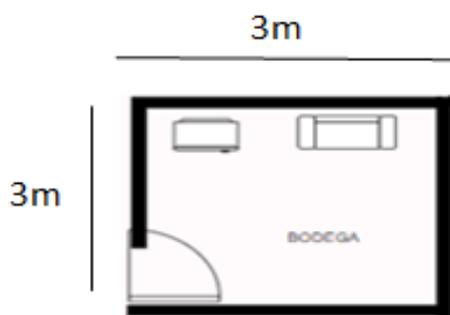


Figura 32 Bodega
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Erika Ayo

Baños

Es el área exclusiva para el personal y clientes de la microempresa.

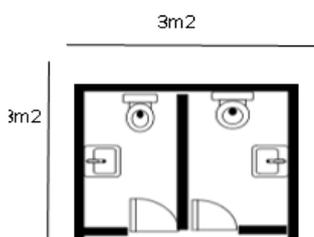


Figura 33 Baños
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Erika Ayo

4.03.03. Proceso productivo

El proceso productivo significa incorporar utilidad a las cosas. Dicha utilidad de las cosas se presenta desde que se obtiene los recursos naturales hasta que se consumen o se utilizan. (Zorrilla, 2004, pág. 86)

El proceso productivo del proyecto es el siguiente

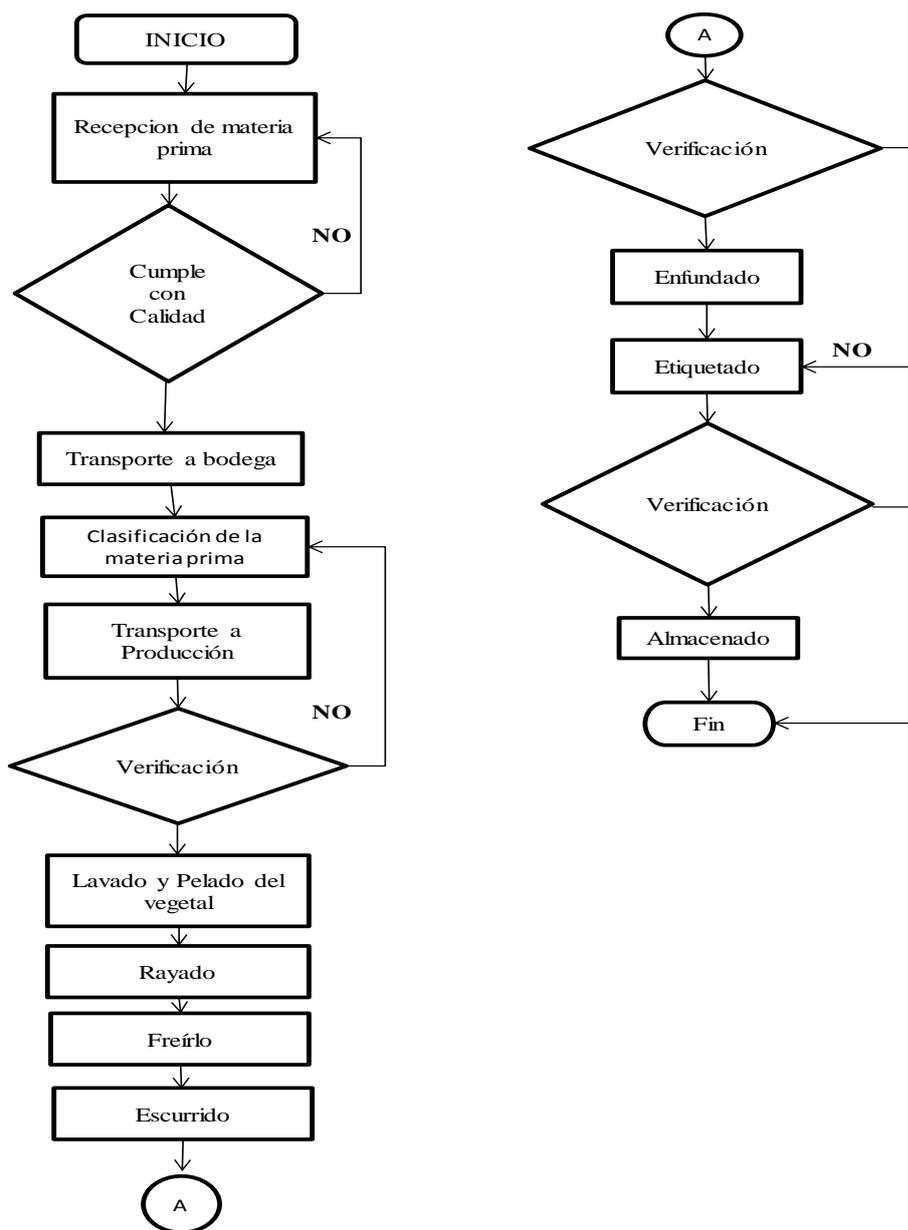


Figura 34 Proceso Productivo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

4.03.04. Maquinaria y Equipo

Se requiere hacer una descripción acerca del tipo de maquinaria y equipos con que cuenta la compañía, su estado y sus capacidades nominales y efectivas, indicando donde se encuentran los cuellos de botella y como se espera que con el proyecto se rompan. (Palacio, 2010, pág. 58)

Tabla 52
Maquinaria

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
Freidora Industrial Doble	2	400,00	800,00
Tanque de Gas	3	50,00	150,00
Utencillos	6	5,00	30,00
Etiquetadora	2	50,00	100,00
Maquina Selladora	2	100,00	200,00
Balanza Digital	2	151,00	302,00
Maquina Rayadora	3	176,00	528,00
TOTAL	20	932,00	2.110,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Tabla 53
Equipo de Producción

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
Frejadero Doble de Acero Inoxidable	1	200,00	200,00
Mescladora para Frejadero	1	20,00	20,00
Gavetas	10	5,00	50,00
Escurreidor Parrilla Multifunción	2	10,00	20,00
Bandejas de Acero Inoxidable	5	10,00	50,00
TOTAL		245,00	340,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

4.03.05. Equipo de Computación

Tabla 54
Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
Computadora de escritorio hp	3	500,00	1500,00
Impresora - Escáner -Copiadora Dúplex-ADF-Wifi	2	200,00	400,00
TOTAL	5	700,00	1900,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

4.03.06. Muebles y Enseres

Tabla 55

Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	4	50,00	200,00
Archivador	4	65,00	260,00
Silla de oficina	8	50,00	400,00
Estantería	4	90,00	360,00
Mesa de Acero Inoxidable	1	18,00	18,00
Set de cajas para embalaje	2	50,00	100,00
TOTAL	23	323,00	1.338,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Erika Ayo

4.03.07. Equipo de Oficina

Tabla 56

Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Calculadora	2	15,00	30,00
Teléfono	2	27,00	54,00
TOTAL	2	42,00	84,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Erika Ayo

Análisis

Como se puede observar en las tablas N 47, 48, 49 y 50 se detalla la cantidad y los precios unitarios y los precios totales de la maquinaria, herramientas de producción, muebles y enseres, equipos de cómputo y equipos de oficina que la empresa deberá comprar para emprender con el proyecto, se ha tomado en cuenta la inversión inicial para la cotización de los mismos.

CAPÍTULO V

5. Estudio financiero

El estudio o análisis financiero, es conocer el estado actual de la empresa en sus niveles de inversión (a través de indicadores de rentabilidad), financiación (con indicadores e endeudamiento) y de operación (con indicadores de actividad y rendimiento). (Baena, 2014, pág. 22)

5.01 Ingresos

Los ingresos son incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos del valor de los activos, o bien como decrementos de las deudas, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto, y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios a este patrimonio. (Amat & Perramon, 2005, pág. 31)

5.01.01. Ingresos operacionales

Los ingresos operacionales o ingresos de operación, son aquellos que están directamente asociados a la razón de ser del negocio. Se originan por el objeto social para el que fue creada la empresa. (Guzmán, Guzmán, & Romero, 2005, pág. 111)

Tabla 57
Ingresos Operacionales

CONCEPTO	VALOR
Costo de producción por snack	\$ 0,45
PVP	\$ 0,85
Producción Mensual	7000
Ingresos Mensuales	\$ 5.950,00
Ingresos Anuales	\$ 71.400,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Tabla 58
Ingresos Operacionales Anuales

ANO	INGRESO ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO 2,10%	INGRESO PROYECTADO
2019	\$ 71.400,00	1	\$ 71.400,00
2020	\$ 71.400,00	1,0210	\$ 72.899,40
2021	\$ 72.899,40	1,0210	\$ 74.430,29
2022	\$ 74.430,29	1,0210	\$ 75.993,32
2023	\$ 75.993,32	1,0210	\$ 77.589,18
2024	\$ 77.589,18	1,0210	\$ 79.218,56

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.01.02. Ingresos no operacionales

Los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionados con la razón del ser de la misma. Las ganancias ocasionales hacen parte de este grupo de ingresos. (Guzmán, Guzmán, & Romero, 2005, pág. 112)

5.02 Costos

Los costos sirven para registrar lo ocurrido en la empresa, atendiendo a cuando se produjeron los acontecimientos que generaron una erogación, a donde se originaron (centros de costos y tipos de gastos) y a cuanto se gastó (es decir, el registro de la magnitud del esfuerzo económico). (Faga & Ramos, 2006, pág. 14)

5.02.01. Costos Directos

Es la suma de material, mano de obra y equipos necesarios para la realización de un proceso productivo. (Suarez, 2005, pág. 25)

5.02.01.01 Materia prima

“Es la sustancia que ha sufrido una modificación cualquiera efectuada por el trabajo” (Harnecker, 2005, pág. 35)

Tabla 59

Materia Prima 0,80 g

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
Zanahoria Blanca	1 ½	0,15
Aceite de Olivo	0,50Litro	0,20
Etiqueta	1	0,03
Empaque/Funda	1	0,07
TOTAL		0,45

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.02.01.02 Mano de Obra Directa (MOD)

La mano de obra directa se define como la mano de obra que está directamente involucrada en la producción de un artículo terminado, la cual puede ser fácilmente trasladada al producto y representa un coste importante en su producción. (Prieto, Santidrian, & Aguilar, 2006, pág. 135)

Tabla 60

Rol de Pagos Producción

	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Jefe de Producción	450,00	50,18	37,50	37,50		575,18	6.902,10
Operario1	400,00	44,60	33,33	33,33		511,27	6.135,20
Operario2	400,00	44,60	33,33	33,33		511,27	6.135,20
Operario3	400,00	44,60	33,33	33,33		511,27	6.135,20
TOTAL SUELDO	1.650,00	89,20	137,50	137,50	0,00	2.108,98	25.307,70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.02.02. Costos Indirectos

Es la suma de gastos técnico-administrativos necesarios para la correcta realización de cualquier proceso productivo. (Suarez, 2005, pág. 25)

Tabla 61

Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS		MENSUAL
Suministros de Limpieza	1	30,00
Suministros de Oficina	1	30,00
Agua Potable	1	50,00
Luz Eléctrica	1	40,00
Teléfono	1	20,00
Internet	1	20,00
Depreciación	1	44,25
TOTAL	7	234,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.02.03. Gasto administrativo

Los gastos generales y administrativos comprenden los gastos de oficina, como los sueldos del presidente y empleados de oficina de la entidad, o la depreciación, renta, servicios públicos e impuestos prediales del edificio de oficinas. (Horngren, Harrison, & Smith, 2003, pág. 183)

Tabla 62

Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	ANUAL
Suministros de Limpieza	15,15	181,82
Suministros de Oficina	7,58	90,91
Agua Potable	18,94	227,27
Luz Eléctrica	15,15	181,82
Teléfono	7,58	90,91
Internet	7,58	90,91
Depreciación	56,78	681,33
Sueldo Gerente/Contador	1.405,98	16.871,80
TOTAL	1.534,73	18.416,77

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Tabla 63
Rol de Pagos Administrativo

	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gerente General	600,00	66,9	50,00	50,00	766,90	9.202,80
Contador	500,00	55,75	41,67	41,67	639,08	7.669,00
TOTAL	600,00	122,65	91,67	91,67	1.405,98	16.871,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.02.04. Gasto de ventas

“Los gastos de ventas son los relacionados con la comercialización de los productos de la compañía”. (Horngren, Contabilidad, 2003, pág. 183)

Tabla 64
Gasto de Ventas

GASTOS DE VENTAS	MENSUAL	ANUAL
Impresos – Flyers	15,00	180,00
Tarjetas	5,00	60,00
Sueldo Personal	1.086,44	13.037,30
Suministros de Limpieza	2,73	32,73
Suministros de Oficina	1,36	16,36
Agua Potable	3,41	40,91
Luz Eléctrica	2,73	32,73
Teléfono	1,36	16,36
Internet	1,36	16,36
Depreciación	2,78	33,33
TOTAL	1.122,17	13.466,09

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Tabla 65
Rol de Pagos de Ventas

	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Jefe de Ventas	450,00	50,175	37,50	37,50	575,18	6.902,10
Vendedor	400,00	44,6	33,33	33,33	511,27	6.135,20
TOTAL	850,00	94,78	70,83	70,83	1.086,44	13.037,30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.02.05. Gasto financiero

Carga financiera por intereses, incluidos los implícitos, de todo tipo de deudas emitidas, contraídas o asumidas por la administración autonómica, sus organismos públicos y órganos institucionales, tanto en moneda nacional como en moneda extranjera, cualquiera que sea la forma en que se encuentren representadas. (Martín, 2006, pág. 335)

Tabla 66
Gastos Financieros

Inversión	100%	17.695,03
Cap. Propio	37%	6.600,03
Financiamiento	63%	11.095,00
Plazo		24
Interés		22,80%
Pagos		MENSUAL

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.02.06 Costos fijos y Variables

5.02.06.01. Costos fijos

Costos fijos conocidos también como costos indirectos, los costos fijos están relacionados con los gastos del negocio, que son básicamente constantes o fijos, sin importar el nivel de operaciones mercantiles. (Hingsto, pág. 84)

Tabla 67
Costos Fijos

	MENSUAL	ANUAL
Costos Directos	2.108,98	25.307,70
Costos Indirectos	234,25	2.811,00
Total Costos Fijos	2.343,23	28.118,70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.02.06.02 Costos Variables

“También conocidos como costos directos, estos comprenden los gastos que varían directamente en relación con el nivel del negocio”. (Hingsto, pág. 84)

Tabla 68

Costo Variable

	MENSUAL	ANUAL
Costo variable	2.700,00	32.400,00
TOTAL	2.700,00	32.400,00

*Fuente: Investigación propia**Elaborado por: Erika Ayo*

5.03 Inversiones

5.03.01. Inversión Fija

La inversión fija también se conoce como formación bruta de capital fijo. La palabra fijo se usa para destacar que, contrariamente a los inventarios, estos bienes estarán fijos en la economía durante un tiempo largo y se usarán para producir nuevos bienes. (De Gregorio, 2007, pág. 18)

5.03.01.01. Activos Fijos

Los activos fijos tienen en esencia dos características básicas. Son bienes y derechos de la empresa con carácter de permanencia y están relacionados con el objeto social del negocio; es decir, con la razón de ser del ente económico estudiado. (Guzmán, Guzmán, & Romero, 2005, pág. 68)

Tabla 69

Activos

ACTIVOS	COSTO TOTAL
Maquinaria y Equipo	2.360,00
Muebles y Enseres	990,00
Equipo de Computación	2.200,00
Equipo de Oficina	84,00
TOTAL	5.634,00

*Fuente: Investigación propia**Elaborado por: Erika Ayo*

5.03.01.02. Activos Nominales

Son aquellos activos intangibles que la empresa usa para la operación, pueden ser gastos de constitución y posibles gastos de estudio.

Tabla 70
Activos Nominales
Activos Diferidos

Gasto de Constitución	500
Total de Activos Diferidos	500

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.03.02. Capital de trabajo

“Se denomina capital de trabajo la diferencia entre el activo circulante y las deudas exigibles a corto plazo (que se denominan también pasivo circulante)”. (Bonta & Farber, 2002, pág. 75)

Tabla 71
Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO GASTOS ADMINISTRATIVOS				
	MENSUAL	3 MESES		
Gastos Sueldos	1.405,98	4217,95		
Servicios Básicos	1.534,73	4604,19		
Suministros de Limpieza	30,00	90,00		
Suministros de Oficina	50,00	150,00		
Gasto Arriendo	250,00	750,00		
TOTAL	3.270,71	9.812,14		
CAPITAL DE TRABAJO GASTOS VENTAS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL Mensual	TOTAL 3 MESES
Impresos – Flyers	200	0,10	20,00	60
Tarjetas	300	0,06	18,00	54
Gastos sueldos	2	1.086,44	2.172,88	6518,65
TOTAL			2.210,88	6.632,65
CAPITAL DE TRABAJO GASTOS FINANCIERO				
Gasto Interés	374,69			

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.03.03. Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Resumen de los cambios de una empresa en cuanto a su posición financiera entres un período y otro. También se lo conoce estado de flujo de fondos, o estado de cambios en la situación financiera. (Van & Wachowicz, 2002, pág. 170)

Tabla 72

Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

CUADRO DE INVERCIONES			
Concepto	Uso de fondos	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
Inversiones en Activos Fijos			
Infraestructura			0,00
Maquinaria y Equipo	2.660,00	660,00	2.000,00
Muebles y Enseres	990,00	40,00	950,00
Equipo de Computación	1.900,00	900,00	1.000,00
Equipo de Oficina	84,00	39,00	45,00
Total de Activos Fijos	5.634,00	1.639,00	3.995,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	500,00	100,00	400,00
Total de Activos Diferidos	500,00	100,00	400,00
Capital de trabajo			
Gastos de ventas	2.210,88	2.210,88	
Gastos Sueldos	4.217,95	1.217,95	3.000,00
Servicios Básicos	4.604,19	1.104,19	3.500,00
Suministros de Limpieza	90,00	90,00	
Suministros de Oficina	150,00	150,00	
Gasto Arriendo	250,00	50,00	200,00
Impresos – Flyers	20,00	20,00	
Tarjetas	18,00	18,00	
Gasto Interés	304,11	304,11	
Total capital de trabajo	11.561,03	4.861,03	6.700,00
TOTAL DE INVERCIÓN	17.695,03	6.600,03	11.095,00
PARTICIPACIÓN	100%	37%	63%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.03.04. Amortización del financiamiento (Tabla de Amortización)

Devolución del principal de un capital prestado con arreglo a unos plazos y condiciones establecidos de antemano y entre los que puede estar la posibilidad de no esperar al vencimiento o posibilidad de amortización anticipada. (Jurídico Deusto, 2005, pág. 26).

Tabla 73
Amortización de Financiamiento

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Financiamiento :	63%	11.095,00			
Plazo :		24	MESES		
Interés :		22,78%	0,95%		
Pagos :		MENSUAL			
Periodo	Saldo	Interés	Cuota	Capital	Saldo
			Fija		Insoluto
0	11.095,00	0,00	0,00	0,00	11.095,00
1	11.095,00	105,31	519,13	413,82	10.681,18
2	10.681,18	101,38	519,13	417,74	10.263,44
3	10.263,44	97,42	519,13	421,71	9.841,73
4	9.841,73	93,41	519,13	425,71	9.416,02
5	9.416,02	89,37	519,13	429,75	8.986,27
6	8.986,27	85,29	519,13	433,83	8.552,44
7	8.552,44	81,18	519,13	437,95	8.114,49
8	8.114,49	77,02	519,13	442,11	7.672,39
9	7.672,39	72,82	519,13	446,30	7.226,09
10	7.226,09	68,59	519,13	450,54	6.775,55
11	6.775,55	64,31	519,13	454,81	6.320,73
12	6.320,73	59,99	519,13	459,13	5.861,60
13	5.861,60	55,64	519,13	463,49	5.398,12
14	5.398,12	51,24	519,13	467,89	4.930,23
15	4.930,23	46,80	519,13	472,33	4.457,90
16	4.457,90	42,31	519,13	476,81	3.981,09
17	3.981,09	37,79	519,13	481,34	3.499,75
18	3.499,75	33,22	519,13	485,91	3.013,84
19	3.013,84	28,61	519,13	490,52	2.523,32
20	2.523,32	23,95	519,13	495,17	2.028,15
21	2.028,15	19,25	519,13	499,87	1.528,27
22	1.528,27	14,51	519,13	504,62	1.023,65
23	1.023,65	9,72	519,13	509,41	514,24
24	514,24	4,88	519,13	514,24	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

$$a = \frac{Cr(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

Figura 35 Formula Tabla Amortización
Elaborado por: Erika Ayo

5.03.05. Depreciaciones

La depreciación es la pérdida de valor de un activo físico (edificios, maquinarias, muebles, etc.) con motivo de uso. Para prevenir la necesidad de reemplazo de un determinado activo al fin de su vida útil, será necesario traspasar cada año una parte de las utilidades de una empresa a un fondo especial llamado “Fondo para Depreciación”, “Reserva de Depreciación”, “Depreciación Acumulada”. De este modo, las contrapartidas de la reserva serán gastos o cargos por depreciación. (Palacios, 2006, pág. 127)

Tabla 74
Depreciaciones

COSTOS								
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Maquinaria y Equipo	2.110,00	2.110,00	10	211,00	211,00	211,00	211,00	211,00
Muebles y Enseres	410,00	410,00	3	136,67	136,67	136,67	136,67	136,67
Herramientas de Producción	550,00	550,00	3	183,33	183,33	183,33	183,33	183,33
TOTAL	3.070,00			531,00	531,00	531,00	531,00	531,00
ADMINISTRATIVOS								
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Equipos de computación	1.900,00	1.900,00	3	633,33	633,33	633,33	633,33	633,33
Muebles y enseres	480,00	480,00	10	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00
TOTAL	2.380,00			681,33	681,33	681,33	681,33	681,33
VENTAS								
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Enseres de ventas	100,00	100,00	3	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33
TOTAL	100,00			33,33	33,33	33,33	33,33	33,33

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Erika Ayo

5.03.06. Estado de situación inicial

Es una numeración de todas las partidas del activo, pasivo y capital contable de la entidad a una fecha específica, usualmente al inicio de un mes o año, es como una fotografía instantánea de la organización. (Hornngren, 2003, pág. 17)

Tabla 75

Estado de Situación Financiero Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL	
ACTIVOS	
ACTIVOS	
Activo Corriente	11.561,03
Bancos	11.561,03
Activo no Corriente	6.134,00
Maquinaria y Equipo	2.660,00
Muebles y Enseres	990,00
Equipo de Computación	1.900,00
Equipo de Oficina	84,00
Gasto de Constitución	500,00
TOTAL ACTIVOS	17.695,03
PASIVOS	
Pasivos no Corrientes	11.095,00
Préstamo Bancario por pagar	11.095,00
PATRIMONIO	6.600,03
Capital	6.600,03
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	17.695,03

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.03.07. Estado de Resultados Proyectado

Resumen de los ingresos, gastos y utilidad o pérdida neta de una entidad en relación con un período establecido. También llamado estado de ganancias o estado de operaciones. (Horngren, 2003, pág. 17).

Tabla 76

Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
fact proyec canti	1,02%				
fac proyec precio	2,46%				
Porcentaje de Inflación	2,12%				
VENTAS	71.400,00	75.016,08	78.815,29	82.806,92	87.000,71
(-) Costo de Producción	32.400,00	33.088,18	33.790,97	34.508,69	35.241,65
(=) Utilidad Bruta en Ventas	39.000,00	41.927,90	45.024,32	48.298,23	51.759,05
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	18.416,77	18.793,47	19.192,64	19.600,30	20.016,61
Gastos de Ventas	13.466,09	13.752,11	14.044,20	14.342,50	14.647,14
Gastos Financieras	996,11	367,90	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	6.121,04	9.014,43	11.787,48	14.355,44	17.095,31
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	6.121,04	9.014,43	11.787,48	14.355,44	17.095,31
(-) 15 % Participación Laboral	918,16	1.352,16	1.768,12	2.153,32	2.564,30
(=) Utilidad Antes de I.R.	5.202,88	7.662,26	10.019,36	12.202,12	14.531,01
(-) Impuesto a la Renta PNOC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	5.202,88	7.662,26	10.019,36	12.202,12	14.531,01
(+) Depreciaciones	531,00	531,00	531,00	531,00	531,00
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Reinversión					
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	5.733,88	8.193,26	10.550,36	12.733,12	15.062,01

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.03.08. Flujo de Caja

El Flujo de caja facilita la información acerca del excedente operacional de la empresa, una herramienta que ayuda a conocer la liquidez que tiene la misma. Según (Horngren, 2003) “Informe de las entradas y salidas de efectivo durante un periodo” (pag.17).

Tabla 77
Flujo de Caja

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-17.695,03			0,00		0,00
Excedente Operacional		5.733,88	8.193,26	10.550,36	12.733,12	15.062,01
FLUJOS DE EFECTIVO	-17.695,03	5.733,88	8.193,26	10.550,36	12.733,12	15.062,01

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

5.04 Evaluación financiera

5.04.01. Tasa de descuento

La tasa de descuento es un instrumento instituido por los economistas para resolver el problema de la asignación intemporal de recursos; se basa en la evidencia que tanto los individuos como las empresas no son indiferentes a consumir un bien hoy a consumirlo el año que viene. (Hernández, López, Sánchez, & Ramírez, 1997, pág. 31).

TASA DE DESCUENTO

$$TMAR = i + f + (i \times f)$$

Figura 36 Fórmula TMAR

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Tabla 78

Tasa de Descuento

i = inflación			
f = costo de oportunidad			
Inflación =	1,36	%	0,0136
Costo de Oportunidad =	14,63	%	0,1463
(Tasa activa y pasiva)			
TMAR =	0,0333 + 0,05 + (0,0333 X 0,05)		
TMAR =	0,1058 + (0,00241425)		
TMAR =	0,1619		
TMAR =	16,19%		

Fuente: *Investigación propia*Elaborado por: *Erika Ayo***Análisis**

La tasa atractiva mínima de descuento como se muestra en la tabla es la suma de la Tasa Activa del 08,65% y Tasa Pasiva que otorga el banco central el 5,98%, por lo que da un total de 16,19%, lo que representa confiabilidad al invertir en la empresa.

5.04.02. Valor Actual Neto VAN

El valor actual neto VAN (valor actual de una corriente de ganancias descontadas de los costes) se utiliza habitualmente para evaluar proyectos como indicador en la técnica del análisis coste-beneficio. (Hernández, López, Sánchez, & Ramírez, 1997, pág. 31)

Tabla 79
Valor Actual Neto VAN

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO											
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5					
Inversión Total	-17.695,03			0,00		0,00					
Excedente Operacional		5.733,88	8.193,26	10.550,36	12.733,12	15.062,01					
FLUJOS DE EFECTIVO	-17.695,03	5.733,88	8.193,26	10.550,36	12.733,12	15.062,01					
VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-17.695,03	+	5.733,88	+	8.193,26	+	10.550,36	+	12.733,12	+	15.062,01
			1,16188968		1,34998763		1,56853669		1,8224666		2,11750513
VAN =	-17.695,03	+	4.934,96	+	6.069,14	+	6.726,24	+	6.986,75	+	7.113,09
VAN =	-17.695,03	+	31.830,19								
VAN =	14.135,16										

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Análisis

Como se puede observar en la Tabla N 74 proyectado a cinco años se obtiene un Valor Actual Neto de \$14.135,16 y se sabe que si el valor del VAN es mayor a 0 el proyecto es viable y tiene rentabilidad.

5.04.03. TIR

La tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión se define como aquel tipo de actualización o descuento que iguala el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización o descuento que iguala a cero el valor actual neto. (Aguar, y otros, 2006, pág. 6)

Tabla 80
Interna de Rendimiento

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-17.695,03	+	5.733,88	+	8.193,26	+	10.550,36	+	12.733,12	+	15.062,01
			1,16188968		1,34998763		1,56853669		1,8224666		2,11750513
VAN =	-17.695,03	+	4.934,96	+	6.069,14	+	6.726,24	+	6.986,75	+	7.113,09
VAN =	-17.695,03	+	31.830,19								
VAN =	14.135,16										
TIR =	21,80%										

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Al calcular la Tasa Interna de Retorno se puede analizar que arroja un rendimiento mayor a la TMAR lo que representa que la inversión es rentable.

5.04.04. PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

Es un método muy simple de aplicar, pues es una medida que relaciona los ingresos netos anuales de un proyecto (ingreso neto anual es la diferencia entre el ingreso total y los costos, gastos e impuestos, todo en efectivo, del proyecto en análisis) con la inversión requerida por el mismo. El resultado es el tiempo que se tardará en recuperar la inversión en un proyecto, a dólares corrientes, no constantes. (Levy, 2005, pág. 225)

Tabla 81
Periodo de recuperación de la inversión PRI

	PERIODO	FLUJO	F.DESCONTADO	F. ACUMULADO
	0	-	-17.695,03	-17.695,03
1,16188968	1	17.695,03 5.733,88	4.934,96	-12.760,06
1,34998763	2	8.193,26	6.069,14	-6.690,93
1,56853669	3	10.550,36	6.726,24	35,32
1,82246660	4	12.733,12	6.986,75	7.022,07
2,11750513	5	15.062,01	7.113,09	14.135,16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

$$\begin{aligned}
 \text{PRI} &= \text{Año Ultimo Flujo Acumulado(-)} + \frac{\text{Ultimo Flujo Acumulado(-)}}{\text{Flujo Descontado Siguiete}} \\
 & \\
 & \\
 \text{PRI} &= 2 + \frac{6.690,93}{6.726,24} \\
 \text{PRI} &= 2,99
 \end{aligned}$$

Figura 37 PRI

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

El periodo de tiempo en el cual se recuperará la inversión es de 2 años 10 meses, lo cual es razonable tomando en cuenta la duración del proyecto.

5.04.05. RBC (Relación costo / beneficio)

“Esta razón indica el retorno en dinero obtenido por cada unidad monetaria invertida. Por definición, resulta de dividir el ingreso bruto entre el costo total”. (Herrera, Velasco, Denen, & Radulovich, 1994, pág. 43)

Tabla 82**RBC**

IR=	Σ	FF1	+	FF2	+	FF3	+	FF4	+	FF5	÷	(inversión)
		$(1+Tmar)^1$		$(1+Tmar)^2$		$(1+Tmar)^3$		$(1+Tmar)^4$		$(1+Tmar)^5$		
IR=	Σ	5.733,88	+	8.193,26	+	10.550,36	+	12.733,12	+	15.062,01	÷	17.695,03
		$(1+0,1619)^1$		$(1+0,1619)^2$		$(1+0,1619)^3$		$(1+0,1619)^4$		$(1+0,1619)^5$		
IR=	1,80											

*Fuente: Investigación propia**Elaborado por: Erika Ayo*

Como se puede analizar, el índice de relación costo beneficio determina cual es el beneficio al realizar una inversión de cada dólar invertido en el ejercicio de la misma, dando que por cada dólar que yo invierto se obtiene 0,80 ctv de rendimiento.

5.04.06. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el cual el precio total (monto de ventas) absorbe todos los costos /fijos y variables) y no se gana ni se pierde. Dicho de otro modo, es el punto en el cual la contribución marginal iguala al costo dijo. (Faga & Ramos, 2006, pág. 16)

Tabla 83
PE, Análisis Mensual Costos

	Mensual	Anual
Costos Fijos	2.343,23	28118,70
Costos Variables	0,45	
PRECIO	0,85	0,40
Egresos Totales		60.997,66

PE, ANALISIS MENSUAL COSTOS			
Q	CT	IT	MU
0	2343,23	0	-2343,23
4500	4368,23	3825,00	-543,23
5000	4593,23	4250,00	-343,23
5500	4818,23	4675,00	-143,23
6000	5043,23	5100,00	56,77
6500	5268,23	5525,00	256,78
7000	5493,23	5950,00	456,78
7500	5718,23	6375,00	656,78
8000	5943,23	6800,00	856,78

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

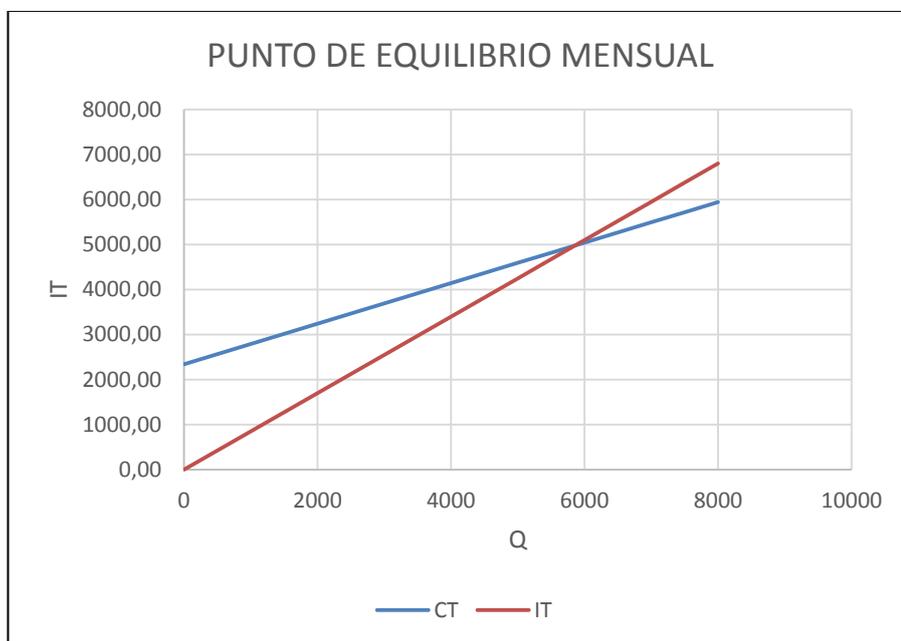


Figura 38 PE, Análisis Mensual Costos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Tabla 84
PE, Análisis Anual Costos

Q	CT	IT	MU
0	28118,70	0	-28118,70
60000	55118,70	51000,00	-4118,70
60500	55343,70	51425,00	-3918,70
70000	59618,70	59500,00	-118,70
70500	59843,70	59925,00	81,30
80000	64118,70	68000,00	3881,30
80500	64343,70	68425,00	4081,30
90000	68618,70	76500,00	7881,30
90500	68843,70	76925,00	8081,30

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Erika Ayo

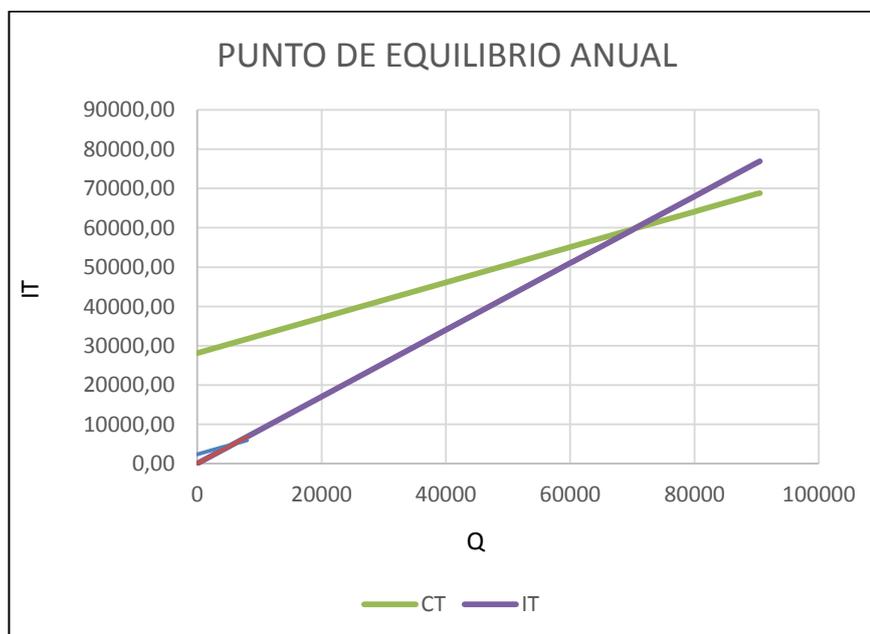


Figura 39 PE, Análisis Anual Costos

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Erika Ayo

5.04.07. Análisis de indicadores financieros

5.04.07.01 Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE)

La rentabilidad del patrimonio, también denominada ROE (del Inglés Return on Equity), es un indicador muy utilizado para medir el éxito alcanzado por la empresa y para cuantificar la riqueza generada. (Oriol, 2002, pág. 27)

Tabla 85
Rentabilidad sobre el patrimonio ROE

R.O.E =	Utilidad Neta
	Patrimonio
R.O.E =	5.202,88
	6.600,03
R.O.E =	0,7883 X 100
R.O.E =	78,83%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Al Determinar el Rendimiento sobre el patrimonio (ROE) se logra tener una rentabilidad alta del 78,83% .

5.04.07.02 Rentabilidad sobre el Activo (ROA)

Esta medida del nivel de rentabilidad de la empresa (antes de impuestos y deducciones por intereses) ha sido previamente utilizada en diversas especificaciones de análisis discriminante. (Riza & Curbera, 2013, pág. 28)

Tabla 86
Rentabilidad sobre el Activo ROA

R.O.A =	Utilidad Neta
	Activos
R.O.A =	5.202,88
	17.695,03
R.O.A =	0,2940
R.O.A =	29,40%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Ayo

Al Determinar el Rendimiento sobre el activo (ROA) se obtiene un 29,40%, lo que representa un uso adecuado de los activos de la microempresa.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de impactos

6.01 Impacto ambiental

Natuzanahori, será una empresa dedicada a la producción y comercialización de snack a base de zanahoria blanca con una política ambiental enfocada en procesos y procedimientos amigables con el ambiente, se capacitará al personal que va a intervenir en la elaboración del producto para el buen manejo de desechos que provoca el mismo, mediante su elaboración intervienen servicios básicos como: agua, luz. Se optará por concientizar al personal productivo y administrativo para que el consumo de estos elementos sea el mínimo, los residuos del producto, aceites usados no serán vertidos a la red pública de alcantarillado. Estos residuos deberán ser entregados a los gestores autorizados. Con el fin de limitar los impactos ambientales y contribuir con el ambiente.

6.02 Impacto económico

La microempresa comercializadora representará un impacto positivo en cuanto a la economía, ya que beneficiará económicamente a varios entes, por un lado a los propietarios y por otra parte a los consumidores otorgándoles un producto de buena calidad, brindará fuente de empleo a cierta cantidad de personas desempleadas, brindándoles todos los beneficios de ley, contribuyendo a disminuir el desempleo en el país, ofreciendo estabilidad y mejor calidad de vida al personal que pertenecerá a la empresa también el impacto económico se verá reflejado en las aportaciones de cada uno de los trabajadores y las obligaciones tributarias que tendrá que pagar la empresa con el tiempo al Estado.

6.03 Impacto social

Natuzanahori, busca contribuir con la comunidad, es decir interviniendo en los hábitos alimenticios en el consumo de productos alimenticios y productos procesados de características naturales y orgánicas, beneficiando a los consumidores de la comunidad de Calacalí, con la reducción de enfermedades causadas por productos no calificados o con ingredientes que afecten a la salud de las personas que lo consumen, beneficiara a los agricultores de zanahoria blanca del sector mejorando el ambiente social del mismo, estará a la vanguardia con la tecnología y la innovación, estudiando a la población de la comunidad ya que esto permitirá conocer los gustos y preferencias. La microempresa se enfocará en generar una buena cultura empresarial basada en ética, valores y principios con la finalidad de satisfacer las necesidades que demanda de la población.

6.04 Impacto Productivo

Este proyecto aportará al sector alimenticio, esto se debe a que no utilizará materia prima extranjera y se enfoca como al aporte al consumir lo nuestro, de ésta forma se contribuirá a la economía del país y por tanto beneficiará a los productores nacionales de zanahoria blanca, provocando un mínimo aporte al PIB sectorial consecuencia de la transformación de la materia prima, se hará uso de la tecnología que ofrece el país, por lo tanto no se deberá acudir a herramientas importadas, de esta manera se apoyará a la matriz productiva, debido a la elaboración de productos terminados elaborados con recursos ecuatorianos.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

- En el presente estudio se pudo evidenciar una aceptación del 98% por lo que el snack de zanahoria blanca “Natuzanahori” obtendrá buena acogida en el mercado ya que un alto porcentaje de las personas están interesadas en consumirlo.
- Es importante considerar la inversión que se debe tener para poner en marcha el proyecto y se hará a través de recursos propios con un 56% y préstamos de terceros con un 44%, obteniendo así el 100 % de la inversión para la puesta en marcha del proyecto.
- Según el estudio financiero se puede determinar que el proyecto es factible, viable y rentable, teniendo un indicador del VAN mayor a 0.
- Después de haber analizado la capacidad instalada se tiene claro el número de productos que se va a ofrecer diaria, mensual y anualmente, con ello se tiene claro la ganancia respectiva y con el tiempo implementar maquinaria adecuada para el aumento de producción y satisfacer las necesidades que demande la sociedad.
- La localización en la que va hacer montada la microempresa, es ideal puesto que en el sector no existe ninguna empresa dedicada a la producción o comercialización de un producto igual o similar al que “Natuzanahori” ofrece.

7.02 Recomendaciones

- Mantener un personal de la microempresa capacitado de acuerdo a las nuevas tendencias, atención al cliente y manejo de nueva tecnología, para dar atención de calidad a los consumidores y clientes.
- No es recomendable invertir al 100% con recursos propios, es factible optar por buscar varias formas de financiamiento a través de cooperativas o entidades bancarias, que puedan ayudar a cubrir la inversión y que ofrezca las mejores condiciones de pago.
- Al ser un proyecto que trabajará con un vegetal es de suma importancia el estado de esta ya que procesar la zanahoria blanca en un estado no favorable provocaría un bajo rendimiento en sabor.
- Realizar un plan publicitario conforme a la temporada, gustos o preferencias de los consumidores, mostrando promociones que ofrecerá o beneficios que el producto posee.
- Natuzanahori debe acatar las políticas, normas, leyes y reglamentos al cual está sujeto cumpliendo las obligaciones con el estado, mejorando la situación política del país.
- Se recomienda realizar alianzas estratégicas con el proveedor de zanahoria blanca, para evitar aumento de precio de este vegetal, y minimizar el valor de la utilidad esperada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Gerencie.com.* (4 de octubre de 2017). Obtenido de Gerencie.com:
<https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- (Kotler, Mercadotecnia, . (2010).
- Abascal, E., & Grande, I. (2005). *Análisis de encuestas*. Madrid : Esic.
- Aguilar, I., Diaz, N., García, Y., Hernández, M., Ruiz, V., Santana, D., y otros. (2006). *Finanzas Corporativas en la Practica*. Madrid: Delta.
- Alexander Gúzman Vásquez, D. G. (2005). *Contabilidad Financiera*. Bogotá: Centro Editorial de la Universidad del Rosario.
- Alfredo Borrero Paez, O. O. (2016). *Implementación de normas de información financiera internacional* . Barranquilla : Universidad del Norte .
- Alles, M. (2004). *Elija al mejor. como entrevistar por competencias*. Buenos Aires : Ediciones Granica S.A.
- Álvarez, I. C. (2005). *Como hacer una tesis en bachillerato*. Caracas: CEC S,A.
- Alvarez, R. V. (2000). *La evaluación del proyecto en la decisión del empresario*. México.
- Amat, O., & Perramon, J. (2005). *Noemas Internacionales de Contabilidad*. Barcelona: Gestion 2000.
- Angel. (s.f.). *angelchico87*. Obtenido de angelchico87:
<http://angelchico87.blogspot.com/>
- Arias, A. S. (2015). *economipedia*. Obtenido de economipedia:
<http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Arnoletto, J., & Diaz, C. (2009). *Eumed.net*. Obtenido de
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>
- Arturo. (24 de 04 de 2014). *Crecenegocios*. Recuperado el 23 de 07 de 2019, de
<https://www.crecenegocios.com/los-valores-de-una-empresa/>
- Arturo. (18 de abril de 2012). *crecenegocios*. Obtenido de crecenegocios:
<https://www.crecenegocios.com/el-analisis-costo-beneficio/>
- Ávila, J. (2006). *Economía*. Zapopan: Umbral.
- Baca Urbina, G. (2010). *evaluación de proyectos*. México.
- Bachenheimer, H. (s.f.). <http://drupal.puj.edu.co>. Obtenido de
http://drupal.puj.edu.co: http://drupal.puj.edu.co/files/OI118_Herman_0.pdf

- Baena, D. (2014). *Análisis Financiero Enfoque y Proyecciones*. Bogotá: Ecoe.
- Barrera, Tapia, & Monteros. (2004). Raices y Tuberculos Andinos. En V. Barrera, *Raices y Tuberculos Andinos: Alternativas para la conservación y uso sostenible en el Ecuador* (págs. 6-16). Quito-Ecuador: Abya Yala.
- Barreyro, H. R. (1988). *Taller para la preparación de proyectos de inversión*. México.
- Begoña Prieto, A. S. (2006). *Contabilidad de costes y de gestión un enfoque práctico*. Madrid: Delta.
- Billene, R. A. *Análisis de Costos*. Argentina: Ediciones Juridicas Cuyo.
- Boland, L., Carro, F., Stancatti, M. J., Gismano, Y., & Banchieri, L. (2007). *Funciones de la administracion*. Bahia Blanca: Reun.
- Bonta, P., & Farber, M. (2002). *199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Bogotá: Norma.
- Bravo, J. (2006). *Nuevas orientaciones en el marketing de servicios*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Brock, P. *Contabilidad, principios y aplicaciones*. Texas: Reverte S. A.
- burgalesa. (2014). *burgalesa*. Obtenido de <http://restaurantlaburgalesa.com/?p=110>
- Burguillo, R. V. (2015). *economipedia*. Obtenido de [economipedia:](http://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html)
<http://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>
- Camino, J., & Garcillan, M. (2007). *Dirección de marketing*. Madrid: Esic.
- Cardenas, S. (19 de ENERO de 2015). <http://www.uees.edu.ec>. Obtenido de <http://www.uees.edu.ec>: <http://www.uees.edu.ec/dolarizacion/pdf/1/3-Conf-Sebastian-Cardenas-190115.pdf>
- Cardenas, S. (19 de 01 de 2015). *UEES*. Recuperado el 12 de 07 de 2019, de [UEES:](http://www.uees.edu.ec/dolarizacion/pdf/1/3-Conf-Sebastian-Cardenas-190115.pdf)
<http://www.uees.edu.ec/dolarizacion/pdf/1/3-Conf-Sebastian-Cardenas-190115.pdf>
- Cardenas, S. (19 de 01 de 2015). *UEES*. Recuperado el 12 de 07 de 2019, de <http://www.uees.edu.ec/dolarizacion/pdf/1/3-Conf-Sebastian-Cardenas-190115.pdf>
- Cardona, J. M. (2006). *Crear y Sobrevivir*. Madrid: Díaz de Santo S.A.
- Castro, C. (1997). *Mercadotecnia*. San Luis Potosí: Universitaria Potosina.
- Cifuentes, C. L. (1995). La Creacion del Empleo. En C. L. Cifuentes, *La Creación del Empleo* (pág. 21). Barcelona: Panorama.

- conceptodefinición.de. (20 de marzo de 2016). *Obtenido de conceptodefinición.de:*
<http://conceptodefinicion.de/gastronomia/>
- Conceptos, Pautas y Herramientas.* (2005). Peru: Graham Thiele.
- Condesan. (2015). De los Andes a tu mesa. En Condesan, *De los Andes a tu mesa* (pág. 2). Lima: International Potato Center.
- Cordoba, F. G. (2004). *Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario.* México: EDITORIAL LIMUSA, S.A. .
- Cougil, S. (4 de agosto de 2011). *finanzasprofesionales.* Obtenido de finanzasprofesionales: <http://finanzasprofesionales.blogspot.com>
- CreceNegocios.* (21 de junio de 2014). Obtenido de CreceNegocios: <https://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
- Cruz, E. S. (2017 de enero de 2017). *esan.* Obtenido de esan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>
- Cuatrecasas, L. (2012). *Organización de la producción y dirección de operaciones.* Madrid: Díaz de Santos .
- David de la Fuente García, I. F. *Distribución en Planta.* Oviedo: ediuno.
- De Gregorio, J. (2007). *Macroeconomía, Teoría y Políticas.* México: Pearson Educación.
- De la Fuente, D., & Fernandez, I. (2005). *Distribución en planta.* Oviedo: Ediuno.
- Dos Santos, F., Salas, S., Flores, D., Guamanga, A., Coronado, G., & Villaroel, T. (2004). *Desarrollo de Agroindustrias y Mercados para la Arracacha.* Lima: IDRC.
- Dvoskin, R. (2004). *fundamentos de marketing.* Buenos Aires: Granica S.A.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing.* Buenos Aires: Granica.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamenyos de marketing.* Buenos aires : Granica.
- Ecuador, B. C. (2012). *Banco Central del Ecuador.* Recuperado el 05 de 07 de 2019, de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntasfrecuentes-banco-central-del-ecuador>
- ecured. (7 de mayo de 2013). Obtenido de <https://www.ecured.cu/Mariscos>
- ecured. (18 de abril de 2011). *ecured.* Obtenido de ecured: <https://www.ecured.cu/Mariscos>

- Elena Abascal, I. G. (2005). *análisis de encuestas*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Erossa, V. (2004). *Proyectos de inversión en ingeniería*. México: Limusa S.A.
- es.scribd.com. (2017). *es.scribd.com*. Obtenido de es.scribd.com:
<https://es.scribd.com/doc/16683320/Definicion-de-Valores>
- Espinosa, P., Vaca, R., Abad, J., & Crissman, C. (1997). Raíces y Tubérculos Andinos cultivados marginados en el Ecuador. En P. Espinosa, R. Vaca, J. Abad, & C. Crissman, *Situación Actual y Limitaciones para la producción* (pág. 117). Quito, Ecuador: Abya Laya.
- Faga, H., & Ramos, M. (2006). *Como profundizar en el análisis de sus costos para tomara mejores decisiones empresariales*. Buenos Aires: Granica.
- Faga, H., & Ramos, M. (2006). *Como profundizar en el análisis de sus costos para tomara mejores decisiones empresariales*. Buenos Aires: Granica S.A.
- Fernandez, D., & Fernandez, E. (2010). Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. En D. Fernandez, & E. Fernandez, *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente* (pág. 226). Madrid: Paraninfo S.A.
- Financiero, S. d. (2013). *www.ssf.gob.sv*. Obtenido de *www.ssf.gob.sv*:
https://www.ssf.gob.sv/descargas/educacion_financiera/Tasas_interes.pdf
- Flores, J. (2015). *Proyectos de inversión para las pymes*. Bogota: Ecoe ediciones .
- Freire, G. (16 de enero de 2015). *slideshare*. Obtenido de slideshare:
<https://es.slideshare.net/GabrielaFreire02/estado-de-situacion-inicial-43600367>
- García, R. (2002). *Marketing Internacional*. Madrid: Esic.
- gerencie. (4 de octubre de 2017). Obtenido de gerencie:
<https://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>
- gerencie. (12 de junio de 2010). *producto interno bruto*. Obtenido de gerencie:
<https://www.gerencie.com/producto-interno-bruto.html>
- Gerencie. (12 de 10 de 2017). *Producto Interno Bruto*. Recuperado el 04 de 07 de 2019, de Gerencie: <https://www.gerencie.com/producto-interno-bruto.html>
- Gomero, H. P. (2006). *Fundamentos técnicos de la matemática financiera*. Peru: Fondo editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú .
- Gomez, D., & Lopez, J. (2002). Riesgos Financieros y Operaciones Internacionales. En J. M. Diego Gomez, *Riesgos Financieros y Operaciones Internacionales* (pág. 103). Madrid: ESIC.

- Gomez, M. (30 de 07 de 2018). *Economía Hoy*. Recuperado el 05 de 07 de 2019, de Economía Hoy: <https://www.economiahoy.mx/economia-eAmexico/noticias/9305648/07/18/Que-es-la-tasa-de-interes-.html>
- Grande, I. (2005). *Marketing de los servicios*. Madrid: Esic.
- Griffin, R., & Ebert, R. (2005). *Negocios*. Mexico: books.google.com.ec.
- Guzmán, A., Guzmán, D., & Romero, T. (2005). *Contabilidad Financiera*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Harnecker, M. (2005). *Los conceptos elementales del materialismo histórico*. Coyoacan: Siglo veintiuno.
- Heinemann, K. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación empírica*. Barcelona: Paidotribo.
- Hernandez, E., Lopez, F., Sánchez, I., & Ramirez, L. (1997). *Desarrollo sostenible estudio de un caso practico en la región de Murcia*. Murcia: Editum.
- Hernández, I. B. (julio de 2011). *uaeh*. Obtenido de uaeh: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones.pdf
- Herrera, F., Velasco, C., Denen, H., & Radulovich, R. (1994). *Fundamentos de Análisis Económico*. Tirrialba: Catie.
- Hingsto, P. *Inicie su negocio*. Pearson Educación.
- Hofacker, A. (2008). *Rapid lean construction - quality rating model*. Manchester: s.n.
- Horngren, C. (2003). México: Pearson Educación.
- Horngren, C. (2003). *Contabilidad*. México: Pearson Educación.
- Horngren, C. (2003). *Contabilidad*. México: Pearson educación.
- Horngren, C., Harrison, W., & Smith, L. (2003). *Contabilidad*. México: Pearson Educación.
- <http://www.acciondemocratica.org.ve/>. (22 de septiembre de 2006).
- <http://www.acciondemocratica.org.ve/>. Obtenido de <http://www.acciondemocratica.org.ve/>
- Iborra, M., Dasi, A., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). Fundamentos de Dirección de Empresas. En A. d. Maria Iborra, *Fundamentos de Direccion de Empresas* (pág. 97). Madrid, España: Paraninfo.

- Ilpes. (2006). *Guia para la presentacion de proyectos* . México: Siglo Veintiuno Editores .
- ILPES. (2016). *Guia para la presentacion de proyectos* . México: siglo xxi editores S.A.
- IMELDA, F. J. (2011). *es.scribd.com*. Obtenido de es.scribd.com:
<https://es.scribd.com/doc/57881136/CONCEPTO-DE-PROVEEDOR>
- Jeisson, O. (16 de noviembre de 2014). *factores y sectores económicos*. Obtenido de prezi.com: <https://prezi.com/iphpiqykamlk/factores-y-sectores-economicos/>
- Jorge Hanel del Valle, M. H. (2004). *análisis situacional* . México.
- Jurado, K. E. (2004). *www.dspace.espol.edu.ec*. Obtenido de www.dspace.espol.edu.ec:
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/652/1/1211.pdf>
- Juridico Deusto, E. (2005). *Diccionario Juridico Empresarial*. Barcelona: Deusto.
- Koskela, L. (1992). *Application of the new production philosophy to construction*. Finland: VTT Building Technology.
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introduccion a la Economia*. Barcelona: Reverte S.A.
- Lane, R. y. (1994). *catarina.udlap.mx*. Obtenido de catarina.udlap.mx:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/estrada_m_ea/capitulo2.pdf
- Levy, L. (2005). *Planeacion Financiera en la Empresa Moderna*. Mexico: Isef S.A.
- Lorenzana, D. (30 de diciembre de 2013). *pymesyautonomos*. Obtenido de [pymesyautonomos](http://pymesyautonomos.com): <https://www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas/que-es-el-roa-de-una-empresa>
- M. Teresa Icart Isem, C. F. (2006). *Elaboracion y presentacion de un proyecto de investigacion y una tesina*. Barcelona: Publicación I Edición de la Universidad de Barcelona.
- Macedo, J. J. (2006). *Economía*. México: Umbral Editoreial S.A.
- Maldonado, F. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Cuenca: Universidad de Cuenca .
- Marcelo Lopez Trujillo, J. I. (2007). *Planeación estratégica de tecnologías informaticas y sistemas de información*. Colombia: Universidad de Caldas.

- Marquez, O. F. (2005). La Situación Legal de Desempleo. En O. F. Marquez, *La Situación Legal de Desempleo* (pág. 26). Oviedo: Universidad de Oviedo.
- Martín Logos, F. d. (2008). *Sistematización de la función comercial*. Coruña: Netbiblo.
- Martín, A. (2006). *Especialidad Administración General*. España: Mad.
- Martin, V. E. (2004). *Proyectos de inversión en ingeniería (su metodología)*. México: Noriega Editores.
- Martínez, F. A. (16 de mayo de 2014). *slideshare*. Obtenido de slideshare: <https://es.slideshare.net/mrmartineles/estado-de-resultados-proyectado>
- Martín-Lagos, F. d. (2008). *Sistematización de la función comercial*. España: Gesbiblo, S.L.
- mercasa. (27 de julio de 2014). *mercasa*. Obtenido de mercasa: http://www.mercasa.es/files/multimedios/1406497273_Alimentos_con_historia_Pescados_y_Mariscos_p-68_p-80.pdf
- Mercedes Garcia Parra, J. M. (2004). *Dirección Financiera*. Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya, SL.
- México, B. d. (28 de agosto de 2012). <http://web.uaemex.mx>. Obtenido de <http://web.uaemex.mx>.
- Mogica, J. J. (2011). www.uaeh.edu.mx. Obtenido de www.uaeh.edu.mx: [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/temas/ tipos_de_empleo.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/temas/tipos_de_empleo.pdf)
- Moreno, G. (2000). *Introducción a la metodología de la investigación educativa*. Guadalajara : Progreso S.A.
- Moreno, M. A. (12 de julio de 2010). *elblogsalmon*. Obtenido de elblogsalmon: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>
- Moreno, M. A. (12 de julio de 2010). *elblogsalmon*. Obtenido de elblogsalmon: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>
- Muñiz, R. (2017). www.marketing-xxi.com. Obtenido de www.marketing-xxi.com: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- Oriol, A. (2002). *EVA Valor Económico Agregado*. Bogotá: Norma.

- Orozco, C. H. (1996). *Análisis Administrativo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Ortiz, O. (2001). *El dinero*. México: Isbn.
- Palacio, I. (2010). *Guía práctica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Palacios, H. (2006). *Fundamentos Técnicos de la Matemática Financiera*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- pam.quito.gob.ec*. (2017). Obtenido de *pam.quito.gob.ec*:
<https://pam.quito.gob.ec/PAM/pdfs/guiaTramites/LUAE/LUAE.pdf>
- Parsons, T. (1970). *Organización y Administración de la Enseñanza y la Investigación*. Buenos Aires.
- Patricia Chan, J. F. (25 de octubre de 2010). Análisis del consumidor y su importancia en el. Obtenido de Análisis del consumidor y su importancia en el:
<http://v-beta.urp.edu.pe/pdf/id/1902/n/>
- Pedrosa, S. J. (2015). *econoípedia*. Obtenido de *economipedia*:
<http://economipedia.com/definiciones/amortizacion-financiera.html>
- Peñalver, P. (17 de noviembre de 2012). *proyectoempresarial.wordpress.com*. Obtenido de *proyectoempresarial.wordpress.com*:
<https://proyectoempresarial.wordpress.com/2012/11/17/entorno-tecnologico/>
- Pera, M. (1998). *Teoría de la planificación*. Caracas: Cep Fhe.
- Planificación, C. N. (2017). *Plan de Desempeño*. Quito: Senplades.
- Prieto, B., Santidrian, A., & Aguilar, P. (2006). *Contabilidad de Costes y de Gestión*. Madrid: Delta.
- Quito Turismo*. (2019). Recuperado el 17 de 07 de 2019, de Quito Turismo:
<https://www.quito-turismo.gob.ec/nuestros-servicios/obtenga-la-luae>
- repositorio.espe.edu.ec*. (s.f.). Obtenido de *repositorio.espe.edu.ec*:
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1153/4/T-ESPE-021594-4.pdf>
- Retamoso, C. E. *Producción limpia, contaminación y gestión ambiental*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Rienzo, J., Casanoves, F., Gonzalez, L., Tablada, E., Diaz, M., Robledo, C., y otros. (2008). *Estadística para las ciencias agropecuarias*. Córdoba: Brujas.
- Riza, C., & Curbera, P. (2013). *El riesgo de crédito en perspectiva*. Madrid: Uned.

- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Robledo, E. C. (s.f.). *es.scribd.com*. Obtenido de es.scribd.com:
<https://es.scribd.com/doc/88753578/Marco-Legal-de-Una-Empresa>
- Roman. (4 de febrero de 2015). *estrategasfinancieros*. Obtenido de
estrategasfinancieros: [http://estrategasfinancieros.blogspot.com/2011/06/v-
behaviorurldefaultvmlo.html](http://estrategasfinancieros.blogspot.com/2011/06/v-behaviorurldefaultvmlo.html)
- Rosales, R. (2007). *La formulacion de la evaluacion de proyectos*. San jose, Costa
Rica: Euned.
- Rosario. (s.f.). *sites.google.com*. Obtenido de sites.google.com:
[https://sites.google.com/site/e518tecnofilosofia/-que-entendemos-por-factores-
sociales](https://sites.google.com/site/e518tecnofilosofia/-que-entendemos-por-factores-sociales)
- Rosario, A. S. (2008). <http://www.trabajo.pr.gov>. Obtenido de
<http://www.trabajo.pr.gov>:
[http://www.trabajo.pr.gov/pdf/Estadisticas/GT/Grupo%20Trabajador/2010/El%20D
ESEMPLERO.pdf](http://www.trabajo.pr.gov/pdf/Estadisticas/GT/Grupo%20Trabajador/2010/El%20D
ESEMPLERO.pdf)
- Rubén Huertas García, R. D. (2015). *Decisiones estratégicas para la dirección de
operaciones en empresas de servicios y turística*. Barcelona: Comercial Ediciones .
- Sagasti, F. (1999). *Planificación del desarrollo*. Bogotá : Geminis Ltda.
- Salazar, C. S. (2005). *Costo y tiempo en edificación*. Limusa: Limusa Noriega
Editores.
- Schettino, M. (202). Introducción para la economía para no economistas. En S.
Macario, *Introducción para la economía para no economistas* (págs. 144-145).
México: Pearson Educación.
- Serrano, J. E. (2011). *Comunicación y Atención Al Cliente*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Serrano, J. E. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente* . España:
Ediciones Paraninfo.
- Sotelo, R. *El estudio financiero*.
- Suarez, C. (2005). *Costo y Tiempo en Edificación*. México: Limusa.
- Sulser, R., & Pedroza, J. (2004). *Exportación efectiva* . México: Isef.
- Tovar, J. K. *Manual del empresario exitoso*.
- Urbina, G. B. (2001). *Evaluación de proyecto*. México: Sexta Edición .
- Urbina, G. B. (2001). *Evaluación de proyectos* . México: Litografía Ingramex.

- Valle, J. H., & González, M. H. (2004). *Análisis Situacional*. México.
- Vallejo, A. P. (09 de octubre de 2014). *http://www.pbplaw.com*. Obtenido de <http://www.pbplaw.com>: <http://www.pbplaw.com/que-es-el-ruc/>
- Vallejo, A. P. (09 de 10 de 2014). *PBP*. Recuperado el 17 de 07 de 2019, de PBP: <https://www.pbplaw.com/es/que-es-el-ruc/>
- Van, J., & Wachowicz, J. (2002). *Fundamentos de Administración Financiera*. México : Pearson Educación.
- Vaquiroy, J. D. (23 de febrero de 2010). *pymesfuturo*. Obtenido de pymesfuturo: <https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- Varo, J. (1994). *Gestión Estratégica De La Calidad En Los Sercicios Sanitarios*. España: Diaz De Santos S.A.
- Vasquez, A. H. (14 de Septiembre de 2015). *prezi*. Obtenido de prezi: <https://prezi.com/etgeh2jy20dm/los-costos-fijos-son-aquellos-costos-que-la-empresa-debe-pag/>
- Vasquez, G. (9 de Noviembre de 2013). *prezi*. Obtenido de prezi: <https://prezi.com/x5aux4bhd-vj/costos-financieros/>
- Ventura, B. E. (2012). *Operaciones administrativas de recursos humanos*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Verna, C. L., & Morales, O. G. (2010). Comprender la Macroeconomía. En C. L. Verna, & O. G. Morales, *Comprender la Macroeconomía* (pág. 137). Buenos Aires : Teseo.
- Vivir, P. N. (2017).
- Warner, J. (2003). Perfil de competencias para el servicio al cliente. En J. Warner, *Perfil de competencias para el servicio al cliente* (pág. 91). Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- www.ecobachillerato.com*. (s.f.). Obtenido de www.ecobachillerato.com: <http://www.ecobachillerato.com/eoearagon/tema3.pdf>
- www.headways.com.mx*. (2016). Obtenido de www.headways.com.mx: <https://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/palabra/cliente-potencial/>
- www.isotools.org*. (26 de marzo de 2015). Obtenido de www.isotools.org: <https://www.isotools.org/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-y-como-mejorarla/>

www.virtuniversidad.com. (s.f.). Obtenido de *www.virtuniversidad.com*:

<https://www.virtuniversidad.com/greenstone/collect/negocioc/archives/HASH2ba6.dir/doc.pdf>

Yuni, J., & Urbano, C. (2006). *Técnicas para investigar: Recursos metodológicos par ala preparación de proyectos de investigación.* Cordoba : Brujas .

Zorrilla, S. (2004). *Cómo aprender Economía.* México: Limusa S.A .

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA



La presente encuesta tiene como finalidad de recolectar información referente a la producción de snack a base de zanahoria blanca, la misma tiene fines académicos.

Instrucciones: Leer con mucha atención cada una de las preguntas y marque con una sola X la respuesta correcta según su criterio.

Perfil del Encuestado:

Femenino

Masculino

1.- ¿Tiene usted conocimiento de la “Zanahoria Blanca”?

SI

NO

2.- ¿Le gustan los snacks

SI

NO

3.- ¿Con qué frecuencia adquiere un snack?

Diariamente

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

Anualmente

4.- ¿Cuándo usted realiza sus compras cuánto dinero asigna a este tipo de productos?

\$1,00

\$1,50

\$2,00

5.- ¿Estaría usted dispuesto a consumir snack de “Zanahoria Blanca”?

SI

NO

**Si su respuesta es no, la encuesta ha terminado

6.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un snack de Zanahoria Blanca?

| 0,50ctv

0,75ctv

1,00USD

7.- ¿En qué lugares le gustaría a usted encontrar el producto?

Tiendas

Minimarket

Supermercados

Anexo 2

Aceite de Olivo



Anexo 3

Registro Único del Contribuyente

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES		SRI ...te hace bien al país!	
NÚMERO RUC:			
APELLIDOS Y NOMBRES:			
NOMBRE COMERCIAL:	ABSCDITHS	DELEGADO LLEVAR CONTABILIDAD:	NO
CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS	NÚMERO:	SN
CALIFICACIÓN ARTESANAL:	SN		
FE. NACIMIENTO:	03/12/1984	FE. REG. ACTIVACIÓN:	01/06/2016
FE. RECEPCIÓN:	01/06/2016	FE. ACTUALIZACIÓN:	30/09/2016
FE. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:		FE. FINISH ACTIVACIÓN:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL:			
ACTIVIDADES DE ALQUILER DE COMPUTADORAS			
DOMICILIO TRIBUTARIO:			
Dpto: PICHINCHA, Cantón: QUITO, Parroquia: ALVARO C. BARRACALD, Calle: JUAN DE ALCAZAR, Número: 1018, Inmueble: PEDRO CORO Referencia A: DDA CALACALÍ, DE: ALVARO PÉREZ, CONTACTO: 0912 783478, E-mail: alvarop@calacali.com.ec			
DOMICILIO ESPECIAL:			
SI			
DELEGACIONES TRIBUTARIAS:			
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA			
EN ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	2	ABRIL	1
JAMBRÓN	1, ZONA B PEDRINCHA	COPIRADO	1
			
Código: RMRUC201600058708			
Fecha: 01/12/2016 12:28:58 PM			

Anexo 4 LUAE

Logic Studio BPM Página 1 de 1


MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE LAS
ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE)
2016 **N° 0220712**

EL MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, CONFIERE LA PRESENTE LICENCIA

Número Trámite	2016LUAE129795	Número de Patente	426145
Número Licencia	132233	Predio Local	3590351
Razón Social	COMPAÑIA TURISTICA MARKETING VIP S A COMTUMARK	Procedimiento	Ordinario - CATEGORIA 2
Nombre Comercial	COMPAÑIA TURISTICA MARKETING VIP S A COMTUMARK	Número ICUS	160923
Número RUC	1792554144001		
Dirección	IÑAQUITO / IÑAQUITO / FRANCISCO ANDRADE Nro. E6 24 y ELOY ALFARO		
Actividad Económica en el DMQ	ACTIVIDADES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DEDICADAS PRINCIPALMENTE A VENDER SERVICIOS DE VIAJES, DE VIAJES ORGANIZADOS, DE TRANSPORTE Y DE ALOJAMIENTO, AL POR MAYOR O AL POR MENOR, AL PÚBLICO EN GENERAL Y A CLIENTES COMERCIALES.		
Parámetros ICUS	ACTIVIDADES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DEDICADAS PRINCIPALMENTE A VENDER SERVICIOS DE VIAJES, DE VIAJES ORGANIZADOS, DE TRANSPORTE Y DE ALOJAMIENTO, AL POR MAYOR O AL POR MENOR, AL PÚBLICO EN GENERAL Y A CLIENTES COMERCIALES.		
Actividad Económica o Giro de Negocio	ACTIVIDADES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DEDICADAS PRINCIPALMENTE A VENDER SERVICIOS DE VIAJES, DE VIAJES ORGANIZADOS, DE TRANSPORTE Y DE ALOJAMIENTO, AL POR MAYOR O AL POR MENOR, AL PÚBLICO EN GENERAL Y A CLIENTES COMERCIALES.		
AUTORIZACIONES ADMINISTRATIVAS INCLUIDAS EN LA PRESENTE LUAE		VIGENCIA HASTA: 2016-12-31	
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE BOMBEROS: 336725			

LA PRESENTE LICENCIA NO EXIME AL ESTABLECIMIENTO DE POSIBLES SANCIONES POR DESACATO A LAS ORDENANZAS METROPOLITANAS VIGENTES
 La presente LUAE podrá ser extinguida por la Autoridad Administrativa Orogante, cuando hubiere sido emitida sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o reglas técnicas que le hubieren sido aplicables.
 El Establecimiento queda sujeto a supervisiones periódicas de las condiciones de funcionamiento.
 El documento debe exhibirse obligatoriamente en un lugar visible.

Quito, 10 de Febrero del 2016




 Sr. Boris Mata Reyes



Anexo 5 Permiso de Funcionamiento



CUERPO DE BOMBEROS
 DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

QUITO - ECUADOR

QUITO, 28 de noviembre de 2013

SEÑORITA

Nathaly Pereira

GERENTE GENERAL

EMPRESA "KEYNA Cía.Lda"

PRESENTE

DE MI CONSIDERACION:

Una vez revisada las instalaciones de su Empresa "KEYNA Cía. Ltda." *Compañía Limitada* ubicada en la calle VOZANDRES N39-130 Y AV. AMÉRICA, la cual se dedicara a la elaboración y venta de prendas de vestir para hombre y mujer, le damos a conocer que su solicitud del 22 de noviembre de 2013 ha sido aceptada, por lo tanto pude iniciar sus funciones sin dificultad.

Esperando que tenga éxito en sus futuras labores les deseamos lo mejor.

ATENTAMENTE]

Ing. CARLOS ZULCA

PRESIDENTE DEL CUERPO DE BOMBEROS DE QUITO

DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
RUC. 172324534001
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

NOMBRE DEL LOCAL : "KEYNA "

REPRESENTANT LEGAL : Nathaly Pereira

DIRECCION : VOZANDES N39-130 Y AV. AMÉRICA

ACTIVIDAD : ELABORACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR

El CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, en atención a la solicitud presentada y mediante la inspección n° 001 con fecha realizada por el inspector Cristian Sandoval, considerando que el establecimiento, cumple disposiciones y normativas del art. 35 de la ley de defensa contra incendios, del permiso de funcionamiento valido por el año.

QUITO A 16 DE DICIEMBRE DEL 2013


 GESTION DE REGISTRO CB.DMQ


 SECRETARIA DMQ

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACK ELABORADA A BASE DE ZANAHORIA BLANCA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALACALÍ, AÑO 2019.

Anexo 6 Urkund

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS FINAL ERIKA AYO.docx (D57070669)
Submitted: 10/15/2019 3:28:00 PM
Submitted By: andres.gomez@cordillera.edu.ec
Significance: 10 %

Sources included in the report:

Tesis Alejandro Muzo FINAL URKUND.docx (D38283672)
TESIS CRISTIAN CASTILLO.docx (D37301543)
urkund_irene_karina_produccion_2016.docx (D23217107)
USHIÑA CAGUANA MISHELLE STEFANIA.pdf (D30298110)
TESIS JESSY CUASQUER apa.docx (D23542704)
TESIS MARCELA MORALES.doc (D23347707)
<https://www.crecenegocios.com/los-valores-de-una-empresa/>
<https://pam.quito.gob.ec/PAM/pdfs/guiaTramites/LUAE/LUAE.pdf>
<https://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/3773/1/31-IPR-17-17-1722636519.pdf>

Instances where selected sources appear:

69



Anexo 7 Bitácora

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA										
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN										
GÓMEZ VELASCO ANDRÉS JULIÁN										
AYO RUALES ERIKA MISHELL										
ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA										
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACK ELABORADA A BASE DE ZANAHORIA BLANCA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALACALÍ, AÑO 2019										
ACUMULATIVO										
Quito, 17 de diciembre del 2019 16:52:20										
PROYECTO ACTIVO / NO GRADUADO /										
MODALIDAD: INCIPIENTE EMPRESARIAL										
NO.	CODIGO	FECHA	TUTORIA	TIPO ASesorIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC
1	18691	2019-06-15	INSITU	AUTONOMA	2019-06-15 17:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-06-15 19:00:00	2.00	ORGANIZACION DEL TRABAJO	PROCESADO
2	18692	2019-06-16	INSITU	AUTONOMA	2019-06-16 12:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-06-16 15:00:00	2.00	SE DAN LINEAMIENTOS PARA EL CAPITULO 1	PROCESADO
3	18693	2019-06-16	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-06-16 10:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-06-16 13:00:00	3.00	ELABORACION CAPITULO 1 JUSTIFICACION	PROCESADO
4	18694	2019-06-09	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-06-09 12:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-06-09 15:00:00	3.00	ELABORACION CAPITULO 1 SE DAN LINEAMIENTOS PARA CAPITULO 2	PROCESADO
5	18695	2019-06-14	INSITU	AUTONOMA	2019-06-14 17:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-06-14 19:00:00	2.00	LINEAMIENTOS PARA CAPITULO 2	PROCESADO
6	18695	2019-06-15	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-06-15 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-06-15 14:00:00	2.00	ELABORACION CAPITULO 2 ANALISIS EXTERNO	PROCESADO
7	18696	2019-06-15	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-06-15 14:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO	2019-06-15 17:00:00	3.00	ELABORACION CAPITULO 2 ENTORNO LOCAL	PROCESADO
8	18697	2019-06-16	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-06-16 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-06-16 15:00:00	3.00	ELABORACION CAPITULO 2 ENTORNO INTERNO	PROCESADO
9	18697	2019-06-16	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-06-16 15:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-06-16 18:00:00	3.00	ELABORACION CAPITULO 2 ENTORNO LOCAL	PROCESADO
10	18697	2019-06-21	INSITU	INSITU	2019-06-21 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-06-21 19:00:00	2.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS CAPITULO 1, LINEAMIENTOS PARA CAPITULO 3	PROCESADO
11	18701	2019-06-22	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-06-22 15:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-06-22 18:00:00	3.00	ELABORACION CAPITULO 3 OFERTA	PROCESADO
12	18712	2019-06-23	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-06-23 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-06-23 16:00:00	3.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS CAPITULO 2, REVISION DE CAPITULO 3	PROCESADO
13	18717	2019-06-28	INSITU	INSITU	2019-06-28 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-06-28 19:00:00	2.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS CAPITULO 2, REVISION DE CAPITULO 3	PROCESADO
14	18782	2019-06-29	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-06-29 10:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCCION Y DEMANDA	2019-06-29 16:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 3 PRODUCTOS Y DEMANDA	PROCESADO
15	18793	2019-06-30	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-06-30 10:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-06-30 16:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 3 BALANCE OFERTA Y DEMANDA	PROCESADO
16	18798	2019-07-01	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-07-01 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-07-01 16:00:00	5.00	ELABORACION CAPITULO 3 BALANCE OFERTA Y DEMANDA	PROCESADO
17	18720	2019-07-05	INSITU	INSITU	2019-07-05 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-07-05 19:00:00	2.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS CAPITULO 3 Y SE DAN LINEAMIENTOS PARA CAPITULO 4	PROCESADO
18	18720	2019-07-06	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-07-06 10:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PRODUCTO	2019-07-06 15:00:00	5.00	ELABORACION CAPITULO 4 TAMAÑO DEL PRODUCTO	PROCESADO
19	18720	2019-07-07	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-07-07 10:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-07-07 15:00:00	5.00	ELABORACION CAPITULO 4 LOCALIZACION	PROCESADO
20	18714	2019-07-12	INSITU	INSITU	2019-07-12 17:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-07-12 19:00:00	2.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS CAPITULO 3, REVISION	PROCESADO
21	18714	2019-07-13	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-07-13 10:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-07-13 16:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 4 INGENIERIA DEL PRODUCTO	PROCESADO
22	18719	2019-07-19	INSITU	INSITU	2019-07-19 17:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-07-19 19:00:00	2.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS CAPITULO 4, SE DAN LINEAMIENTOS CAPITULO 5	PROCESADO
23	18746	2019-07-27	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-07-27 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-07-27 16:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INGRESOS OPERACIONALES	PROCESADO
24	18751	2019-07-28	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-07-28 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-07-28 16:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INGRESOS OPERACIONALES	PROCESADO
25	18756	2019-07-29	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-07-29 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-07-29 15:00:00	5.00	ELABORACION CAPITULO 5 INGRESOS OPERACIONALES	PROCESADO
26	18765	2019-08-02	INSITU	INSITU	2019-08-02 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-02 19:00:00	2.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE CONTINUA CON CAPITULO 5	PROCESADO
27	18768	2019-08-03	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-08-03 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-03 17:00:00	5.00	ELABORACION CAPITULO 5 INGRESOS NO OPERACIONALES	PROCESADO
28	18773	2019-08-04	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-08-04 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-04 15:00:00	5.00	ELABORACION CAPITULO 5 INGRESOS NO OPERACIONALES	PROCESADO
29	18778	2019-08-09	INSITU	INSITU	2019-08-09 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-09 19:00:00	2.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE CONTINUA CON CAPITULO 5	PROCESADO
30	18783	2019-08-10	AUTONOMA	AUTONOMA	2019-08-10 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-10 16:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INGRESOS NO OPERACIONALES	PROCESADO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACK ELABORADA A BASE DE ZANAHORIA BLANCA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALACALÍ, AÑO 2019.

31	187411	2019-08-11	AUTONOMA	2019-08-11 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-11 17:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INVERSIONES	PROCESADO
32	187416	2019-08-12	AUTONOMA	2019-08-12 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-12 16:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INVERSIONES	PROCESADO
33	187421	2019-08-16	INSITU	2019-08-16 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-16 19:00:00	2.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE CONTINUA CON CAPITULO 5	PROCESADO
34	187437	2019-08-17	AUTONOMA	2019-08-17 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-17 17:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INVERSIONES	PROCESADO
35	187442	2019-08-18	AUTONOMA	2019-08-18 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-18 16:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INVERSIONES	PROCESADO
36	187448	2019-08-19	AUTONOMA	2019-08-19 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-19 17:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INVERSIONES	PROCESADO
37	187453	2019-08-23	INSITU	2019-08-23 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-23 18:00:00	1.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE CONTINUA CON CAPITULO 5	PROCESADO
38	187459	2019-08-24	AUTONOMA	2019-08-24 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-24 20:00:00	9.00	ELABORACION CAPITULO 5 EVALUACION	PROCESADO
39	187464	2019-08-25	AUTONOMA	2019-08-25 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-25 19:00:00	9.00	ELABORACION CAPITULO 5 EVALUACION	PROCESADO
40	187468	2019-08-26	AUTONOMA	2019-08-26 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-26 17:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 EVALUACION	PROCESADO
41	187475	2019-08-30	INSITU	2019-08-30 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-30 18:00:00	1.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE DAN LINEAMIENTOS CAPITULO 6 IMPACTO AMBIENTAL	PROCESADO
42	187499	2019-08-31	AUTONOMA	2019-08-31 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-08-31 19:00:00	9.00	ELABORACION CAPITULO 6 IMPACTO ECONOMICO	PROCESADO
43	193277	2019-09-01	AUTONOMA	2019-09-01 11:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-09-01 18:00:00	7.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE CONTINUA CON CAPITULO 6	PROCESADO
44	193280	2019-09-06	INSITU	2019-09-06 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-09-06 18:00:00	1.00	ELABORACION CAPITULO 6 IMPACTO	PROCESADO
45	193281	2019-09-02	AUTONOMA	2019-09-02 11:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-09-02 17:00:00	6.00	REVISION Y CAMBIOS EN CAPITULO 6 Y SE DAN LINEAMIENTOS CAPITULO 7	PROCESADO
46	193285	2019-09-12	INSITU	2019-09-12 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-09-12 18:00:00	1.00	ELABORACION CAPITULO 6 IMPACTO SOCIAL	PROCESADO
47	193287	2019-09-07	AUTONOMA	2019-09-07 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-09-07 18:00:00	8.00	ELABORACION CAPITULO 7 CONCLUSIONES	PROCESADO
48	193290	2019-09-13	AUTONOMA	2019-09-13 11:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-09-13 19:00:00	8.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE CONTINUA CON CAPITULO 7	PROCESADO
49	193291	2019-09-13	INSITU	2019-09-13 17:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-09-13 19:00:00	2.00	REALIZACION DE CORRECCIONES FINALES Y PRESENTACION	PROCESADO
50	193292	2019-09-22	AUTONOMA	2019-09-22 10:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-09-22 12:00:00	2.00	REALIZACION DE CORRECCIONES FINALES Y PRESENTACION	PROCESADO
51	193294	2019-09-21	AUTONOMA	2019-09-21 10:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-09-21 20:00:00	10.00	SE REALIZA CORRECCIONES FINALES DEL DOCUMENTO	PROCESADO
52	193295	2019-09-20	INSITU	2019-09-20 17:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-09-20 18:00:00	1.00	REALIZA CAMBIOS CAPITULO 7	PROCESADO
53	193296	2019-09-19	INSITU	2019-09-19 17:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-09-19 18:00:00	1.00	REALIZA CAMBIOS CAPITULO 7	PROCESADO
54	193298	2019-09-14	AUTONOMA	2019-09-14 11:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-09-14 19:00:00	8.00	ELABORACION CAPITULO 7 RECOMENDACIONES	PROCESADO
TOTAL HORAS:							240		
									
AYO RUALES ERIKA MISHIEL ALUMNO CI: 172629287									
									
GOMEZ VELASCO ANDRÉS JULIAN TUTOR CI: 175636278									
									
DELEGADO FRANCISCO MAYRA ALEXANDRA CI: 171875933									
									
FECHA: 19-12-19									

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACK ELABORADA A BASE DE ZANAHORIA BLANCA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALACALÍ, AÑO 2019.

Anexo 8

Orden de empastado



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Administración Bancaria y Financiera

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso del Trabajo de Integración Curricular, se **AUTORIZA** realizar el empastado del Trabajo de Integración Curricular, del alumno(a) AYO RUALES ERIKA MISHHELL, portador de la cédula de identidad N°1726292087, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 20 de noviembre del 2019



Sra. Mariela Balseca
CAJA



Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Mg. Mayra Chandi
DELEGADO DE LA UNIDAD
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Mg. María Fernanda Burga
DIRECTORA DE CARRERA

Ing. William Parra López
BIBLIOTECA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
Ing. Luis Hernández
SECRETARIA ACADÉMICA
Luis Hernández Benavidez

*Nuestro reto formar seres humanos con iguales
derechos, deberes y obligaciones*