



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACION Y
COMERCIALIZACION DE HELADOS NUTRITIVOS A BASE DE
CEREALES UBICADA EN EL BARRIO LA MAGDALENA SECTOR
SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

Proyecto de factibilidad previo a la obtención por el título de tecnólogo en
Administración Industrial y de la Producción

Autor: Marco Alipio Torres Manosalvas

Tutor: Ing. Geovanny Francisco Cañar Sandoval

Quito, Octubre 2014

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD

Quito, 13 de octubre de 2014

Yo **MARCO ALIPIO TORRES MANOSOSALVAS**, autor de la investigación, con cedula de ciudadanía N°172139214-8, libre y voluntariamente **DECLARO**, que el presente Trabajo de Investigación: **“Proyecto de estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados nutritivos a base de cereales ubicada en el barrio la Magdalena Sector sur del distrito Metropolitano de Quito”**, es original y de mi autoría; de ser comprobado lo contrario me someto a las disposiciones legales pertinentes.

Atentamente,

f-----

MARCO ALIPIO TORRES MANOSOSALVAS,
C.I. 172139214-8

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.-

a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de administración en producción industrial que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Producción Industrial, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado *“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados nutritivos a base de cereales ubicada en el barrio la Magdalena sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.”*, el cual incluye el estudio de mercado y la factibilidad económica para la implementación de la industria y la aceptación en el mercado de los productos .

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

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados nutritivos a base de cereales ubicada en el barrio la Magdalena sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

(código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros:

- a) La reproducción de la obra por cualquier forma o procedimiento;
- b) La comunicación pública de la obra por cualquier medio que sirva para difundir las palabras, los signos, los sonidos o las imágenes;
- c) La distribución pública de ejemplares o copias de la obra mediante la venta, arrendamiento o alquiler;
- d) La importación; y,
- e) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra.
- f) La explotación de la obra por cualquier forma, y especialmente mediante cualquiera de los actos enumerados en este artículo es ilícita sin la autorización expresa del titular de los derechos de autor, salvo las excepciones previstas en esta Ley.

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

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio,

pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas:

- a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación;
- b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral;
- c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno;
- d) El procedimiento será confidencial y en derecho;
- e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito;
- f) El idioma del arbitraje será el español; y,
- g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

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

f) _____
C.C. N°1721392148
CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primera lugar a Dios quien es el creador del cielo y la tierra sobre todo es el que decide el destino de nuestras vidas, pues me ha brindado sabiduría y fortaleza por haber seguido en pie y no haber desmayado en momentos difíciles que se me han presentado durante los años de estudios; en segundo lugar agradezco a mi esposa Mónica Ivonne Gualpa Almeida y a mi hija Maylin Torres quienes son el pilar fundamental de mi vida las que incondicionalmente me brindaron su apoyo y confianza dándome las fuerzas necesarias para seguir adelante y no decaer, en tercer lugar a mis padres quienes me dieron la vida y me guiaron por un buen camino formándome con valores y principios para ser un hijo de gran orgulloso para la sociedad.

También quiero brindar un fuerte agradecimiento especial a mi tutor de tesis el Ing. Geovanny Francisco Cañar Sandoval, gracias a su aporte profesional, carisma y calidad humana me supo brindar sus mejores conocimientos desde el inicio del proyecto hasta la culminación de la tesis.

Agradezco también a mis compañeros quienes me han ayudado de manera directa e indirecta en el transcurso de mis estudios, ha sido un reto que me he puesto y lo he cumplido con el objetivo de ser un profesional.

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto principalmente a mi madre bella que se encuentra en el mejor lugar del mundo (en el cielo) por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi padre, a pesar de nuestra distancia físicas, sintiendo que está conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos se lo dedico con todo mi corazón y demostrándole que he cumplido con mi reto profesional.

Y a mi país, beneficiando al desarrollo y emprendimiento de la Matriz Productiva.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL.....	iii
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
RESUMEN	xviii
ABSTRACT.....	xix
CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1.01. Justificación	1
1.02. Antecedentes.....	2
CAPITULO II.	4
ANÁLISIS SITUACIONAL	4
2.01. Ambiente externo.....	4
2.01.01. Factores Económicos.....	4
2.01.01.01. PIB.....	5
2.01.01.02. Tasa de interés	6
2.01.01.03. Tasa de interés Activa	6
2.01.01.04. Tasa de interés Pasiva.....	7
2.01.01.05. La balanza comercial.....	8
2.01.01.06. Importaciones	9
2.01.01.07. Exportaciones	10
2.01.01.08. Inflación.....	12
2.01.02. Factores sociales.....	13
2.01.02.01. Población económicamente activa .PEA.....	13
2.01.02.02. Tasa de empleo	13
2.01.02.03. Tasa de desempleo.....	13
2.01.02.04. Canasta básica	14
2.01.03. Factor legal	15
2.01.03.01. Creación de una empresa.....	15
2.01.03.02. Sociedad	16
2.01.03.03. Sociedad Anónima (s.a.).....	16
2.01.03.04. Sociedad limitada (ltda).....	16

2.01.03.05. RUC (registro único de contribuyentes).....	16
2.01.03.06. El RISE. Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano	17
2.01.03.07. Permiso de funcionamiento	17
2.01.03.08. LUAE. Licencia única de actividades económicas	18
2.01.03.09. Permiso sanitario	18
2.01.04. Factor tecnológico	19
2.02. Entorno Local	19
2.02.01. Clientes	19
2.02.02. El Proveedor	19
2.02.03. Competidores.....	20
2.02.03.01. Matriz BCG	21
2.03. Análisis interno.....	22
2.03.01. Propuesta estratégica	22
2.03.01.01. Nombre de la empresa.....	23
2.03.01.02. Eslogan	23
2.03.01.03. Logotipo:	23
2.03.01.04. Logo símbolo.....	23
2.03.01.05. Misión.....	23
2.03.01.06. Visión	23
2.03.02. Objetivos.....	24
2.03.02.01. Objetivo General	24
2.03.02.02. Objetivo específico.....	24
2.03.02.03. Principios y valores	24
2.03.03. Gestión Administrativa.....	25
2.03.04. Gestión operativa.....	26
2.03.05. Gestión comercial.....	27
2.03.05.01. Marketing Mix.....	27
2.03.05.02. Producto.....	28
2.03.05.03. Precio.....	28
2.03.05.04. Plaza.	29
2.03.05.05. Promoción	29
2.03.05.06. Venta personal.....	29
2.03.05.07. Promoción de ventas	30
2.03.05.08. Publicidad.....	30
2.03.05.09. Las cinco fuerzas de Porter.....	31
2.04. Análisis FODA	33

CAPÍTULO III.....	34
ESTUDIO DE MERCADO	34
3.01. Objetivo	34
3.02. Análisis del consumidor	34
3.02.01. Segmentación del mercado.....	34
3.02.01.01. Mercado Meta.....	35
3.02.02. Determinación de la población y muestra	35
3.02.02.01. La Muestra.....	36
3.02.02.02. Tamaño de la Muestra	37
3.02.03. Técnicas de obtención de la información.	37
3.02.03.01. La encuesta	37
3.02.04. Análisis de la información.....	39
3.03. Oferta	49
3.03.01. Oferta Histórica	49
3.03.02. Oferta Actual	49
3.03.03. Oferta Proyectada	50
3.04. Productos sustitutos	50
3.04.01. Oferta Histórica	50
3.04.02. Oferta Actual	51
3.04.03. Oferta Proyectada	51
3.05. Demanda.....	52
3.05.01. Demanda Histórica	52
3.05.02. Demanda Actual	52
3.05.03. Demanda proyectada	53
3.05.04. Balance Proyectado	53
3.05.05. Balance Oferta – Demanda.....	54
3.05.05.01. Balance Actual	54
CAPÍTULO IV.....	55
ESTUDIO TÉCNICO	55
4.01. Objetivo	55
4.02. Tamaño del proyecto	55
4.02.01. Capacidad instalada.....	55
4.02.02. Capacidad optima	56
4.03. Localización.....	56
4.03.01. Macro localización	56
4.03.02. Micro localización.....	57

4.03.03. Localización optima	58
4.04. Ingeniería del producto	58
4.04.01. Definición de Bienes y Servicios.....	59
Definición del producto	59
4.04.02. Distribución de planta.....	60
4.04.03. Esquema de Distribución de la planta	64
4.04.04. Proceso Productivo.....	65
4.04.05. Maquinaria y Equipos.....	68
1. Maquinaria	68
2. Equipos.....	69
CAPÍTULO V	70
ESTUDIO FINANCIERO	70
5.01. Ingresos Operacionales y no operacionales.....	70
5.01.01. Materia Prima Directa	70
5.01.02. Mano de Obra Directa (M.O.D)	71
5.02. Ingresos.....	71
5.02.01. Ingresos no operacionales.....	72
5.03. Costos	72
5.03.01. Costo Directo.....	72
5.03.02. Costos Indirectos de Fabricación.....	73
5.03.03. Gastos Administrativos	73
5.03.04. Gasto de venta	75
5.03.05. Costo fijo y variable	75
5.04. Inversiones.....	76
5.04.01. Activos fijos.....	76
5.04.02. Inversión de activos nominales.....	77
5.04.03. Capital de trabajo.....	77
5.04.04. Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	78
5.04.05. Amortización de Financiamiento.....	78
5.04.06. Depreciaciones	80
5.04.07. Estado de situación inicial	81
5.04.08. Estado de resultados proyectados	82
5.04.09. Flujo de caja	83
5.05. Evaluación	83
5.05.01. TMAR (Tasa de descuento).....	84
5.05.02. VAN (Valor actual neto)	84

5.05.03. TIR (Tasa interna de retorno)	85
5.05.04. PRI (Período de recuperación de la inversión)	86
5.05.05. RBC (Relación costo beneficio)	86
5.05.06. Punto de equilibrio	87
5.06. Análisis de índices financieros	88
5.06.01. Razón de endeudamiento	88
5.06.02. ROE (Rentabilidad del patrimonio)	89
5.06.03. ROA (Rentabilidad del activo)	89
5.06.04. ROI (Rentabilidad de la inversión)	90
CAPITULO VI	91
ANÁLISIS DE IMPACTOS	91
6.01. Impacto Ambiental	91
6.02. Impacto económico	91
6.03. Impacto productivo	91
6.04. Impacto social	92
CAPITULO VII	93
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
7.01. Conclusiones	93
7.02. Recomendaciones	94
BIBLIOGRAFÍA	96
Tangibles	96
Virtuales	96
ANEXO	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Producto Interno Bruto	5
Tabla N° 2 Pib trimestral	5
Tabla N° 3 Tasa de interés Activa	6
Tabla N°4 Tasa de interés Pasiva.....	7
Tabla N°5 Balanza comercial Toneladas métricas en millones	8
Tabla N°6 Importaciones	10
Tabla N° 7 Exportaciones	11
Tabla N° 8 Inflación.....	12
Tabla N° 9 Tasa de Desempleo.....	14
Tabla N° 10 Proveedores de insumos	20
TABLA N°11 Matriz BCG de la microempresa.....	22
Tabla N°12 Precios de la competencia en el mercado	22
Tabla N°13 Características del producto.	28
Tabla N°14 Matriz F.O.D.A.....	33
Tabla N° 15 Segmentación del sector	35
Tabla N°16 Marco Muestral	35
Tabla N° 17 Población (sexo)	35
Tabla N° 18 Población (Edades)	36
Tabla N°19 población según grupos de edad.....	36
Tabla N ° 20 Agrado de los helados	39
Tabla N° 21 Frecuencia del consumo de helados	40
Tabla N° 22 Aceptación Del Helado De Cereal	41
Tabla N° 23 Precio.....	42
Tabla N° 24 Aceptación de la Microempresa en la Magdalena.....	43
Tabla N° 25 Marcas Preferidas	44
Tabla N° 26 Lugares de Abastecimiento	45
Tabla N° 27 Productos Sustitutos	46
Tabla N° 28 Atracción al Comprar	47
Tabla N° 29 Cereales de Preferencia	48
Tabla N°30 Oferta Histórica	49
Tabla N° 31 Oferta actual	49

Tabla N° 32 Oferta Proyectada	50
Tabla N° 33 Oferta actual de los productos sustitutos (2010)	50
Tabla N° 34 Oferta Histórica	51
Tabla N° 35 oferta actual	51
Tabla N° 36 Oferta Proyectada de los sustitutos.....	51
Tabla N° 37 Demanda histórica del helado	52
Tabla N° 38 Demanda Actual	53
Tabla N° 39 Demanda proyectada	53
Tabla N° 40 Demanda proyectada (Microempresa CERENU)	54
Tabla N° 41 Balance Actual.....	54
Tabla N° 42 Distribución de la Planta	56
Tabla N° 43 Macro localización	56
Tabla N° 44 Matriz de localización	58
Tabla N° 45 Características nutritivas	59
Tabla N° 46 Producción de helados de CERENU	60
Tabla N° 47 Producción por año	60
Tabla N° 48 Código de Cercanía	61
Tabla N° 49 Razones de Cercanía.....	61
Tabla N° 50 Matriz triangular	61
Tabla N°51 Distribución	62
Tabla N°52 Administración	62
Tabla N°53 Bodega de limpieza	62
Tabla N°54 Almacenamiento e insumos.....	63
Tabla N°55 Baño.....	63
Tabla N°56 Producción	63
Tabla N°57 Ventas	64
Tabla N° 58 Significado de signos de procesos	65
Tabla 59 Mapa de proceso	66
Tabla N° 60 Cantidad y valor unitario de ingredientes e insumos.....	67
Tabla N° 61 Maquinaria.....	68
Tabla N° 62 activos.....	69
Tabla N° 63 Materia Prima (M.P).....	70
Tabla N° 64 Mano de Obra Directa (M.OD)	71

Tabla N° 65 Cantidad	71
Tabla N° 66 Ingresos Operacionales.....	71
Tabla N° 67 Ingresos proyectados	72
Tabla N° 68 Costos directos.....	72
Tabla N° 69: Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F).....	73
Tabla N° 71 Gastos administrativos.....	73
Tabla N° 71 Material de Aseo.....	73
Tabla N° 72 Suministros de Escritorio	74
Tabla N° 73 Servicios Básicos.....	74
Tabla N° 74 Proyección gastos administrativos	74
Tabla N° 75 Gastos de venta.....	75
Tabla N° 76 Proyección de gasto de ventas	75
Tabla N° 77: Proyección costos anuales	75
Tabla N° 78 Activos Fijos.....	76
Tabla N° 79 Inversión de activos nominales	77
Tabla N° 80 Cuadro de inversiones	78
Tabla N° 81: Amortización del préstamo (5 años)	78
Tabla N° 82: Depreciaciones	80
Tabla N° 83 Estado de situación inicial	81
Tabla N° 84 Estado de resultados proyectado	82
Tabla N° 85: Flujo de caja proyectado.....	83
Tabla N°86: Tasa de descuento.....	84
Tabla N° 87: Valor actual neto	84
Tabla N° 88: Tasa interna de retorno	85
Tabla N° 89: Período de recuperación de la inversión.....	86
Tabla N° 90: Relación costo beneficio	86
Tabla N° 91: Punto de equilibrio	87
Tabla N° 92: Datos Punto de Equilibrio.....	87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Tasa de interés Activa	6
GráficoN° 2 Tasa de interés Pasiva.....	7
GráficoN° 3. Balanza Comercial	9
GráficoN° 4 Importaciones	10
GráficoN° 5 Inflación.....	12
GráficoN° 6 Tasa de desempleo.....	14
Gráfico N° 7 Helados Esquimo.....	21
Gráfico N° 8 Helados Pingüino	21
Gráfico N° 9 Helados Topsy	21
Gráfico N° 10 Helados de Salcedo.	21
Gráfico N° 11Matriz BCG	21
Gráfico N° 12 Organigrama	26
Gráfico N°13 Marketing mix	27
Gráfico N°14 Helado CERENU	28
Gráfico N°15 Ubicación parroquia la Magdalena.....	29
Gráfico N° 16 Tarjeta de Presentacion	30
Gráfico N°17 Hojas Volantes	30
Gráfico N°18 Tríptico	31
Gráfico N° 1 9 Las 15 Fuerzas de Porter	32
Gráfico N° 20 Las Cinco Fuerzas de Porter de la Empresa CERENU	32
Gráfico N° 21 Agrado de los helados	39
Gráfico N° 22 Frecuencia del consumo de helados	40
Gráfico N°23 Aceptación del Helado de Cereal	41
Gráfico N°24 Precio.....	42
Gráfico N°25 Aceptación de la Microempresa en la Magdalena.....	43
Gráfico N° 26 Marcas Preferidas	44
Gráfico N° 27 Lugares de Abastecimiento	45
Gráfico N° 28 Productos Sustitutos	46
Gráfico N° 29 Atracción al Comprar	47
Gráfico N° 30 Cereales de Preferencia	48
Gráfico N° 31 Demanda Histórica	52

Gráfico N° 32 de macro localización.....	57
Gráfico N° 33 Matriz de localización	57
Gráfico N° 34 Administración	62
Gráfico N° 35 Bodega de limpieza	62
Gráfico N° 36 Almacenamiento e insumos.....	63
Gráfico N° 37 Baño.....	63
Gráfico N° 38 Producción.....	63
Gráfico N° 39 Ventas	64
Gráfico N° 40 Esquema de la planta.....	64
Gráfico N° 41 Flujo grama de procesos.....	67
Gráfico N° 42: Punto de Equilibrio	878

RESUMEN

La problemática planteada para el desarrollo de este proyecto tiene como objetivo en brindar al mercado un producto innovador, que es el helado nutritivo a base de cereal el cual está enfocado en la nutrición y salud para todas las personas, principalmente a los niños, jóvenes y adultos. Para aumentar el porcentaje de nutrición a nivel local y nacional, dando a conocer al producto con los más altos estándares de calidad y sanidad e involucrándonos en el cuidado del medio ambiente. El objetivo principal en que se enfocara este proyecto es en la creación de una microempresa que estará dedicada a la elaboración y comercialización de helados nutritivos a base de cereal, los mismos que serán distribuidos en Quito sector sur, que está comprendido en la parroquia la Magdalena mediante la investigación que se realizó y se observó el grado de aceptación del producto, iniciando el desarrollo de la misma.

El proyecto de CRENU que a continuación se presenta, está desarrollado en base a siete capítulos cada uno presenta un enfoque diferente e innovador que contribuirá en el desarrollo socio político y económico del país colaborando con el crecimiento de la matriz productiva. En el primer capítulo se redacta la justificación del tema y los antecedentes que ayudaran para el desarrollo de la investigación. El segundo capítulo abarca el Análisis situacional de la empresa en el que se desarrolla el análisis externo e interno, el entorno local, y realizando la Matriz FODA que ayuda a tener en claro las posibles causales, a que nos vamos a enfrentar, esto beneficiara para desarrollar y poner en marcha el proyecto. En el tercer capítulo se lleva a cabo el estudio de mercado iniciando con el análisis del consumidor determinando la población y muestra que utilizaremos para la investigación, realizando la oferta y la demanda del producto. En el cuarto capítulo se describe el estudio técnico en el cual se observa el funcionamiento y operatividad del proyecto verificando la factibilidad técnica del producto. El quinto capítulo desarrolla el estudio y evaluación financiera en el cual se obtiene la viabilidad y rentabilidad del proyecto. El sexto capítulo se refiere al análisis de los impactos tanto ambiental, social, económico de la empresa. El séptimo capítulo contiene las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

ABSTRACT

The problematic raised for the development of this project has as aim in offering to the market an innovative product, which is the nourishing ice cream based on cereal which is focused in the nutrition and health for all the persons, principally to the children, young men and adults. To increase the percentage of nutrition To local and national level, giving to knowing to the product with the highest standards of quality and health and interfering in the care of the environment. The principal aim in which this project was focused is in the creation of a microcompany that it will be dedicated to the production and marketing of nourishing ice creams based on cereal, the same ones that will be distributed in Quito south sector that the Magdalena is understood in the parish by means of the investigation that was realized and was observed the degree of acceptance of the product, initiating the development of the project.

CRENU's project that later one presents is developed on the basis of seven chapters each one presents a different and innovative approach that there will contribute in the development political and economic associate of the country collaborating with the growth of the productive counterfoil. In the first chapter there are written the justification of the topic and the precedents that were helping for the development of the investigation. The second chapter includes the situational Analysis of the company in the one that develops the external and internal analysis, the local environment, and realizing the Counterfoil FODA that helps to have in clearly the possible grounds, to which we go away to facing, this he was of benefit to develop and to start the project. In the third chapter one takes to end the market research initiating with the analysis of the consumer determining the population and it shows that we will use for the investigation, realizing the offer and the demand of the product. In the fourth chapter there is described the technical study in which is observed the functioning and operability of the project verifying the technical feasibility of the product. The fifth chapter develops the study and financial evaluation in which there is obtained the viability and profitability of the project. The sixth chapter refers to the analysis of the impacts so much environmental, socially, economically of the company. The seventh chapter contains the conclusions and recommendations of the investigation.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

La creación del proyecto está orientada en elaborar un helado de cereal, que brindara satisfacción y nutrición para la salud, enfocándonos a las necesidades de las personas de consumir y encontrar en el mercado un producto que sea nutritivo y que salga de lo común. En el desarrollo de la investigación nos daremos cuenta de la importancia y aceptación que tiene este producto entre los consumidores de la ciudad de Quito barrio la Magdalena sector sur, los helados desde los siglos anteriores, son una golosina muy apetecida por todos, es por eso que el presente sondeo va orientado a buscar la innovación dentro de un mercado que siempre ha sido de consumo masivo.

Luego del análisis realizado y ante la creciente demanda de personas por degustar de los tradicionales helados artesanales y de sentir plena satisfacción nos hemos visto necesario implementar una microempresa que se elaborara el helado a base de cereales se manifestara una buena aceptación en el mercado según las herramientas e instrumentos utilizados en esta investigación.

1.01. Justificación

El estudio de la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados nutritivos a base de cereales que ofrecerá valores nutricionales de diferentes sabores

Lo innovador de nuestro producto se basará en que los helados estarán compuestos de cereales que son una gran fuente de alimentación humana que contienen hidratos de carbono, proteínas, grasas, sales minerales, germen, que es rico en vitaminas, almacenando en su grano una gran cantidad de energía fácilmente asimilable

La empresa se dedicara a la fabricación de un excelente producto de alta calidad contando con proveedores reconocidos en el mercado, con materia orgánica para así satisfacer el gusto y la necesidad del cliente, se cumplirá con los altos estándares

de calidad y sanidad garantizando al cliente la seguridad del producto, nos poseionaremos en el mercado ofreciendo precios económicos y accesibles que estén al alcance de los consumidores para tener una buena acogida en el mercado.

Para validar el aspecto técnico del producto a ofertar se procederá a contratar personal capacitado en elaboración de helados artesanales, que manejen combinaciones nutricionales generando de esta forma la garantía y seguridad en probar nuestro producto.

El proyecto también estará dirigido a los padres que se preocupan por la salud y la nutrición de los niños y que por medio de nuestro producto sientan que están cuidando la alimentación de sus hijos.

Se estará beneficiando a la matriz productiva enmarcada en el crecimiento y desarrollo de la misma ayudando a generar fuentes de empleo; trabajadores, de producción agrícola y a nuestros proveedores. Esto beneficiara al país siendo como un modelo a seguir para los ciudadanos que quieran desarrollarse y crear sus propias fuentes de empleo, demostrando nuestras destrezas y habilidades en el talento como personas artesanales con gran actitud para participar en el crecimiento de nuestra República del Ecuador

1.02. Antecedentes.

La evolución del mercado de las empresas productoras de helados ha ido en crecimiento, en la actualidad la oferta de nuevos productos de sabores diferentes, elaborados con componentes nutricionales, los productos en los que se combinan cereales que aportan valores de vitamina y se hacen cada vez más necesarios,

Se atribuye el invento del helado a los chinos, en aquella época donde se explicaba cómo preparar una masa “mantecada” hecha de arroz muy cocido, leche y especias, que, una vez mezcladas, se colocaban en la nieve para que se solidificaran preparaban también fruta helada (zumo y pulpa mezclados con nieve) . La nieve tenía que ser recolectada en los montes, prensada y transportada en “neveras” o “hileras” bajo tierra (hasta 30 metros) o en cuevas. Se pueden encontrar de esta

estructura en todo el Mediterráneo: En la Grecia antigua la costumbre de consumir hielo mezclado con zumos de fruta y endulzado con miel, se introdujo desde Oriente

Los helados artesanales y se elaboran en pequeñas fábricas, básicamente con procedimientos manuales en su elaboración se emplean únicamente productos frescos y al contrario de los helados industriales, no se utilizan saborizantes artificiales, colorantes, ni conservantes. Tienen mucho aire incorporado y un aspecto muy cremoso. Su precio es considerablemente mayor que el del helado industrial, debido a la calidad y cantidad de los productos empleados, además de su producción a pequeña escala. Hay países donde se ha desarrollado mucho la elaboración del helado artesanal, como Italia, Argentina, Alemania y Japón.

Los principales cereales utilizados en la alimentación humana son el trigo la cebada el arroz el maíz el centeno el mijo y la avena, la producción mundial de cereales es superior a 1600 millones de toneladas; el trigo, el maíz y el arroz componen las tres cuartas partes del total (unos 400 millones de toneladas). Por otro lado, el trigo y el arroz constituyen el alimento básico de las cuatro quintas partes de la población mundial y cerca del 60% de las proteínas consumidas actualmente por la humanidad, provienen de los cereales.

CAPITULO II.

ANÁLISIS SITUACIONAL

2.01. Ambiente externo

El ambiente externo es de gran relevancia y son aquellos elementos ajenos a la organización que influyen de manera directa o indirecta el cumplimiento de objetivos. **(Rosas, 2011)**. El ambiente externo se divide en Microambiente y Macro ambiente, que ayudaran a que la organización funcione correctamente.

Macro entorno: Se refiere a todos aquellos aspectos relacionados con el exterior de la empresa. Estudia elementos que son difíciles o imposibles de controlar, por lo que la organización debe tener conocimiento de ellos para aprovecharlos o en su defecto reducir su impacto. Los Factores Socio Culturales, Factores Tecnológicos, Factores Económicos, Factores Político Legales, y Factores Globales o “Secuencia STEP Global **(Hitt, 2006)**

Micro entorno: Son los aspectos o elementos que están relacionados permanentemente con la empresa y que influyen en las operaciones diarias como en los resultados que serán nuestros clientes, proveedores, competidores, reguladores, son algunos de los elementos que conforman el Micro entorno de una organización **(Rosas, 2011)”**

2.01.01. Factores Económicos

Los cambios económicos pueden generar oportunidades o amenazas para los administradores, cuando la economía pasa por un buen momento, las empresas aprovechan la creciente demanda de productos o servicios para disponer de recursos que les permitan crecer o expandirse. De lo contrario cuando la economía pasa por una crisis, la demanda disminuye aumentando el desempleo y disminuyendo las utilidades. **(Rosas, 2011)**

2.01.01.01. PIB

El producto Interno Bruto (PIB). Mide la riqueza creada en un periodo y su tasa de variación es considerada como el principal indicador de la evolución de la economía de un país. Esto corresponde a la suma del valor agregado bruto de todas las unidades de producción residentes, durante un período determinado, más los otros elementos del PIB conformados por impuestos indirectos sobre productos. (Banco Central del Ecuador, 2011)

Tabla N° 1 Producto Interno Bruto

Período / Industrias	PIB
MILES DE DÓLARES Nominal	
2010	69.555.367
2011	79.779.823
2012	87.498.589
2013	93.746.409
MILES DE DÓLARES Real	
2010	56.481.055
2011	60.882.626
2012	64.009.534
2013	66.879.415
TASAS DE VARIACIÓN ANUAL	
2010	3,5
2011	7,9
2012	5,2
2013	4,6

Autor: B.C.E.

Fuente: Banco Centarl del Ecuador

Tabla N° 2 PIB trimestral

VARIACIONES Trimestres	PIB
2010.I	1,0
2010.II	1,6
2010.III	1,6
2010.IV	3,2
2010	3,5
2011.I	1,1
2011.II	2,6
2011.III	1,5
2011.IV	0,9
2011	7,9
2012.I	1,5
2012.II	1,6
2012.III	0,2
2012.IV	1,0
2012	5,2
2013.I	0,8
2013.II	2,1
2013.III	1,6
2013.IV	0,7
2013	4,6
2014.I	0,5

Autor: B.C.E.

Fuente: Banco Centarl del Ecuador

Analisis:

Mediante la tabla se ha demostrado el porcentaje del Producto Interno Bruto en el 2013 en comparación al 2012. Aunque actualmente no se conocen las cifras del 2014 podemos decir que la producción económica del país aumentado de una manera satisfactoria, obteniendo como modelo a través de los resultados del PIB, la microempresa CERENU aportará un beneficio para el país generando plazas de empleo, y beneficiando al desarrollo sustentable con las ventas de la producción a nivel local y nacional.

2.01.01.02. Tasa de interés

La tasa de interés es el pago estipulado, por encima del valor depositado, que un inversionista debe recibir, por unidad de tiempo determinando, del deudor, a raíz de haber utilizado su dinero durante ese tiempo. **(Jimenez, 2007)** (pág. 142)

2.01.01.03. Tasa de interés Activa

Es la tasa cobrada por los bancos al conceder préstamos a sus clientes por ende la tasa se determina en el momento de contratación dependiendo de varios factores que vienen hacer las características del préstamo, garantía y plazo. **(Jimenez, 2007)**

Tabla N° 3 Tasa de interés Activa

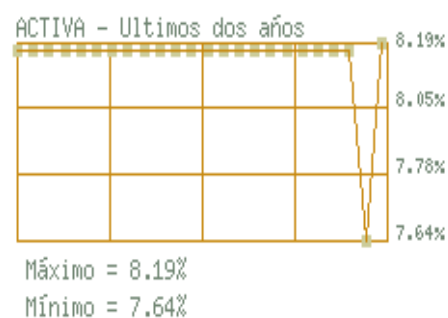
FECHA	VALOR
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiemb-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %

Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: B.C.E.

Análisis:

De acuerdo con la tabla podemos describir que la tasa activa se ha mantenido con un porcentaje del 8.17% lo que demuestra que el monto que cobra la banca por préstamos se mantiene constante a los años anteriores, esto será de gran beneficio para el desarrollo del proyecto que se está realizando en adquirir préstamos para la

Gráfico N° 1 Tasa de interés Activa



Fuente: Banco Central del Ecuador

compra de activos fijos que son de suma importancia para la producción del producto

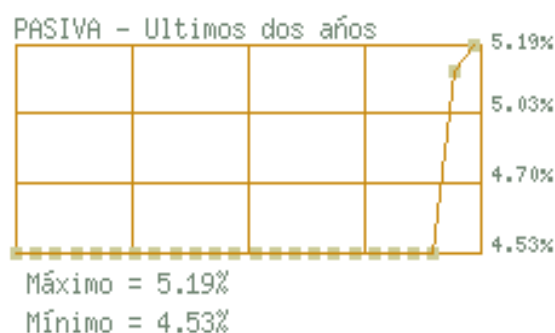
2.01.01.04. Tasa de interés Pasiva

Es el pago o remuneración a los depositantes ya sea personas naturales o jurídicas aquello brindara en pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentará una pérdida (**Banco Central del Ecuador, 2011**)

Tabla N°4 Tasa de interés Pasiva

FECHA	VALOR
Junio-30-2014	5.19%
Mayo-31-2014	5.11%
Abril-30-2014	4.53%
Marzo-31-2014	4.53%
Febrero-28-2014	4.53%
Enero-31-2014	4.53%
Diciembre-31-2013	4.53%
Noviembre-30-2013	4.53%
Octubre-31-2013	4.53%
Septiembre-30-2013	4.53%
Agosto-30-2013	4.53%
Julio-31-2013	4.53%
Junio-30-2013	4.53%
Mayo-31-2013	4.53%
Abril-30-2013	4.53%
Marzo-31-2013	4.53%
Febrero-28-2013	4.53%
Enero-31-2013	4.53%
Diciembre-31-2012	4.53%

GráficoN°2 Tasa de interés Pasiva



Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: B.C.E.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Es impresionante ver los resultados en estos últimos meses que se ha incrementado la tasa de interés pasiva que paga la banca por nuestro dinero que ha aumentado los últimos meses esto se estima que el gobierno está favoreciendo a los bancos el cual nos beneficiara para nuestro proyecto una vez que se ha cumplido las metas propuestas con las ganancias del producto se procederá a ahorrar en el banco

para en un futuro comprar la infraestructura o más activos fijos beneficiando al desarrollo de la microempresa

2.01.01.05. La balanza comercial

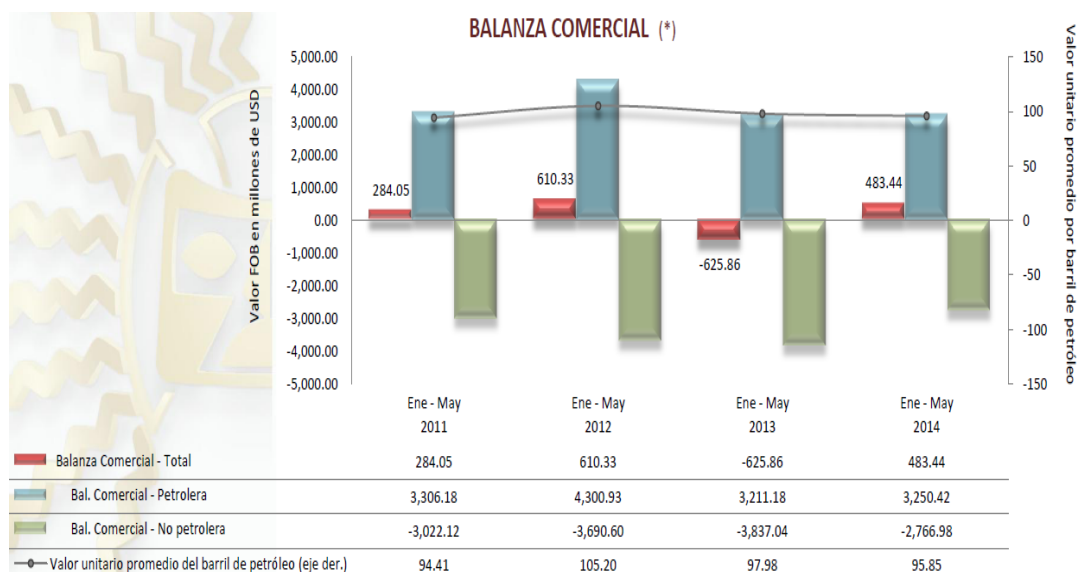
Es el registro que consiste en los pagos y cobros de la mercadería adquirida por el país realizada por las exportaciones e importaciones. Los bienes que tiene el país venden al exterior y los que compra a otros países. El valor de las exportaciones es inferior al de las importaciones, situación que típicamente se presenta en los países en vía de desarrollo (**Banco Central del Ecuador, 2011**)

Tabla N°5 Balanza comercial Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

	Ene - May 2011		Ene - May 2012		Ene - May 2013		Ene - May 2014		Variación 2014 / 2013	
	Valor		Valor		Valor		Valor		Valor	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB
Exportaciones totales	11,609	9,184.81	12,096	10,417.08	11,849	10,204.45	12,574	11,098.87	6.1%	8.8%
<i>Petroleras</i>	7,928	5,310.0	8,539	6,404.9	8,061	5,642.0	8,663	5,949.3	7.5%	5.4%
<i>No petroleras</i>	3,681	3,874.8	3,557	4,012.2	3,787	4,562.5	3,910	5,149.6	3.2%	12.9%
Importaciones totales	5,687	8,900.8	5,756	9,806.7	6,411	10,830.3	7,076	10,615.4	10.4%	-2.0%
<i>Bienes de consumo</i>	497	1,784.5	475	2,015.4	378	1,990.3	466	1,905.9	23.2%	-4.2%
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	n.d.	51.7	n.d.	67.4	1.8	85.2	2.1	103.1	12.3%	21.0%
<i>Materias primas</i>	2,880	2,786.0	3,019	2,970.5	3,443	3,365.9	3,645	3,197.2	5.9%	-5.0%
<i>Bienes de capital</i>	213	2,225.7	225	2,629.6	243	2,906.8	231	2,684.1	-5.0%	-7.7%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	2,094	2,003.9	2,035	2,104.0	2,343	2,430.8	2,731	2,698.9	16.6%	11.0%
<i>Diversos</i>	2.1	16.1	1.9	18.7	2.8	27.7	2.2	19.3	-20.4%	-30.2%
<i>Ajustes (3)</i>		32.8		1		23.6		7.0		-70.4%
Balanza Comercial - Total		284.05		610.33		-625.86		483.44		177.2%
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		3,306.18		4,300.93		3,211.18		3,250.42		1.2%
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		-3,022.12		-3,690.60		-3,837.04		-2,766.98		27.9%

Fuente: Banco Central del Ecuador, SENA, SHE, EP Petroecuador.

GráficoN°3. Balanza Comercial



Fuente: Banco Central del Ecuador, SENA, SHE, EP Petroecuador.

Análisis: Para el año 2013 hubo un incremento de importaciones mayor a las exportaciones lo que esto demuestra exportaciones, el 53,15% corresponden al sector petrolero y el 46,85% al no petrolero de las exportaciones no petroleras alrededor del 80% pertenecen al sector agroindustrial, esto será como un llamado de atención para concientizar sobre el cambio de la misma.

2.01.01.06. Importaciones

Consisten en las compras realizadas por parte de un país en el extranjero, es decir los bienes comprados en el extranjero y consumidos en el país en cuestión, las importaciones restan en la balanza comercial. **(Banco Central del Ecuador, 2011)**

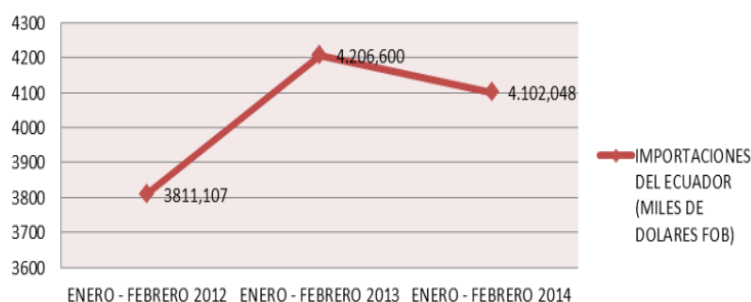
Tabla N°6 Importaciones

	Ene - May 2012				Ene - May 2013				Ene - May 2014				Variación 2014 / 2013	
	Participación		Participación		Participación		Participación		Participación		Participación		Variación 2014 / 2013	
	TM	USD FOB	TM	Valor FOB	TM	USD FOB	TM	Valor FOB	TM	USD FOB	TM	Valor FOB	TM	USD FOB
Totales	5,756	9,806.7	100.0%	100.0%	6,411	10,830.3	100.0%	100.0%	7,076	10,615.4	100.0%	100.0%	10.4%	-2.0%
Bienes de Consumo	475	2,082.8	8.3%	21.2%	378	2,075.5	5.9%	19.2%	466	2,009.0	6.6%	18.9%	23.2%	-3.2%
No duradero	355	1,136.1	6.2%	11.6%	263	1,161.7	4.1%	10.7%	355	1,087.1	5.0%	10.2%	34.8%	-6.4%
Duradero	121	879.3	2.1%	9.0%	113	828.6	1.8%	7.7%	109	818.8	1.5%	7.7%	-3.7%	-1.2%
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)	n.d.	67		0.7%	1.8	85		0.8%	2.1	103		1.0%		21.0%
Materias Primas	3,019	2,970.5	52.4%	30.3%	3,443	3,365.9	53.7%	31.1%	3,645	3,197.2	51.5%	30.1%	5.9%	-5.0%
Para la agricultura	567	364.2	9.9%	3.7%	582	426.4	9.1%	3.9%	725	489.3	10.2%	4.6%	24.6%	14.7%
Para la industria	1,948	2,292.8	33.9%	23.4%	2,169	2,555.7	33.8%	23.6%	2,104	2,351.0	29.7%	22.1%	-3.0%	-8.0%
Materiales de construcción	503	313.5	8.7%	3.2%	693	383.8	10.8%	3.5%	816	356.8	11.5%	3.4%	17.8%	-7.0%
Bienes de Capital	225	2,629.6	3.9%	26.8%	243	2,906.8	3.8%	26.8%	231	2,684.1	3.3%	25.3%	-5.0%	-7.7%
Para la agricultura	6	45.5	0.1%	0.5%	7	48.3	0.1%	0.4%	6	45.0	0.1%	0.4%	-9.6%	-6.8%
Para la industria	122	1,782.5	2.1%	18.2%	131	2,082.6	2.0%	19.2%	123	1,899.4	1.7%	17.9%	-5.7%	-8.8%
Equipos de Transporte	96	801.6	1.7%	8.2%	106	775.9	1.6%	7.2%	102	739.7	1.4%	7.0%	-3.8%	-4.7%
Combustibles y Lubricantes	2,035	2,104.0	35.4%	21.5%	2,343	2,430.8	36.6%	22.4%	2,731	2,698.9	38.6%	25.4%	16.6%	11.0%
Diversos	1.9	18.7	0.03%	0.2%	3	27.7	0.04%	0.3%	2.2	19.3	0.03%	0.2%	-20.4%	-30.2%
Ajustes (3)		1.18		0.00		23.6		0.2%		7.00		0.00		-70.4%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Tamara Cáceres

Gráfico N°4 Importaciones



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Tamara Cáceres

Análisis:

En cuanto a las importaciones de bienes de consumo, estas han tenido un crecimiento moderado del 3% respecto al mismo período del año anterior ya que favorece al país en su desarrollo en ser exportadores de todos nuestros productos. En el año 2013 se constituirán alrededor de los 25,7 mil millones de dólares, un crecimiento del 7% respecto a las del año 2012.”

2.01.01.07. Exportaciones

Son los bienes producidos en un país que venden y consumen por el resto de países, las exportaciones suman dentro de la balanza comercial. Lo que es muy

importante para el gobierno en su beneficio de los aranceles que facilitan en el desarrollo del mismo (**Banco Central del Ecuador, 2011**)

Tabla N° 7 Exportaciones

	Ene - May 2012					Ene - May 2013					Ene - May 2014				
	a	b	b/a	Partic.		a	b	b/a	Partic.		a	b	b/a	Partic.	
	TM	USD FOB	Valor unitario	en valor		TM	USD FOB	Valor unitario	en valor		TM	USD FOB	Valor unitario	en valor	
Exportaciones Totales	12,096	10,417.1				11,849	10,204.5				12,574	11,098.9			
Petroleras	8,539	6,404.9	104.3	100.0%		8,061	5,642.0	97.6	100.0%		8,663	5,949.3	95.8	100.0%	
Crudo	7,770	5,844.4	105.2	91.2%		7,741	5,423.1	98.0	96.1%		8,384	5,745.7	95.9	96.6%	
EP Petroecuador	6,813	5,136.4	105.4	80.2%		6,844	4,808.7	98.3	85.2%		7,467	5,127.3	96.0	86.2%	
Crudo Oriente	4,403	3,354.3	106.5	52.4%		4,912	3,492.0	99.4	61.9%		4,707	3,275.7	97.3	55.1%	
Crudo Napo	2,409	1,782.1	103.4	27.8%		1,932	1,316.7	95.3	23.3%		2,759	1,851.6	93.9	31.1%	
SH Tarifa Clas. Priv. Prest. Servicio ⁽²⁾	957	708.0	103.4	11.1%		897	614.3	95.7	10.9%		917	618.4	94.3	10.4%	
Compañías privadas Ctto. Participación	-	-	-	-		-	-	-	-		-	-	-	-	
Derivados	769	560.5	95.4	8.8%		320	218.9	89.5	3.9%		280	203.6	95.2	3.4%	
No Petroleras	3,557	4,012.2		100.0%		3,787	4,562.5		100.0%		3,910	5,149.6		100.0%	
Tradicionales	2,622	1,908.5		47.6%		2,722	2,127.4		46.6%		2,869	2,666.8		51.8%	
Banano y Plátano	2,410	964.3	400.1	24.0%		2,499	1,072.1	428.9	23.5%		2,617	1,124.3	429.7	21.8%	
Camarón	85	525.5	6,165.5	13.1%		91	639.7	7,008.9	14.0%		118	1,097.0	9,268.4	21.3%	
Cacao y elaborados	73	188.1	2,560.4	4.7%		82	197.2	2,393.4	4.3%		82	245.5	3,003.1	4.8%	
Atún y pescado	35	140.7	4,048.8	3.5%		33	124.9	3,827.9	2.7%		40	128.7	3,238.8	2.5%	
Café y elaborados	19	89.9	4,836.6	2.2%		16	93.4	5,757.4	2.0%		13	71.3	5,445.3	1.4%	
No Tradicionales	934	2,103.7		52.4%		1,065	2,435.1		53.4%		1,041	2,482.8		48.2%	
Flores Naturales	55	354.9	6,479.1	8.8%		68	395.3	5,837.4	8.7%		67	344.3	5,163.7	6.7%	
Enlatados de pescado	89	407.3	4,551.4	10.2%		114	586.7	5,158.6	12.9%		108	505.2	4,669.5	9.8%	
Productos mineros	13	130.9	10,206.0	3.3%		55	249.9	4,554.3	5.5%		79	462.1	5,851.6	9.0%	
Extractos y aceites vegetales	102	127.5	1,244.3	3.2%		146	147.3	1,007.0	3.2%		141	147.1	1,045.1	2.9%	
Otras Manufacturas de metal	40	148.5	3,695.1	3.7%		41	151.9	3,715.0	3.3%		41	137.9	3,366.1	2.7%	
Químicos y fármacos	33	133.0	4,045.9	3.3%		54	76.5	1,426.3	1.7%		29	65.7	2,249.7	1.3%	
Jugos y conservas de frutas	26	54.4	2,080.5	1.4%		24	55.3	2,301.5	1.2%		26	77.1	2,963.3	1.5%	
Madera	95	60.7	638.3	1.5%		114	67.8	592.4	1.5%		152	82.9	544.7	1.6%	
Manuf. de cuero, plástico y caucho	23	82.6	3,606.6	2.1%		25	86.3	3,412.2	1.9%		28	93.9	3,325.8	1.8%	
Vehículos	9	110.1	12,246.2	2.7%		13	102.9	7,723.1	2.3%		5	65.3	13,065.5	1.3%	
Elaborados de banano	53	36.6	692.6	0.9%		51	38.1	752.4	0.8%		72	50.5	704.2	1.0%	
Otras manuf. textiles	10	41.4	4,206.9	1.0%		10	43.1	4,121.7	0.9%		11	43.3	4,051.3	0.8%	
Manuf. de papel y cartón	22	25.0	1,160.6	0.6%		26	23.9	929.3	0.5%		34	33.0	981.2	0.6%	
Harina de pescado	31	32.4	1,035.1	0.8%		38	58.2	1,550.6	1.3%		28	35.7	1,296.7	0.7%	
Maderas terciadas y prensadas	72	27.0	375.8	0.7%		78	24.3	310.9	0.5%		27	18.3	666.3	0.4%	
Fruta	61	23.3	382.2	0.6%		35	16.0	459.4	0.4%		28	15.2	548.8	0.3%	
Tabaco en rama	2	19.4	11,991.5	0.5%		1	20.7	13,906.9	0.5%		1	22.2	18,764.1	0.4%	
Otros elaborados del mar	5	8.7	1,609.1	0.2%		11	19.5	1,819.8	0.4%		8	11.3	1,444.4	0.2%	
Prendas de vestir de fibras textiles	1	8.1	12,906.1	0.2%		1	8.3	13,978.5	0.2%		1	9.4	14,116.6	0.2%	
Abacá	5	7.8	1,532.5	0.2%		4	6.1	1,520.0	0.1%		3	5.2	1,515.9	0.1%	
Otros	188	264.2		6.6%		157	256.9		5.6%		153	257.3		5.0%	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Tamara Cáceres

Análisis: En la mayor parte de los productos que se exporta de Ecuador podrán seguir ingresando a la Unión Europea gracias a que continuará beneficiando al país con el Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias. Así, la oferta exportable de Ecuador continuará con aranceles preferenciales entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de este año.

Déficit: Es cuando las empresas o personas naturales importan de otros países más mercadería de lo que se exporta, esto perjudica al país, se visualiza como perdida por que no somos emprendedores y generadores de empleo (**Banco Central del Ecuador, 2011**)

Superávit: Cuando un país es muy desarrollado y emprendedor y obtiene sus exportaciones más que importaciones, es de gran beneficio para el país porque tiene empresas emprendedoras el cual nos beneficia a la balanza comercial (**Banco Central del Ecuador, 2011**) y nuestro producto estará enfocado a la exportación favoreciendo y aportando para el crecimiento de la misma

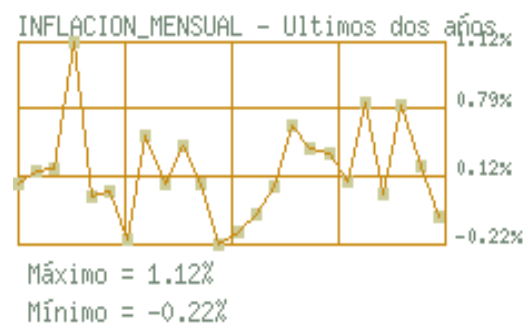
2.01.01.08. Inflación

Es el aumento de precios de bienes y servicios en un periodo de tiempo que se da por el aumento de la materia prima el cual su productor tendrá que aumentar su precio de producto, pero los más destacables son la inflación de demanda y la inflación de costes (**Banco Central del Ecuador, 2011**)

GráficoN°5 Inflación

Tabla N° 8 Inflación.

FECHA	VALOR
Mayo-31-2014	-0.04 %
Abril-30-2014	0.30 %
Marzo-31-2014	0.70 %
Febrero-28-2014	0.11 %
Enero-31-2014	0.72 %
Diciembre-31-2013	0.20 %
Noviembre-30-2013	0.39 %
Octubre-31-2013	0.41 %
Septiembre-30-2013	0.57 %
Agosto-31-2013	0.17 %
Julio-31-2013	-0.02 %



Fuente: Banco Central del Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Lo que demuestra que en el año 2014 ha incrementado su inflación, esta es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares el cual demuestra una desventaja para nuestro proyecto que se está iniciando, nos perjudicaría en aumentar el precio para no tener perdida, como estrategia se buscaría proveedores que nos faciliten la materia prima con un bajo costo y buena calidad.

2.01.02. Factores sociales

Los factores sociales son aquellos sucesos que afectan a los seres humanos ya sea en el lugar del mercado en que se encuentren mediante sus deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad. (Díez, García, Martín, & Periañez, 2001)

2.01.02.01. Población económicamente activa .PEA

Es la población económicamente activa y está conformada por las personas que se han integrado al ámbito laboral, que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, y que se encuentran ejerciendo o buscando algún puesto de trabajo en la actualidad. El ciudadano que debe empezar sus labores es a la edad de los 16 hasta los 65 años que varía según la legislación en cada época y lugar mayores de 14 o 18 en otros casos de distintas edades de jubilación (Banco Central del Ecuador, 2011)

2.01.02.02. Tasa de empleo

Se conoce como tasa de empleo a la razón entre la población ocupada y la población económicamente activa y que está en condiciones de formar parte del mercado laboral por ende permite indicar qué porcentaje de trabajadores tienen efectivamente empleo. Como se puede ver que la tasa de empleo de un país es del 84%, quiere decir que 84 de cada 100 personas económicamente activas tienen empleo. (Banco Central del Ecuador, 2011)

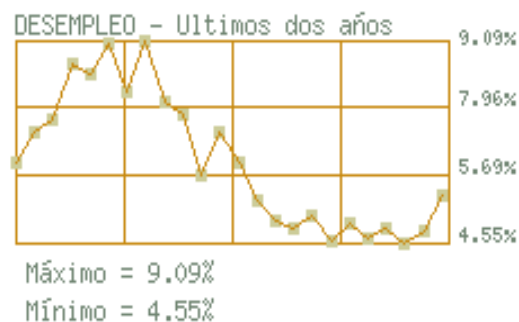
2.01.02.03. Tasa de desempleo

Expresa el nivel de desocupación entre la población económicamente activa, la Población de 15 años en adelante que no está trabajando y busca trabajo por la escases de empresas productoras (Banco Central del Ecuador, 2011), nosotros como microempresa brindaremos fuentes de empleo para el ciudadano que se encuentre desempleado y pueda obtener sus ingresos para ser sustento de su familia

Tabla N° 9 Tasa de Desempleo

FECHA	VALOR
Marzo-31-2014	5.60 %
Diciembre-31-2013	4.86 %
Septiembre-30-2013	4.55 %
Junio-30-2013	4.89 %
Marzo-31-2013	4.64 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %
Septiembre-30-2011	5.52 %
Junio-30-2011	6.36 %

GráficoN°6 Tasa de



Fuente: Banco Central del Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

De acuerdo a este gráfico se demuestra que en este año 2014, en Quito se advierte que el desempleo alcanza el 4,2%; mientras en Guayaquil llega al 5,7%; en tanto, que en Cuenca es del 4,1%; en Machala, el 4,9% y en Ambato, el 4,8%. Esto viene a ser una preocupación para todos los ciudadanos en no poseer un trabajo digno para el sustento de su familia, mi proyecto será un apoyo para el país en brindar fuentes de empleo tanto a trabajadores como a proveedores y los que vamos a comercializar para ir disminuyendo la tasa de desempleo

2.01.02.04. Canasta básica

Es el conjunto de bienes y servicios indispensables para que una persona o una familia pueda cubrir sus necesidades básicas a partir de su ingreso, que tiene todos los productos necesarios para poder tener una vida sana y saludable, nuestro producto obtendrá esta satisfacción alimenticia lo que se implementara un ingreso

más en la canasta básica que es muy importante recordar que la canasta básica es un elemento fundamental para la alimentación de todo ser humano ya que sin ella no podríamos tener una vida digna y saludable, la Canasta Familiar Básica se encuentra ubicada en 628,27\$ inflación de enero en 0.72%. Las canastas se elaboran en relación a una familia de cuatro miembros con 1,6 perceptores de la remuneración básica unificada ((INEN)), el producto que vamos a elaborar será un implemento más para la canasta básica ya que será nutritivo y saludable, con los ingredientes contenidos que son a base de cereales.

2.01.03. Factor legal

El poder político está dominado por un sistema de partidos políticos, organizaciones empresariales y sindicatos. Estas fuerzas y otras circundantes pueden lograr la imposición de una ideología o creencias dominantes, las capacidades de los gobernantes para dictar normas, leyes y reglamentos que pueden tener a veces una incidencia vaga y otras muy constructivas por eso es muy importante cumplir con las siguientes obligaciones. (Díez, Garcia, Martín, & Periañez, 2001)

Registro sanitarios para productos empacados

- Cumplimientos de requisitos de NTE INEN 0706: 2005 helados requisitos
- Permiso de funcionamiento de planta por parte de Ministerio de Salud Publica
- RUC y declaraciones tributarias
- Permiso y patentes municipales

2.01.03.01. Creación de una empresa

Para crear una empresa lo primero que se debe tener es la idea y la convicción de querer ser un empresario emprendedor, y una persona que va aportar a nuestro país, saber que es un proceso duro y lleno de permanentes retos. Posteriormente a la idea, hay que desarrollar la misma en un plan de negocios, el cual es el documento central que se convierte en el manual de operaciones de nuestra organización, debemos realizar un trabajo serio en esta etapa previa, hacer una detallada investigación de mercado, diseñar la estructura administrativa, evaluar y analizar

financieramente el proyecto, entre otras áreas vitales de la empresa. Se debe tener muy en cuenta los requisitos importantes que son para iniciar estos son: la patente, el permiso de funcionamiento, RUC y permiso de salubridad.

Al tener la idea plasmada procedemos a elegir qué tipo de sociedad vamos a constituir ya que esta determina los pasos siguientes de registro y matrícula, teniendo en cuenta que se debe revisar el propósito de nuestra empresa, el número de socios, el grado de obligación y responsabilidad a asumir. Y se inicia con estas sociedades a continuación.

2.01.03.02. Sociedad

Es un contrato suscrito entre dos o más personas que realizan sus aportes en dinero, especie o trabajo: con el objetivo de formar una persona jurídica diferente a cada uno de sus integrantes, cuyo fin es repartir las utilidades obtenidas con la actividad de la empresa. (Flórez, 2012)

2.01.03.03. Sociedad Anónima (s.a.)

Se caracteriza por pertenecer a sus accionistas, que deben ser al menos dos y su responsabilidad está limitada a los aportes realizados. La sociedad anónima puede o no cotizar en la bolsa y debe tener un mínimo de 500 accionistas. (Flórez, 2012)

2.01.03.04. Sociedad limitada (Ltda.)

Se constituye mediante escritura pública entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responden con sus respectivos aportes, en algunos casos según el código de Comercio se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria, para alguno de los socios (Barreira, 2001), por ende se elige esta sociedad limitada que va de la mano, para poder iniciar con la factibilidad del proyecto.

2.01.03.05. RUC (registro único de contribuyentes)

Esto corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales

deban pagar impuestos. El número de registro está compuesto por trece números que se suman en la cedula y su composición varía según el Tipo de Contribuyente. El cual registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica (Flórez, 2012)

Para obtener el RUC se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Documento original del registro de la sociedad
- Copias de planillas en las que aparezca la dirección donde funcionara la compañía
- Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del presente legal
- Carta autorizada a la persona que va a realizar el trámite

2.01.03.06. El RISE. Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano

Es un sistema impositivo cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos de un determinado sector de contribuyentes. Es de gran beneficio ya que no necesita hacer declaraciones, por lo tanto se evita los costos por compra de formularios y contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de los mismos, también se evita que le hagan retenciones de impuestos, Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta. (SRI, 2011)

Requisitos para sacar el RISE;

- Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía
- Presentar el último certificado de votación
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz, teléfono, contrato de arrendamiento, comprobante de pago del impuesto predial, estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).

2.01.03.07. Permiso de funcionamiento

El Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario que constan en el Acuerdo ministerial N°4712 que son competencia de la ARCSA se solicita los siguientes requisitos, para restaurantes,

bares, cafetería, heladería, etc. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; o LUAE en el caso de establecimientos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito. (SRI, 2011)

Requisitos:

- Copia de la patente municipal
- Informe de inspección
- Copia de la cedula de identidad del presente o copropietario
- Copia de RUC

Afiliación al IESS: Para proceder a iniciar con el requisito que es de suma importancia para los trabajadores que tendremos para el respectivo proyecto se va a realizar los siguientes ítems

- Copia de cedula de identidad y papeleta de votación del patrono y del empleado a color
- Copia del contrato de trabajo debidamente legalizado en el ministerio de Relaciones Laborables
- Copia del comprobante del último pago de agua luz teléfono del patrono
- RUC

2.01.03.08. LUAE. Licencia única de actividades económicas

Es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito, que mediante la Ordenanza Nro.308, establece el régimen administrativo para la obtención de las Licencias Metropolitanas y en particular de la Licencia única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el Distrito Metropolitano de Quito. (GADMUR, 2013)

2.01.03.09. Permiso sanitario

Es un registro que se toma de algún proceso realizado en relación a la salud que deba ser documentado para llevar un control, a modo de satisfacer los requerimientos de "salubridad" de un determinante público o privado en relación a los individuos afectados en esa situación. Para el respectivo proyecto se va a utilizar el mismo

registro sanitario para todos los cereales para la elaboración **(captur, 2010)**. Para el presente proyecto se va a utilizar el mismo registro sanitario para todos los cereales.

2.01.04. Factor tecnológico

Comprende el nivel de los avances científicos y tecnológicos en la sociedad, incluyendo la base física (plantas, equipo, servicios) y la base tecnológica de conocimientos, es necesario que se actualice constantemente el factor tecnológico e ir evolucionando y cambiando la máquina, brindando siempre un producto de calidad e innovador, con ello vamos a obtener las máquinas y equipos que facilitaran para la producción del producto. **((Rodríguez))** Este factor es importante ya que por medio de la tecnología se obtendrá un producto de calidad y eficiente, creciendo en la mejora continúa.

2.02. Entorno Local

2.02.01. Clientes

Los clientes son de gran importancia ya que ellos son los que van a adquirir preferir y divulgar el producto mediante la satisfacción de sus necesidades. Siendo la parte fundamental para el desarrollo y crecimiento de la empresa. Los clientes tienen necesidades que la empresa o el vendedor debe satisfacer. Estas necesidades generan en el individuo una serie de expectativas con respecto al producto o servicio. Si las necesidades no son satisfechas, es muy probable que el cliente deje de comprar en aquel sitio o, más específicamente, el producto en cuestión.

Mientras tanto nuestros clientes potenciales serán todos los ciudadanos de la población que está comprendida entre 1 a 64 años del Sector Sur de la Parroquia la Magdalena del Distrito Metropolitano de Quito

2.02.02. El Proveedor

Son empresas que nos proveen y facilitan la materia prima e insumos que cumplan con un precio accesible y una excelente calidad para la elaboración del producto. Para el proyecto de helados artesanales a base de cereales se estima que los proveedores serán:

Tabla N° 10 Proveedores de insumos

NOMBRE	PRODUCTO	DIRECCIÓN
VITA LECHE	Leche y crema de leche	Pedro Pinto 610 y Av. Napo Quito-Ecuador Teléfono: 02-2651880
PROFRUTEC	Pulpa de fruta	Av. de la Prensa N63-55 y A. Bastidas (Cotocollao) Teléfono: (593) (2) 2591974
CEREALES ANDINOS	Cereales	Calle Bretheren e Ingahuayco, Sector llano grande parroquia calderón. Teléfono: 2012585
FESTA, S.A	Paletas	Calle Los Cisnes No. 100 y Vía al Tingo, Km. 1 ½. Quito Ecuador, Sudamérica. Teléfonos: (2593-234)
ECOPUBLI	Empaques plásticos	Ciudadela el Recreo Joaquín Gutiérrez E2-35 y José Peralta Teléfono: (02)3 113 528
INSHEL S.A.	Saborizantes, grajeas y jaleas	Teléfono: 3603-0544 volcán villa rica # 5800 MEMA400613QW2

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: Marco Torres

2.02.03. Competidores

Empresas que elaboran el mismo producto compitiendo con calidad y precio que podrían llevarse nuestros clientes, perjudicando a la empresa, el cual posee de habilidad, recurso, conocimiento, atributos etc., de que dispone una empresa, de la que carecen sus competidores y que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a estos.

Nuestros competidores serán:

Gráfico N°7 Helados Eskimo



Gráfico N° 8 Helados Pingüino



Gráfico N°9 Helados Topsy



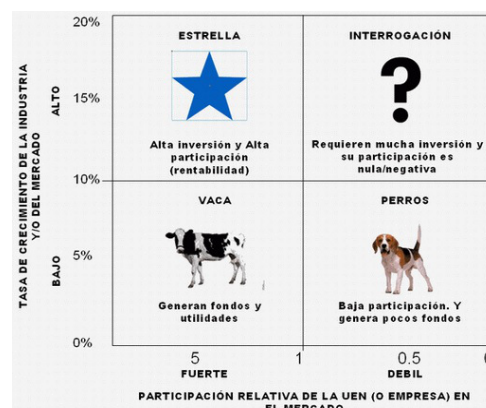
Gráfico N°10 Helados de Salcedo.



2.02.03.01. Matriz BCG

La matriz BCG es un modelo gráfico de estudios estratégicos de una empresa, el cual fue desarrollado en los años 1970 por Boston Consulting Group para examinar en el mercado por medio de una matriz que enlaza la tasa de incremento que tenga el mercado y el porcentaje representativo que ocupen los productos de la empresa en relación con los demás. (Batalla, 2013)

Gráfico N° 11 Matriz BCG



Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: Marco Torres

TABLA N°11 Matriz BCG de la microempresa

PE	P?
(producto estrella)	(producto incógnita)
Helado Pingüino	Helado Topsy
PVL	PH
(producto vaca lechera)	(producto hueso)
Helado Salcedo	Helado de Coqueiros

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Marco Torres

Tabla N°12 Precios de la competencia en el mercado

MARCA	PRECIOS
PINGÜINO (POLITO)	0,25
TOPSY (TOPSY CHOC)	0,25
SALCEDO	0,60
COQUEIROS	0,85

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Marco Torres

2.03. Análisis interno.

2.03.01. Propuesta estratégica

Es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo. La propuesta que se planteara para la elaboración del proyecto es en crear un helado a base de cereal preocupándonos en la salud y nutrición de los habitantes del sector la Magdalena hemos escogido como estrategia el helado ya que es de consumo diario, por ende se lo incrementa cereales de arroz y avena como un valor agregado enfocándonos más para los niños que necesitan mejor nutrición.

2.03.01.01. Nombre de la empresa

El nombre de la empresa se ha tomado en consideración con la importancia de los cereales el cual se llamara CERENU (cereales nutritivos)

2.03.01.02. Eslogan

CON CERENU DIVIÉRTETE Y DISFRUTA LA DELICIA DEL CEREAL

2.03.01.03. Logotipo:



2.03.01.04. Logo símbolo



2.03.01.05. Misión

Es ofrecer al consumidor deliciosos y satisfactorios helados de diferentes sabores de cereales con las excelentes condiciones óptimas de calidad Inocuidad y precio accesible, para de esta manera asegurar la satisfacción y nutrición del consumidor, proporcionando fuentes de trabajo a la sociedad.

2.03.01.06. Visión

Implantarnos en el mercado y a ser líderes en la producción y comercialización de helados nutritivos, satisfaciendo las necesidades y exigencias del consumidor garantizando su gusto y nutrición, siendo responsables con nuestro entorno mediante nuestros principios y valores institucionales estableceremos como una marca reconocida en el mercado lo que nos permitirá obtener una rentabilidad aceptable para el bienestar de los colaboradores y el propietario de la unidad de producción.

2.03.02. Objetivos

2.03.02.01. Objetivo General

Ejecutar un estudio de mercado para la creación de una microempresa que se dedique a elaborar y a comercializar helados nutritivos a base de cereales en la provincia de Pichincha cantón Quito sector la Magdalena

2.03.02.02. Objetivo específico

- Realizar un estudio financiero para determinar la rentabilidad de la empresa
- Ejecutar el proceso de elaboración cumpliendo con los más altos estándares de calidad y sanidad para el producto.
- Desempeñar un estudio de los costos de la materia prima, maquinaria y complementos que se utilizarán para la elaboración de los helados y así saber el capital se necesita.
- Ser generadores de fuentes de empleos enfocarnos en mejorar la salud de los habitantes.

2.03.02.03. Principios y valores

Nuestros principios

- **Calidad:** Máxima calidad en los productos en todas las fases de producción, selección y empaque, desde el momento en que se compran los ingredientes hasta que el helado sea vendido.
- **Limpieza:** Los helados serán preparados cumpliendo todas las normas de limpieza e higiene tanto en la producción como en las instalaciones.
- **Relaciones con nuestros clientes:** Promovemos relaciones de confianza en el largo plazo con nuestros clientes, ofreciendo productos de calidad, innovadores, sustentables y servicios de excelencia.

Nuestros valores

- La responsabilidad social de esta microempresa se fundamenta en unos valores que se manifiestan en cada actividad, tanto en el trabajo con los proveedores,

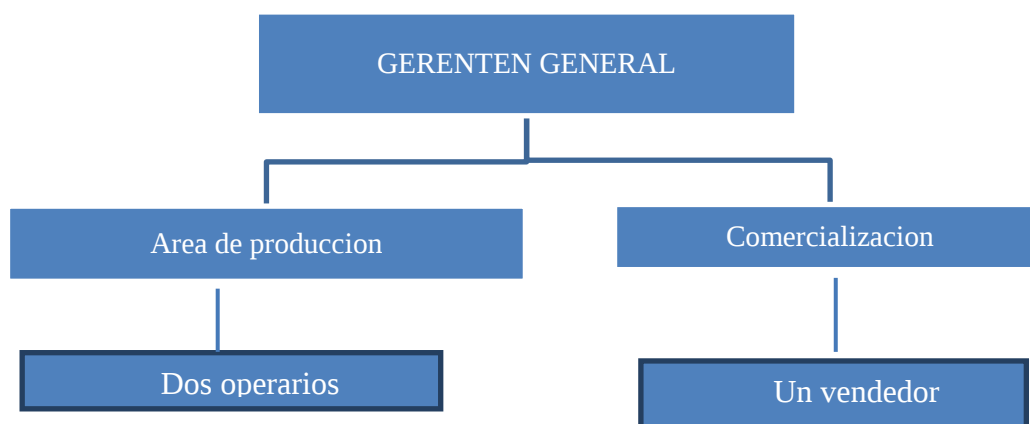
como en el desarrollo profesional de los empleados o en la forma de contribuir a las comunidades donde opera.

- **Honestidad:** Actuamos con la debida transparencia entendiendo que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular para alcanzar los propósitos misionales.
- **Convivencia:** Mantenemos la disposición al diálogo en la interacción cotidiana como punto de partida de la solución de conflictos.
- **Respeto:** Comprendemos y aceptamos la condición inherente a las personas, como seres humanos con deberes y derechos, en un constante proceso de mejora espiritual y material.
- **Solidaridad:** Actuamos siempre con la disposición a ayudar a los compañeros cuando necesiten de apoyo, regidos por la cooperación para lograr los objetivos propuestos por la empresa.
- **Justicia:** Brindamos a cada ser humano lo que le corresponde de conformidad con sus méritos y los derechos que le asisten.
- **Pertenencia:** Realizamos nuestro proyecto de vida compatible con el proyecto laboral, manteniendo el deseo y la motivación de aportar al desarrollo institucional mediante nuestra capacidad intelectual y física.
- **Tolerancia:** Valoramos a los demás por lo que son y aceptamos con respeto lo distinto, lo diferente y lo que no es igual a nosotros.
- **Publicidad:** Es darnos a conocer mediante la publicidad, demostrando nuestra imagen y presentación, así garantizaremos que se está consumiendo un producto de calidad.

2.03.03. Gestión Administrativa

La ordenanza del presente proyecto está detallado de acuerdo al siguiente organigrama lo que consiste en determinar las tareas a realizar de cada trabajador, lo que hay hacer quien las va hacer quien va a rinde cuentas a quien y donde se toman las decisiones para el presente de la misma.

Gráfico N° 12 Organigrama



Fuente: investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

Gerente general

- El gerente general de la empresa tiene la mayor responsabilidad dentro de la misma y es el encargado de tomar las decisiones más importantes, Controla y dirige las actividades generales y medulares de la empresa.
- Establece objetivos, políticas y planes globales junto con los niveles jerárquicos altos (con los jefes de cada departamento)
- Es el representante de la empresa, es decir, vigila el buen funcionamiento. prueba los procedimientos de las compras (es decir, la materia prima, la calidad del producto y el precio adecuado)
- Realiza evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los departamentos, busca mecanismos de capitalización (es decir que se concreten nuestras ganancias, compras ventas e inversiones para obtener mejor capital).

2.03.04. Gestión operativa

Operarios (2): Lleva a cabo la elaboración del producto con la experiencia y capacitación adquirida por sus jefes inmediatos, por ende es la persona encargada en que el producto que ese elabora cumpla con sus altos estándares de calidad y sanidad el cual sea consumido por sus clientes y cumpla con su agrado

- Analiza los componentes de la materia prima para obtener un producto de calidad.
- Realiza el control de calidad del producto.

2.03.05. Gestión comercial

La Gestión Comercial es una de las actividades más importantes para la promoción de cualquier producto, se obtiene contacto entre fabricante y consumidor, final se hace prácticamente imposible sin un departamento comercial entre medio porque sabemos que es necesario tener registradas todas las acciones comerciales, obtener listados y explotar datos (Flórez, 2012)

2.03.05.01. Marketing Mix

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción, el objetivo es aplicar este análisis y dar a conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior, esta estrategia es también conocida como las "4Ps", se conoce como: price (precio), product (producto), place (distribución) y promotion (promoción). (MADIA DE SOUZA, 1995)

Gráfico N°13 Marketing mix



Fuente: investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

2.03.05.02. Producto

El helado de cereal brindara una satisfacción nutritiva a los clientes potenciales lo que determinara una necesidad complementaria para la nutrición de todas las edades, de preferencia estará más enfocada en los niños porque será presentado en un solo producto que es el helado y se lo ve como una golosina nutritiva sobre todo es saludable, por ende se ofrecerá dos sabores que son de avena y arroz. Su presentación será: en paleta con funda plástica y un diseño llamativo que especifica los componentes,

Tabla N°13 Características del produc

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS	
Tamaño	mediano
Peso	85ml
Textura	Cremoso
Durabilidad	3 meses

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

Gráfico N°14 Helado CERENU



Elaborado por: Marco Torres

2.03.05.03. Precio

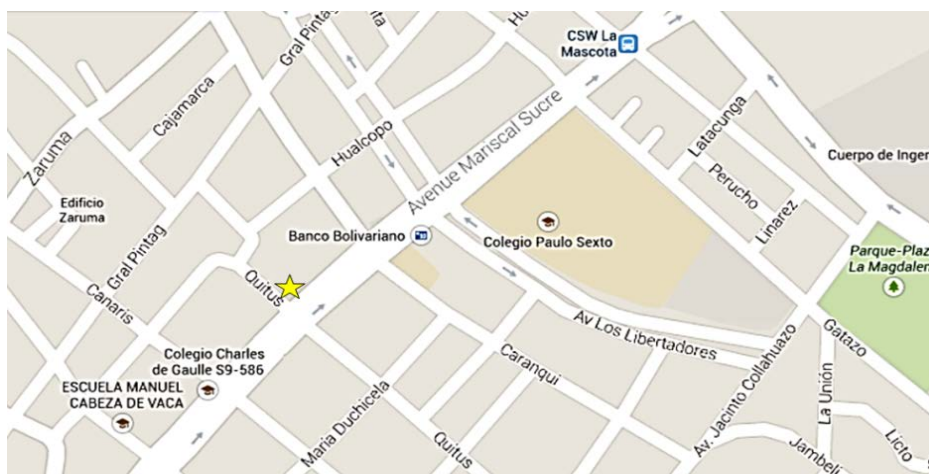
En esta variable se establece la información sobre el precio del producto en que la microempresa lo ofrecerá a los clientes potenciales, esto es de suma importancia ya que es un modelo de estrategia comercial en el que se determinara la rentabilidad del proyecto obteniendo el nivel de ingresos necesario, se ha obtenido este precio por medio de los cálculos financieros que reflejo se detalla en la siguiente tabla.

- Ventas (Ingresos totales): 83.116,93
- Precio de venta: 0,70
- Costos fijos: 23.176,67
- Costos variables: 37.118,46
- Costo variable por unidad: 0,50

2.03.05.04. Plaza.

Las instalaciones de la microempresa CERENU estarán ubicadas en la parroquia la Magdalena que es un lugar estratégico por su comercialización y porque existe un alto nivel de establecimientos educativos, en esta variable se analizan los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Su distribución será en el local, también lo realizaremos por medio de un carro pequeño que llevara el producto a los locales comerciales donde se lo distribuirá para su venta

Gráfico N°15 Ubicación parroquia la Magdalena



Fuente: Mapas de Google

2.03.05.05. Promoción

La promoción del producto se analiza por todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer y aumentar sus ventas por medio del público, cabe recalcar que es un conjunto de estrategias que se usaran para impulsar los productos de la microempresa.

2.03.05.06. Venta personal

Su venta será realizada en el local por medio de una persona con experiencia, también se distribuirá por medio de un carro pequeño que transportara el producto a su lugar de destino

2.03.05.07. Promoción de ventas

Por el momento no contaremos con promoción en helados individuales pero si realizara descuentos por la compra de 100 helados de cereal que se dará 10 helados adicionales por la adquisición al por mayor

2.03.05.08. Publicidad

Esto será muy esencial para dar a conocer el producto que se va a elaborar, que refleja una estrategia importante para incrementar las ventas, se va a utilizar trípticos tarjetas de presentación gigantografías y hojas volantes

Gráfico N° 16 Tarjeta de Presentacion



Elaborado por: Marco Torres

Gráfico N°17 Hojas Volantes



Elaborado por: Marco Torres

Gráfico N°18 Tríptico

Misión

Será ofrecer al consumidor deliciosos y satisfactorios helados de diferentes diseños y sabores de cereales con las excelentes condiciones óptimas de calidad inocuidad y precio accesible para de esta manera asegurar la satisfacción y nutrición propietario de la unidad de producción del consumidor, y proporcionando fuentes de trabajo a la sociedad



Visión

Llegar a ser líder en el mercado en la producción y comercialización de helados nutritivos a base de cereales, satisfaciendo con las necesidades y exigencias del consumidor garantizando su gusto y nutrición llegando a sus familias siendo responsables con nuestro entorno mediante nuestros principios y valores institucionales estableceremos como una marca reconocida en el mercado lo que nos permitirá obtener una rentabilidad aceptable para el bienestar de los colaboradores y el propietario de la unidad de producción

OBJETIVO GENERAL

Ejecutar un estudio de mercado para la creación de una micro empresa que se dedique a elaborar y a comercializar helados nutritivos a base de cereales en la provincia de Pichincha cantón Quito sector la Magdalena

Objetivo específico

- ⇒ Realizar un estudio financiero para determinar la rentabilidad de la empresa
- ⇒ Ejecutar el proceso de elaboración cumpliendo con los estándares de sanidad garantizando la calidad del producto.
- ⇒ Desempeñar un estudio de los costos de la materia prima, maquinaria y complementos que se utilizarán para la elaboración de los helados y así saber con cuanto capital se necesita
- ⇒ Ser generadores de fuentes de empleos
- ⇒ Enfocarnos en mejorar la salud de los habitantes

PRINCIPIOS Y VALORES

Nuestros principios

Calidad: Máxima calidad y seguridad en los productos que se verifica a lo largo de todas las fases de producción y selección de productos, desde los ingredientes hasta la preparación en el restaurante.

Limpieza: Los helados serán preparados cumpliendo todas las normas de limpieza e higiene tanto en la producción como en las instalaciones.

Relaciones con nuestros clientes: Promovemos relaciones de confianza en el largo plazo con nuestros clientes, ofreciendo productos de calidad, innovadores y sustentables y servicios de excelencia.

Relaciones con nuestros colaboradores: Desarrollamos equipos de alto desempeño, en un ambiente laboral sano, seguro y basado en el respeto de los Derechos Humanos.

Nuestros Valores

Responsabilidad social: La responsabilidad social de esta microempresa se fundamenta en unos valores que se manifiestan en toda actividad, tanto en el trabajo con los proveedores, como en el desarrollo profesional de los empleados o en la forma de contribuir a las comunidades donde opera.

Honestidad: Actuamos con la debida transparencia entendiendo que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular para alcanzar los propósitos misionales.

Convivencia: Mantenemos la disposición al diálogo y la interacción cotidiana como punto de partida de solución de conflictos.

Objetivo: Comprendemos y aceptamos la condición



CIA.LTA

Helados CERENU

Dirección: La Magdalena

Teléfono: 022846058

Correo: marco_torres_m@hotmail.com

Helados CERENU

CON CERENU DIVIÉRTETE Y DISFRUTA LA
DELICIA DEL CEREAL

HELADOS
NUTRITIVOS
A BASE DE
CEREAL



Tel: (02) 2846058

Elaborado por: Marco Torres

2.03.05.09. Las cinco fuerzas de Porter

Las cinco fuerzas de Porter consisten en un modelo sistemático para analizar cualquier industria en término de rentabilidad lo que esto tendrá como importancia para el presente proyecto el cual nos va a identificar cuáles son nuestras debilidades oportunidades y amenazas.

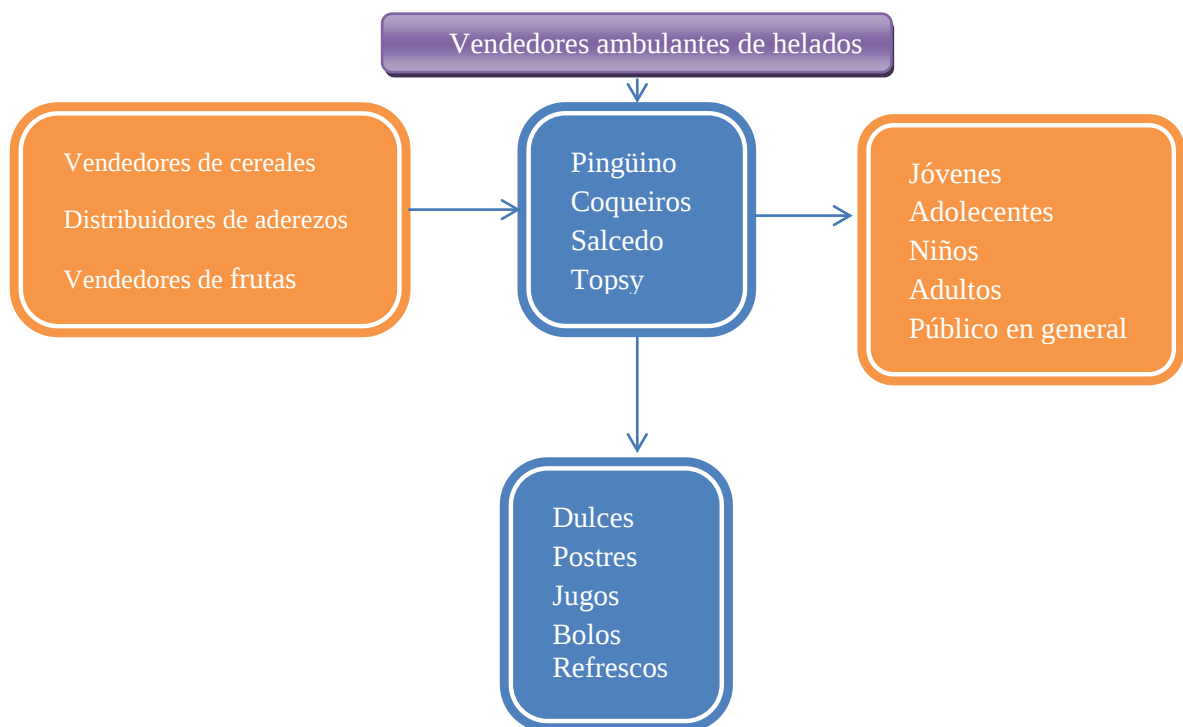
Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados nutritivos a base de cereales ubicada en el barrio la Magdalena sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

Gráfico N° 19 Las 15 Fuerzas de Porter



Fuente: investigación de Campo

Gráfico N° 20 Las Cinco Fuerzas de Porter de la Empresa CERENU



Fuente: investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

2.04. Análisis FODA

Es una estrategia que nos ayuda a tener más en claro nuestras posibles causales, a que nos vamos a enfrentar, esto beneficiara para desarrollar y poner en marcha el proyecto

Tabla N°14 Matriz F.O.D.A.

F.O.D.A.	
Fortaleza ➤ Facilidad de contacto con proveedores de insumos y posibilidad de asesoramiento técnico. ➤ Recursos económicos propios para esta inversión ➤ Oferta ajustada a la demanda. ➤ Variedad de sabores y formas producto ➤ Precio económico	Oportunidad ➤ Certificación de procesos de producción con norma de seguridad alimentaria ISO 22000 Sistema de Gestión de Inocuidad de los alimentos ➤ Acceso a créditos ofrecidos por el gobierno a través de instituciones financieras. ➤ Crecimiento del mercado de productos alimenticios estructurados
Debilidad ➤ Falta de tecnología ➤ No ser conocida en el mercado ➤ Limitador de recursos económico ➤ Personal con escaso conocimiento al producto.	Amenazas ➤ Aparición de nuevos competidores ➤ Inseguridad jurídica y cambios en la legislación que ofrecen al negocio ➤ Competidores establecidos con experiencia en el sector ➤ El aumento de la inflación de los insumos y los cereales

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Torres

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores en el mercado. Esto incluye ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, y expandirse a nuevos mercados, también ayuda a determinar la cantidad de la población que comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

3.01. Objetivo

La microempresa CERENU está enfocada en su producción de helados a base de cereal con el objetivo de ofrecer a los clientes potenciales un producto de calidad sobre todo nutritivo que garantice la salud, plasmándonos en el cuidado de la nutrición de todos los clientes con un cambio innovador en gusto y preferencia en su grado de respuesta de adquisición

3.02. Análisis del consumidor

El éxito de la microempresa CERENU depende fundamentalmente de la demanda de los clientes, ellos serán los protagonistas principales y son el factor más importante que hacen que prospere o fracase el proyecto que se va a establecer, esto se encaminara hacia la satisfacción del cliente, de sus necesidades y deseos. Todos los esfuerzos estarán orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la microempresa

3.02.01. Segmentación del mercado

Es muy importante para definir donde estará ubicada la microempresa ya que esto se dirigirá a los consumidores que deseen adquirir al por mayor y al por menor y se encuentren en otras parroquias o ciudades, de esta manera se podrá llegar al cliente eficazmente con el producto que vamos a ofertar y así satisfacer sus necesidades, en la siguiente tabla se detalla su Segmentación, Geográfica, Demográfica.

TABLA N° 15 Segmentación del sector

VARIABLES	INDICADORES	SEGMENTO
Geográficos	País	Ecuador
	Provincia	Pichincha
	Cantón	Quito
Demográficos	Edad	1 – 64
	Sexo	Masculino y femenino
	Variable Conductual	Por salud y nutrición
	Origen Étnico	Para todos los habitantes

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

3.02.01.01. Mercado Meta

Mediante la investigación de campo realizada se ha encontrado 30288 habitantes en el sector la Magdalena por ende se elegido a mis consumidores potenciales que serán de 1 a 64 años quienes van adquirir el producto

Tabla N°16 Marco Muestral

POBLACIÓN SEGÚN SEXO			
Código de zona	Hombre	Mujer	SEXO Total
El recreo	2417	1612	4029
Panamericana	2066	2339	4405
Atahualpa	1836	2014	3850
La magdalena	1068	2401	3469
Santa Ana	1937	2122	4059
San Bartolo	1808	1983	3791
La Villaflora	1217	2164	3381
TOTAL			26984

Fuente: INEC
Elaborado por: Marco Torres

TABLA N° 17 Población (sexo)

Edades	Población
1 a 9 años	4156
10 a 19 años	5029
20 a 29 años	5291
30 a 39 años	4497
40 a 49 años	4036
50 a 59 años	2947
60 a 64 años	1028
Total	26984

Fuente: INEC
Elaborado por: Marco Torres

3.02.02. Determinación de la población y muestra

El helado nutritivo a base de cereal será producido en la parroquia Magdalena sector sur del Distrito Metropolitano de Quito, para la elaboración y comercialización de nuestro producto, por ende se ha encontrado mediante la

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados nutritivos a base de cereales ubicada en el barrio la Magdalena sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

investigación de campo en el INEN que nos han facilitado con el número de habitantes del sector la Magdalena que son de 30288 de toda edad, para elegir nuestro mercado potencial escogemos de 1 a 64 años que serán los consumidores potenciales del producto.

TABLA N° 18 Población (Edades)

SEXO	CANTIDAD
Hombres	12697
Mujeres	14287
Total	26984

Fuente: INEC

Elaboración: Marco Torre

Tabla N°19 población según grupos de edad

Código de zona	Menor de 1 año	De 1 a 9 años	De 10 a 19 años	De 20 a 29 años	De 30 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 en adelante	TOTAL
El recreo268	73	345	845	457	595	661	442	551	3969
Panamericana	20	295	760	520	630	460	392	588	3665
Atahualpa	58	444	612	683	581	512	354	502	3746
La magdalena	54	568	713	473	646	398	451	666	3969
Santa Ana	68	341	691	506	531	537	404	585	3663
San Bartolo	40	518	622	492	545	473	433	468	3591
La Villaflora	77	645	786	560	705	595	471	542	4381
TOTAL	390	3156	5029	3691	4233	3636	2947	3902	26984

Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Torre

3.02.02.01. La Muestra

La muestra es una representación significativa de las características de una población, para ello vamos a utilizar en la respectiva formula que nos facilita establecer la cantidad de encuestas que vamos aplicar y a conocer los consumidores potenciales del producto. (Sampiere)

$$n = \frac{k^2 * p * q * n}{e^2 (N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 26984}{0.0025(26984 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{25904.64}{68.42}$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

n= Población 26984

p= Desviación estándar 0.5 – 0.4

q= Probabilidad de fracaso 0.5%

z= nivel de confianza 95% - 1.96%

e = límite de error 0.5%

3.02.02.02. Tamaño de la Muestra

Es un aspecto importante en nuestro proyecto de factibilidad ya que nos permite encontrar el número de encuestas realizadas, esto permite valorar el efecto real de una intervención u observación, Ya realizada la formula se ha obtenido como resultado 384 encuestas que vamos aplicar a las personas del sector de la Magdalena.

3.02.03. Técnicas de obtención de la información.

La investigación será procesada de forma adecuada y cuidadosamente iniciando con la recopilación de datos mediante una encuesta la misma que será revisada y corregida las veces que sean necesarias con el fin de obtener una respuesta exacta, luego se procederá a tabular los datos obtenidos utilizando herramientas tecnológicas que nos ayudara a la correcta tabulación y creación de cuadros estadísticos que facilitaran la comprensión de los resultados, cada pregunta será realizada contextualmente dependiendo del hallazgo dela investigación realizada a la población.

3.02.03.01. La encuesta

Por medio de esta presente técnica se lograra manifestar las oportunidades obtenidas mediante nuestro producto en el mercado, una vez que se ha determinado las preferencias, gustos y aceptación, procederemos a establecer las técnicas y habilidades que sean necesarias para el éxito de la empresa.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLER
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE LA PRODUCCIÓN
CARRERA: ADMINISTRACION INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCION

Encuesta para la creación de un micro empresa dedicada a la creación y comercialización de helados artesanales a base de cereales

Edad..... Sexo:..... Fecha.....

La presente encuesta se realizara con la finalidad de determinar la factibilidad de una microempresa dedicada a la elaboración comercialización de helados artesanales a base de cereales. Con la información que se obtenga de esta encuesta, se elaborara un cuadro para verificar el porcentaje de aceptación dela micro empresa en la ciudadanía. Por favor complete la encuesta cuidadosamente al leerla por completo primero, y luego señale sus respuestas con una "x" en las preguntas correspondientes complete la frase respectiva con una respuesta apropiada.

1 ¿A usted le agradan los helados?

Sí ()

No ()

2 ¿Cuál es la frecuencia del consumo de helados?

Diariamente ()

Semanalmente ()

Quincenalmente ()

3 ¿Usted estaría dispuesto a consumir helados elaborados a base de cereales que aporten componentes nutritivos?

SI ()

NO ()

4 Cuál sería el precio que usted podría pagar por un helado a base de cereales?

35ctv a 50 ctvs. ()

55 a 1.00 usd ()

5 ¿Está usted de acuerdo que en el sector la (magdalena) se implante una microempresa de fabricación de helados elaborados a base de cereales?

Sí ()

No ()

6 ¿Que marcas de helados son de su preferencia?

Pingüino ()

Coqueiros ()

Salcedo ()

Topsy. ()

7 ¿En qué lugar le gustaría que se ofrezca el producto?

Tiendas ()

supermercados ()

cafeterías ()

vendedores ambulantes ()

8. Cuáles de estos productos podrían sustituir el consumo de helados?

Bonice ()

Yogoso ()

Granizados ()

Bolos ()

9 ¿Que le llama la atención al comprar un helado?

Imagen de marca ()

sabor ()

envasado ()

tamaño ()

precio ()

10¿De qué cereales le gustaría que sean los helados?

Quinoa ()

arroz ()

trigo ()

avena ()

cebada ()

Elaborado por: Marco Torres

3.02.04. Análisis de la información

Tabulación de las Encuestas Realizadas

1. ¿A usted le agradan los helados?

TABLA N ° 20 Agrado de los helados

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	368	96%
NO	16	4%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

GRÁFICO N° 21 Agrado de los helados



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

Análisis:

De acuerdo con los resultados de la encuesta se ha encontrado que a 364 personas les agradan los helados lo que equivale al 96% de la población, en cambio a 16 personas no les agradan los helados lo equivalente a un 4% de la población. Este resultado es favorable para la elaboración del proyecto puesto que a la mayor parte de la población estudiada les agradan los helados.

2. ¿Cuál es la frecuencia del consumo de helados?

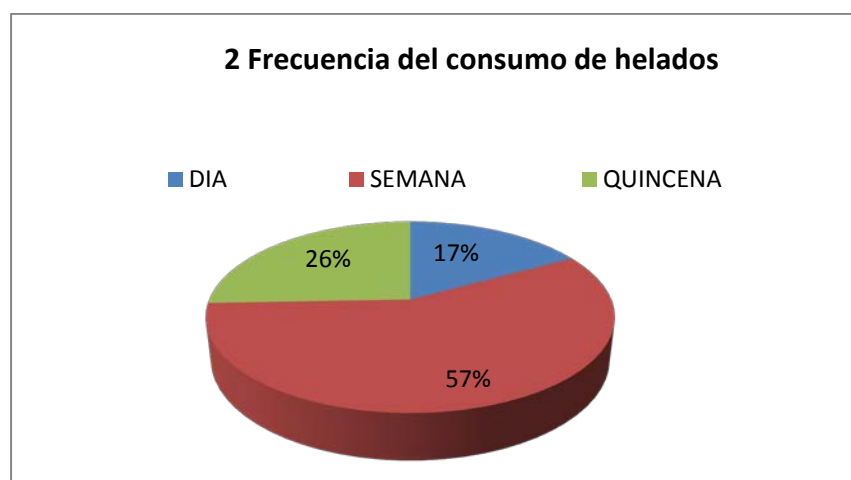
TABLA N° 21 Frecuencia del consumo de helados

FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
Diariamente	65	17%
Semanal	220	57%
Quincenalmente	99	26%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

GRÁFICO N° 22 Frecuencia del consumo de helados



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

Análisis:

La mayor parte de las personas encuestadas consumen helados semanalmente con un porcentaje de 58%, el 26% de la población consumen helados quincenal y tan solo un 16% de la población consumen diariamente helados, este resultado será de gran beneficio ya que permite identificar la frecuencia consumen helados.

3. ¿Usted estaría dispuesto a consumir helados elaborados a base de cereales que aporten componentes nutritivos?

TABLA N° 22 Aceptación Del Helado De Cereal

	TOTAL	PORCENTJE
SI	372	97%
NO	12	3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

GRÁFICO N°23 Aceptación del Helado de Cereal



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

Análisis:

Según los datos estadísticos de la encuesta se observa que el 97% de la población estarían dispuestos a consumir los helados de cereal. Todos tenemos en cuenta que los cereales son productos nutritivos para la salud, razón por la cual ha llamado mucho la atención de crear helados de cereales, y un 3% no les gustaría consumir los helados de cereal.

4. ¿Cuál sería el precio que usted podría pagar por un helado a base de cereales?

TABLA N° 23 Precio

DINERO	TOTAL	PORCENTAGE
50 ctv.	172	45%
100ctv	212	55%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

Gráfico N°24 Precio



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

Análisis:

De acuerdo con los resultados de la encuesta se determina que el 55% de la población está dispuestos a pagar 1.00 dólar por un helado y 45% están dispuestos a pagar 50 centavos por un helado. El precio que se está ofertando es muy cómodo y está al alcance del consumidor esto ha tenido una acogida lo que llevara a tener una gran demanda del producto por parte de los precios.

5. ¿Está usted de acuerdo que en el sector la (magdalena) se implante una microempresa de fabricación de helados elaborados a base de cereales?

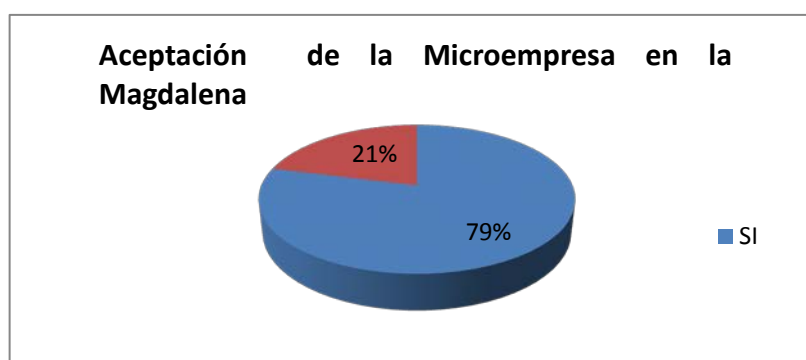
Tabla N° 24 Aceptación de la Microempresa en la Magdalena

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	303	79%
NO	81	21%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

Gráfico N°25 Aceptación de la Microempresa en la Magdalena



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

Análisis:

El sector la magdalena es un buen sitio para la implementación de una micro empresa dedicada a elaborar helados de cereal de acuerdo al estudio que se ha realizado observa que el 79% de acuerdo con que la microempresa se localice en el sector y un 21% dice que no están de acuerdo. Es beneficioso para el proyecto ya que no hay problemas con la microempresa en el sector.

6. ¿Qué marcas de helados son de su preferencia?

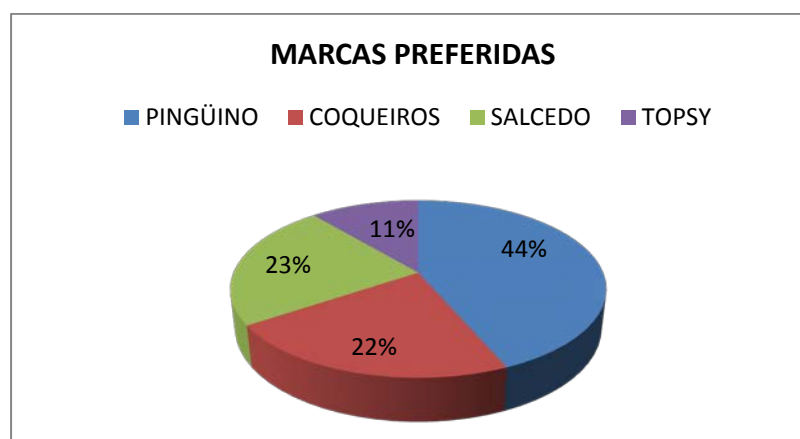
TABLA N° 25 Marcas Preferidas

MARCAS PREFERIDAS	TOTAL	PORCENTAJE
Pingüino	167	44%
Coqueiros	85	22%
Salcedo	89	23%
Topsy	43	11%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

Gráfico N° 26 Marcas Preferidas



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

Análisis:

De acuerdo al gráfico se ha demostrado que el 44% de la población les encanta el helado pingüino, seguidos por los helados coqueiro que les agradan al 22% de la población y las otras marca son de bajo gusto, demostrando que tendremos en el sector una grande competencia con pingüino y coqueiros.

7. ¿En qué lugar le gustaría que se ofrezca el producto?

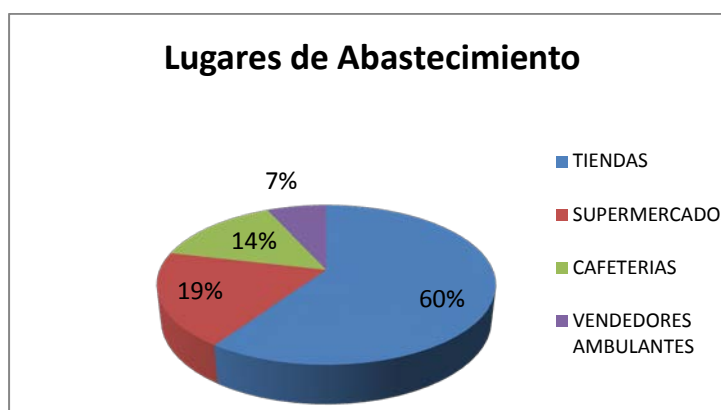
TABLA N° 26 Lugares de Abastecimiento

LUGARES DE ABASTECIMIENTO	TOTAL	PORCENTAJE
TIENDAS	229	60%
SUPERMERCADOS	73	19%
CAFETERÍAS	56	14%
VENDEDORES AMBULANTES	26	7%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

GRÁFICO N° 27 Lugares de Abastecimiento



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

Análisis:

El 69% de la población están de acuerdo que se distribuya el producto a las tiendas, esto hace que sea más fácil de adquirir el producto por el cliente ya que las tiendas se encuentran en todo lugar del sector, al 19% les gustaría que se ofrezca el producto en los supermercados, el 14% en cafeterías y el 7% en vendedores ambulantes.

8. ¿Cuáles de estos productos podrían sustituir el consumo de helados

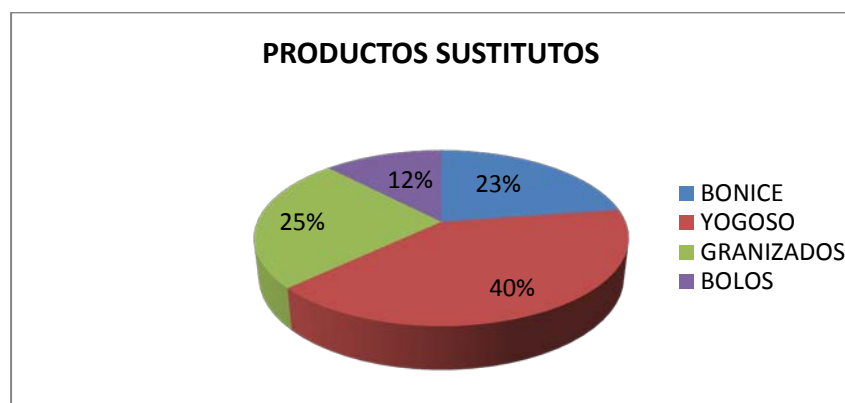
TABLA N° 27 Productos Sustitutos

PRODUCTOS SUSTITUTOS	TOTAL	PORCENTAJE
Bonice	87	23%
Yogoso	155	40%
Granizado	95	25%
Bolo	47	12%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

GRÁFICO N°28 Productos Sustitutos



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

Análisis:

El producto que podría sustituir al helado es yogoso con un 40% lo que es de mayor preferencia del consumidor en la actualidad por su sabor, seguido por los granizados con un 25%, los bonice con un 23% y en último lugar con un 12% los bolos.

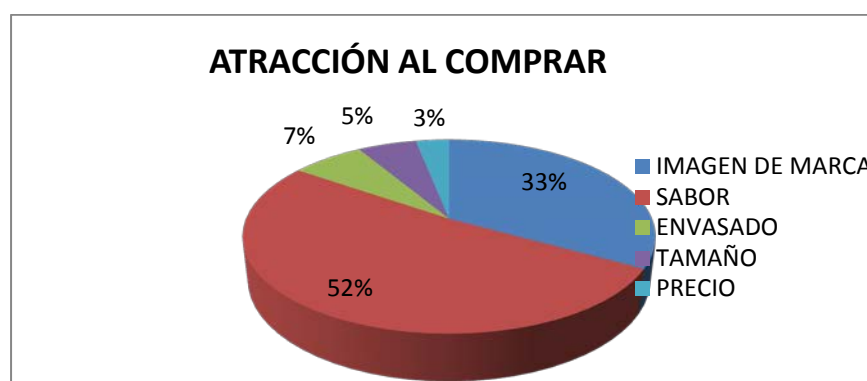
9. ¿Qué le llama la atención al comprar un helado?

TABLA N° 28 Atracción al Comprar

ATRACCIÓN AL COMPRAR	TALENTO	PORCENTAJE
Imagen de marca	127	33%
Sabor	198	52%
Envasado	26	7%
Tamaño	21	5%
Precio	12	3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

GRÁFICO N°29 Atracción al Comprar



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

Análisis:

Los encuestados indican que lo que más les llama la atención al comprar un helado es el sabor con un 52% y lo segundo que les atrae es la imagen de marca con un 33% de la población y los demás son de menor importancia que se da al adquirir el producto.

10. ¿De qué cereales le gustaría que sean los helados?

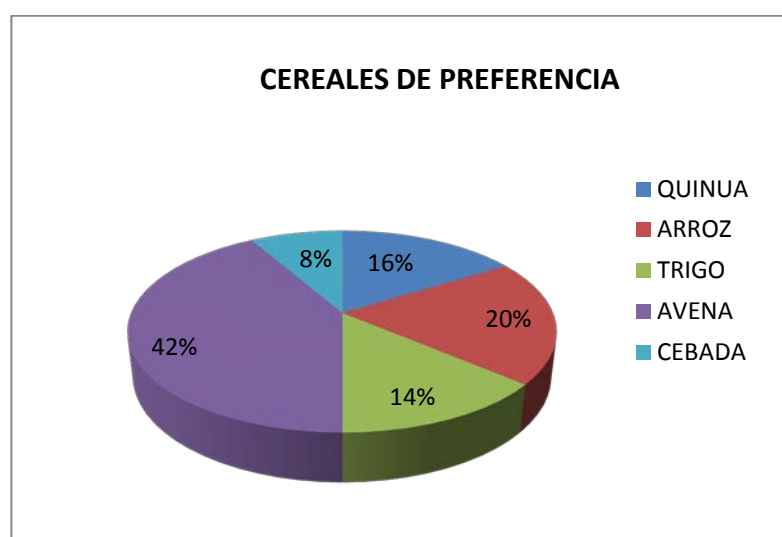
TABLA N° 29 Cereales de Preferencia

CEREALES DE PREFERENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
Quinua	62	16%
Arroz	77	20%
Trigo	53	14%
Avena	160	42%
Cebada	32	8%
Total	380	100.00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

GRÁFICO N° 30 Cereales de Preferencia



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

Análisis:

El cliente a deseado experimentar y probar el helado de avena con un 42% de preferencia y el segundo de arroz con un 20% estos dos son los más escogidos lo que hace que se procederá a producir estos helados de cereales a pedido del cliente

3.03. Oferta

Es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a entregar a sus clientes a un precio determinado (Flórez, 2012)

3.03.01. Oferta Histórica

La oferta histórica se fundamentó en datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) el cual no muestra datos específicos de los helados de cereales, mediante la investigación de campo se ha encontrado los datos del 2010 de 12.190.476 de helados en general en su localización a nivel Nacional lo que utilizaremos para encontrar la oferta proyectada para el respectivo proyecto

Tabla N°30 Oferta Histórica

Año	Oferta (helados)	Tasa del sector industria bebidas (%)
2010	12.190.476	1.033
2011	12.592.761	1.033
2012	13.008.322	1.033
2013	14.437.597	1.033
2014	13.881.038	1.033

Fuente: INEC.

Elaborado por: Marco Torres

3.03.02. Oferta Actual

Se ha encontrado la oferta actual mediante la proyección del 2010 hasta el 2014 realizada con la tasa de crecimiento de 1.033 % del sector industrial de bebidas lo que se obtuvo en la investigación de campo a nivel nacional.

Tabla N° 31 Oferta actual

Año	Cantidad de helados
2014	13.881.038

3.03.03. Oferta Proyectada

Para hacer el cálculo de la oferta proyectada se procederá a tomar en consideración la tasa del sector industrial de bebidas

TABLA N° 32 Oferta Proyectada

Año	Demanda Proyectada(helados)	Tasa del sector industrial de bebidas	Oferta proyectada(helados)
2015	2.556.062	1.033	2.640.412
2016	2594.402	1.033	2.680.017
2017	2.633.319	1.033	2.720.218
2018	2.67.2818	1.033	2.761.020
2019	2.712.911	1.033	2.802.437

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Marco Torres

3.04. Productos sustitutos

3.04.01. Oferta Histórica

Se ha encontrado a nivel nacional mediante la investigación de campo en el 2010 con el resultado de 14.979.475. Yogoso, es un producto que cumple con los mismos beneficios de bonice , pero que está hecho a base de yogurt y ese reflejan como bolos y se han convertido en productos de consumo diario por la variedad de sabores en la misma hielera que tienen deliciosa opción para chicos y grandes. (INEN)

TABLA N° 33 Oferta Histórica de los productos sustitutos (2010)

Bolos elaborados a base de lácteos	6.640.181 Unidades.
Refrescos congelados (bolos)	8.339.294 Unidades.
Total	14.979.475 Unidades.

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS 2010 (INEC) -
MANUFACTURA Y MINERÍA – 2010

Elaborado por: Marco Torres

TABLA N° 34 Oferta Histórica

Año	Unidades (helados)	Tasa del sector industrial de bebidas
2010	14.979.475	1.033
2011	15.473.797	1.033
2012	15.984.433	1.033
2013	16.511.919	1.033
2014	17.056.812	1.033

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS 2010 (INEC) - MANUFACTURA Y MINERÍA – 2010

Elaborado por: Marco Torres

3.04.02. Oferta Actual

En el estudio de campo no se ha encontrado la oferta actual de los helados el cual se procede a obtener a través de la proyección realizada con el año del 2010 que se ha obtenido mediante la investigación.

Tabla N° 35 oferta actual

Año	Cantidad de helados
2014	17.056.812

3.04.03. Oferta Proyectada

Tabla N° 36 Oferta Proyectada de los sustitutos

Años	Oferta actual (helados)	Tasa del sector industrial de bebidas	Oferta proyectada (helados)
2014	17.056.812	1.033	17.619.686
2015	17.619.686	1.033	18.201.135
2016	18.201.136	1.033	18.801.773
2017	18.801.773	1.033	19.422.231
2018	19.422.232	1.033	20.063.165
2019	24.253.181	1.033	25.053.535

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS 2010 (INEC) - MANUFACTURA Y MINERÍA – 2010

Elaborado por: Marco Torres

3.05. Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios, y en cualquier lugar establecido cuando el precio del bien o servicio va disminuyendo el consumidor está en la capacidad de adquirir más de lo establecido citar

3.05.01. Demanda Histórica

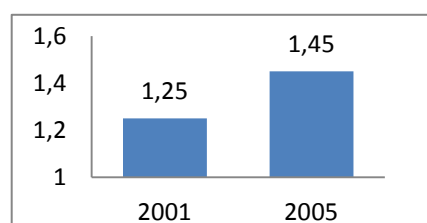
Según estudios realizados por el Periódico El Universo, se ha encontrado mediante la investigación que el consumo de helados por persona en el año 2001 fue de 1.25 litros y en el año 2005 fue de 1.45 litros anuales. Esto demuestra que el consumo de helados cada vez más ha ido incrementando, por las empresas que cada vez más ofertan un nuevo producto para el consumidor

TABLA N° 37 Demanda histórica del helado

Año	Litros consumidos
2001	1,25 litros por persona
2005	1.45 litros por persona

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: Marco Torres

GRÁFICO N° 31 Demanda Histórica



Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: Marco Torres

3.05.02. Demanda Actual

Como estrategia para obtener la demanda actual se tomó como referencia los resultados obtenidos de la encuesta realizada, nos enfocamos en la pregunta número 2 de la misma con lo que se determinara el porcentaje de la frecuencia de consumo del helado multiplicado por nuestra población potencial que es 26.174 el cual está determinado en la siguiente tabla

Tabla N° 38 Demanda Actual

DATOS DE CALCULO				
Periodo	Veces de consumo al año	Frecuencia de compra	De helados	
				Demanda Actual en el año (helados)
Diariamente	360días	17% (26.174)	4.449	1.601.640
Semanalmente	48semanas	57% (26.174)	14.919	716.112
Quincenalmente	24quincenas	26% (26.174)	6.805	163.320
Total de helados				2.481.072

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Marco Torres

3.05.03. Demanda proyectada

Para poder analizar la demanda proyectada de la industria heladera que se ha encontrado s en la investigación de campo, se procederá a tomar en cuenta la tasa de crecimiento de la población a nivel nacional

Tabla N° 39 Demanda proyectada

CALCULO DE LA DEMANDA PROYECTADA (SECTOR HELADERIA)				
Años	Demanda actual (helados)	Tasa de crecimiento de la población (%)	Demanda proyectada(helados)	
(año Base)2014	2.481.072	1.015	2.518.288	
2015	2.518.288	1.015	2.556.062	
2016	2.556.062	1.015	2594.402	
2017	2.594.403	1.015	2.633.319	
2018	2.633.319	1.015	2.67.2818	
2019	2.672.819	1.015	2.712.911	

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Marco Torres

3.05.04. Balance Proyectado

El balance proyectado se ha obtenido de la producción anual de nuestra empresa CERENU enfocándonos para la proyección en 5 años el cual así sabremos cuanto

tendremos de ganancia en los últimos años, con el porcentaje del 1.015 que es de la población a nivel nacional.

Tabla N° 40 Demanda proyectada (Microempresa CERENU)

CALCULO DE LA DEMANDA PROYECTADA (MICROPRESA CERENU)			
Años	Demanda actual (helados)	Tasa de crecimiento de la población	Demanda proyectada(helados)
(año Base)			
2014	120000	1,015	121800
2015	121800	1,015	123627
2016	123627	1,015	125481,41
2017	125481,41	1,015	127363,63
2018	127363,63	1,015	129274,08
2019	129274,08	1,015	131213,19

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

3.05.05. Balance Oferta – Demanda

3.05.05.01. Balance Actual

Tabla N° 41 Balance Actual.

CALCULO DE LA BALANCE ACTUAL			
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA (helados)	OFERTA PROYECTADA(helados)	DEMANDA INSATISFECHA(helados)
2015	2.556.062	15.932.464	13.376.402
2016	2594.402	16.808.749	14.214.347
2017	2.633.319	17.733.230	15.099.911
2018	2.67.2818	18.708.558	16.035.740
2019	2.712.911	19.737.528	17.024.617

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Marco Torres

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Es considerado todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto esto permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios verificando la factibilidad técnica de cada una de ellas. **(Rosales 2005)**

4.01. Objetivo

- Determinar la situación real de la empresa de acuerdo a su localización frente a la competencia.
- Confirmar la capacidad técnica de producción del producto de acuerdo a su capacidad
- Obtener un análisis óptimo de la empresa de acuerdo a su localización equipos instalaciones y medios de accesos.

4.02. Tamaño del proyecto

En el estudio técnico que deberán identificarse los requerimientos de equipos necesario para la operación normal del negocio y el monto de la inversión a realizar. **(Flórez, 2012)**

4.02.01. Capacidad instalada

Es aquella que identifica cual será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Esta capacidad se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo, es decir volumen, peso, valor o unidades del producto. **(Flórez, 2012).**

Producción de helados

- Diarios: 500
- Mensuales: 10000
- Anual: 120000

Tabla N° 42 Distribución de la Planta

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	
ÁREAS	MEDIDAS
Administración	$(3m \times 3m) = 9m^2$
Bodega de limpieza	$(1m \times 2.5) = 3m^2$
Almacenamiento de insumos	$(2.5m \times 2m) = 5m^2$
Baño	$(1.5m \times 2m) = 3m^2$
Producción	$(5m \times 4m) = 20m^2$
Ventas	$(2m \times 2m) = 5m^2$

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Marco Torres

4.02.02. Capacidad optima

La capacidad óptima de la empresa CERENU está conformada por 45 metros cuadrados el cual está ubicado en la parte principal de la vía pública facilitando adquirir el producto ya que está en la vista de todo público. (Flórez, 2012)

4.03. Localización

Es la ubicación de un proyecto que puede determinar el éxito o fracaso de una empresa por tanto su ubicación dependerá no solo de consideraciones económicas sino de la adecuada obtenida de criterios estratégicos. (Flórez, 2012)

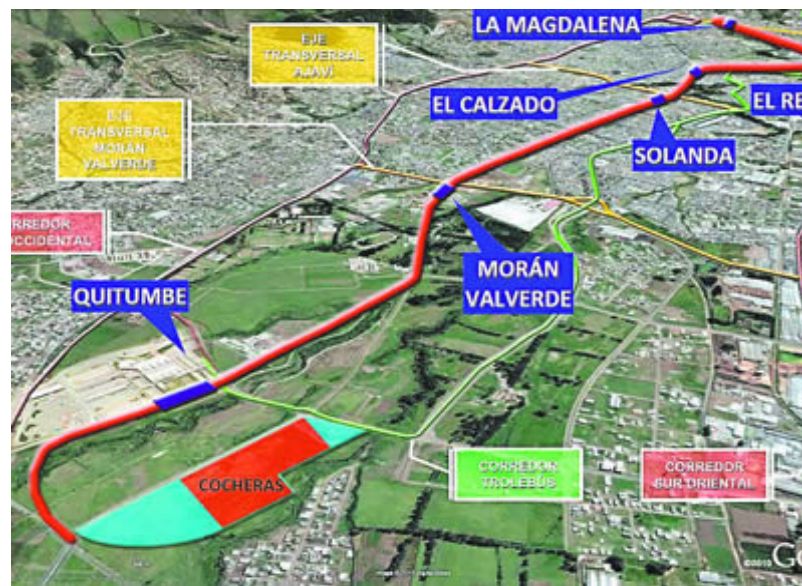
4.03.01. Macro localización

Tabla N° 43 Macro localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	La magdalena
Sector	Sur

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: Marco Torres

Gráfico N°32 de macro localización

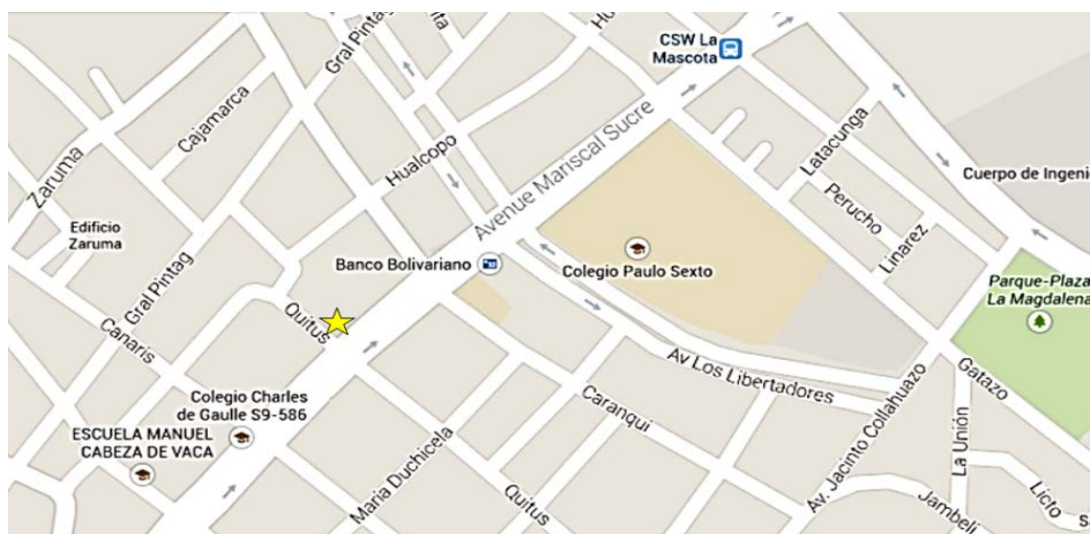


Fuente: Mapas Google

4.03.02. Micro localización

La empresa de producción y comercialización de helados de cereales artesanales estará ubicada en la parroquia la magdalena sector sur avenida mariscal Antonio José de Sucre de quito se ha designado a este lugar con el conocimiento de que es una parroquia muy poblada, con instituciones académicas (Escuelas Jardines Colegios) el cual cumple con el objetivo de obtener una buena demanda por parte del consumidor

Gráfico N°33 Matriz de localización



Fuente: Mapas Google

4.03.03. Localización optima

La localización optima pretende a determinar los factores que faciliten a lograr y expresar en forma cualitativa y cuantitativa lo el cual es la de rentabilidad sobre el capital lo que se obtendrá el costo mínimo de consumo del producto.

Al obtener como referencia dos o más lugares de localización se puede escoger una calificación determinada a cada variable de la suma, las mismas que ayuda a la selección de la localización que cumplirá el mayor porcentaje adquirido

Tabla N° 44 Matriz de localización

Factores relevantes	Ponderación	Local 1		Local 2		Local 3	
		Mariscal Sucre y Quitus Oe5 5		Cacha S243 y Viracocha		Av. Alonso de Angulo y Francisco Coronel 176	
		Calidad	Total	Calidad	Total	Calidad	Total
Área m ²	0,10	9	0,90	8	0,8	9	0,9
Cercanía al mercado	0,15	10	1,50	9	1,35	9	1,35
Accesibilidad	0,10	8	0,80	9	0,9	8	0,8
Costo de renta	0,15	9	1,35	7	1,05	7	1,05
Medios de transporte	0,10	10	1	6	0,6	7	0,7
Servicios Básicos	0,20	10	2	10	2	10	2
Seguridad	0,10	7	0,70	7	0,7	6	0,6
Parqueadero	0,10	6	0,60	5	0,5	5	0,5
TOTAL	1,00		8,85		7,9		7,9

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Marco Torres

Una vez realizado el estudio de campo de la localización optima de la microempresa CERENU se toma como la opción de mayor importancia el local 1, ya que es factible para poder ubicar la microempresa en la parroquia La Magdalena del distrito Metropolitano de Quito.

4.04. Ingeniería del producto

La ingeniería del producto consiste en todos los aspectos necesarios para empezar con la producción de la misma el cual está enfocado la parte tecnológica, el marco legal, la operatividad, la información, talento humano y estudio de mercado lo que se procederá a iniciar con estas estrategias adquiridas (Flórez, 2012)

4.04.01. Definición de Bienes y Servicios

Los bienes y servicios económicos o escasos son aquellos generados en las distintas actividades económicas con el fin de cumplir una necesidad o un deseo. Se comercializan en el mercado y sus precios son definidos por la oferta y la demanda, a una mayor oferta el precio del bien disminuye y a una mayor demanda aumenta. (Flórez, 2012)

Pueden ser clasificados como:

- **Bienes de consumo:** Son aquellos que satisfacen directamente las necesidades de las personas y que han sido transformados para su consumo final.
- **Bienes intermedios:** Bienes que al transformarlos se obtienen bienes de consumo final y son producidos en el sector primario.

Definición del producto

La empresa CERENU está dedicada a la elaboración y comercialización de helados nutritivos a base de cereales, que se ofertara para la población de la Magdalena. El producto que se ofrecerá al cliente será alcanzando con los más estándares de calidad y sanidad enfocándonos a la nutrición y salud, con los cereales elegidos por medio de las encuestas lo que lograremos la satisfacción y gusto del consumidor. (Flórez, 2012)

Tabla N ° 45 Características nutritivas

ANÁLISIS NUTRICIONAL DE DIFERENTES CEREALES (POR 100 G)														
Max Min	Energía (kJ)	Proteínas (g)	Lípidos (g)	Glúcidos (g)	Calcio (mg)	Hierro (mg)	Potasio (mg)	Magnesio (mg)	Vitaminas					
									B1 (mg)	B2 (mg)	B6 (mg)	E (mg)	Ácido fólico (mg)	B3 (mg)
Cebada	1430	11,0	2,1	72,0	38	2,8	444	119	0,43	0,18	0,56	0,67	0,065	4,8
Avena	1530	12,5	7,1	63,0	79,6	5,8	355	129	0,52	0,17	0,75	0,84	0,033	1,8
Arroz	1492	7,5	2,2	75,5	23	2,6	150	157	0,41	0,09	0,67	0,74	0,016	5,2
Trigo	1342	11,5	2,0	70,0	43,7	3,3	502	173	0,48	0,24	0,44	1,35	0,09	5,1

Fuente: Estudio de campo

- Tamaño medio
- Peso 85ml
- Textura cremoso
- Durabilidad 3meses

Producción de helados CERENU

De acuerdo a la investigación realizada se va a comenzar elaborar con dos trabajadores, cada trabajador tendrá un tiempo demora de 1,5 minutos al culminar el proceso de un helado. Tendremos la producción por día mes y año los que nos ayudara a saber nuestra producción por fecha. Se demuestra con más detalle en las siguientes tablas

TABLA N° 46 Producción de helados de CERENU

Operarios	Cantidad de helados	Tiempo unitario de elaboración en minutos	Total Helados diarios
1	1	1,50	225
2	1	1,50	225
Total			500

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: Marco Torres

Tabla N° 47 Producción por año

Características	Día	Mes	Año
Helados	500	11.000	120.000

Elaboración: Marco Torres

4.04.02. Distribución de planta

Para iniciar en la distribución de la planta es muy importante realizar por medio de códigos o razones de cercanía, esto nos ayudara ubicar a cada área de acuerdo a la importancia que tenga de la una con la otra el cual lograremos en tener una distribución correcta dependiendo a las necesidades que se presente para la elaboración del producto.

Código de cercanía: De acuerdo a esta estrategia se puede definir el grado de cercanía y la relación en que tendrá las diferentes áreas, obteniendo la distribución

adecuada de acuerdo a la necesidad del proceso del producto, contando con infraestructura de calidad para la creación de la microempresa.

Tabla N° 48 Código de Cercanía

VALOR	CERCANIA
A	MUY IMPORTANTE
E	ESPECIALMENTE IMPORTANTE
I	IMPORTANTE
O	ORDINARIO
U	NOS ES IMPORTANTE
X	EXCLUYENTE

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: Marco Torres

Razones de cercanía

Nos ayuda a determinar las causas y motivos que son importante para la cercanía que debe a ver entre áreas

Tabla N° 49 Razones de Cercanía

1	Proceso
2	Control
3	Conveniencia
4	Ruido
5	Higiene
6	Información

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: Marco Torres

Tabla N° 50 Matriz triangular

ADMINISTRACIÓN						
BODEGA DE LIMPIEZA	V3					
ALMACENAMIENTO DE INSUMOS	U5	X3	I5			
BAÑO	U5	X3	I2	I6		
PRODUCCIÓN	I3	E1	X2	U3		
VENTA	U4	I5				

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: Marco Torres

Tabla N°51 Distribución

A		E
	I	
O	U	X

Área de Administración (9m²)

Tabla N°52 Administración

	I5,2,6	
U3		X3

Gráfico N°34 Administración



Área de Bodega de limpieza (3m²)

Tabla N°53 Bodega de limpieza

	I2	
U5,3		X3

Gráfico N°35 Bodega de limpieza



Área de Almacenamiento de insumos (5m²)

Tabla N°54 Almacenamiento e insumos

	E1
U5	X2

Gráfico N°36 Almacenamiento e insumos



Baño (3m²)

Tabla N°55 Baño

I3,5

Gráfico N°37 Baño



Área de Producción (20m²)

Tabla N°56 Producción

U4

Gráfico N°38 Producción



Área de Venta (5m²)

Tabla N°57 Ventas

U4

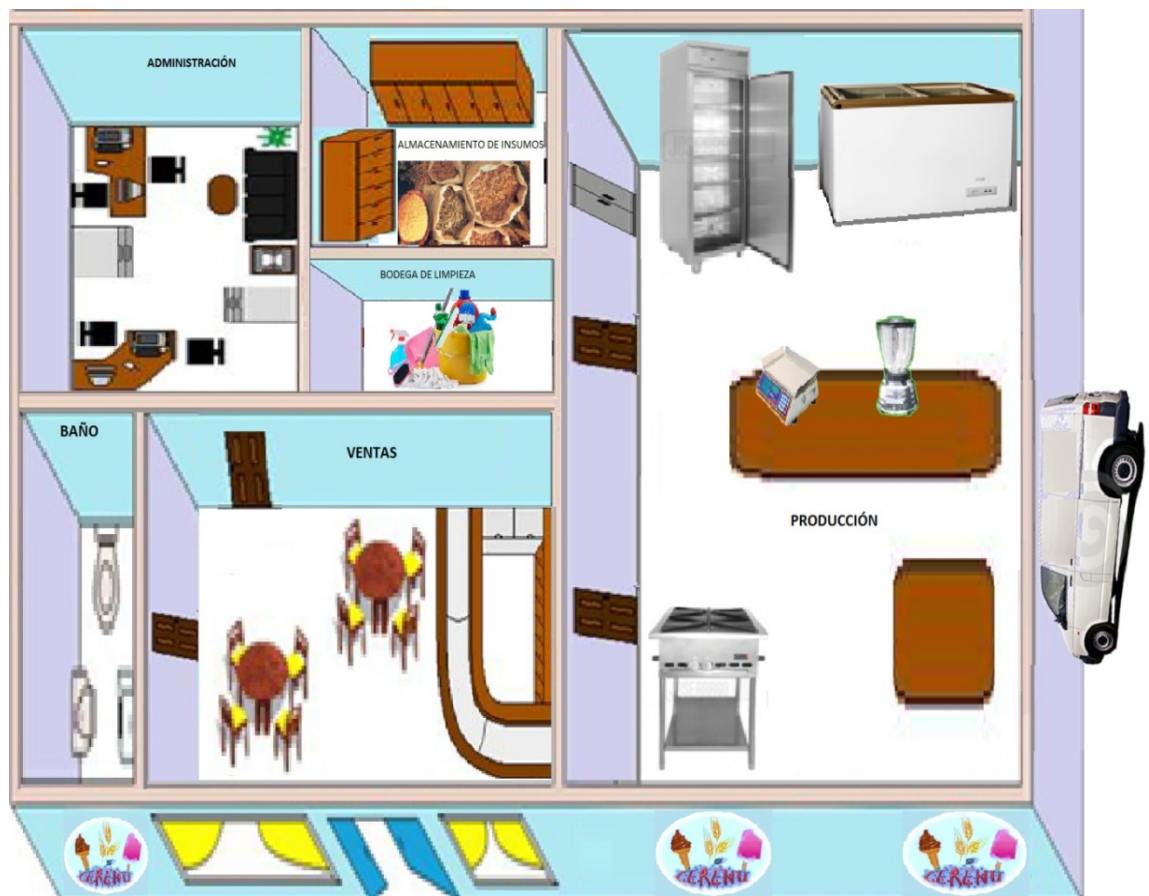
Gráfico N°39 Ventas



4.04.03. Esquema de Distribución de la planta

Desacuerdo al esquema presentado se identificara detalladamente, dando a conocer cada área de producción

Gráfico N°40 Esquema de la planta



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Marco Torres

4.04.04. Proceso Productivo

De acuerdo a la elaboración del producto se va detallando paso a paso cada actividad que se va realizar el cual va tomando un tiempo por cada proceso, esto se demuestra con más especificación en la siguiente tabla.

Tabla N° 58 Significado de signos de procesos

	Operación	Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos.
	Transporte	Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora
	Demora	Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente.
	Almacenamiento	Tanto la materia prima, productos en proceso o producto terminado
	Inspección	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto terminado
	Proceso	Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos.

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Marco Torres

Tabla 59 Mapa de proceso

	Tiempo Minuto s	N° de Operar ios						Observaciones
Selección de materia prima	20 min.	2		◆				Se separa los cereales que se encuentren dañados
Lavado	30 min.	2		◆				Se procede a lavar el producto hasta que este quede listo para la elaboración
Cocción	20 min.	2		◆			◆	Se espera que estén cosidos adecuadamente para empezar para la preparación
Mezcla de ingredientes	25 min.	2		◆				En la mezcla se incluye los cereales pre cosidos los ingredientes que dan sabor a los helados tales como azúcar leche canela etc.
Licuada de ingredientes	10 min.	2		◆				Se licuan las frutas que se va a incorporar el helado
Envasados y etiquetado	60 min.	2		◆				Se almacena el producto en el respectivo empaque rotulado con logo ,loto, y fecha de vencimiento
Refrigeración del producto	180 min.	2		◆			◆	Se congela el producto a menos 30°C para lograr la estructura decida
Traslado del producto para ser vendido	10 min.	2		◆				Al culminar con el producto se procede a trasladar al área de exhibición y venta
Fin del proceso	0 min.	2		◆			◆	

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Marco Torres

Gráfico N°41 Flujograma de procesos

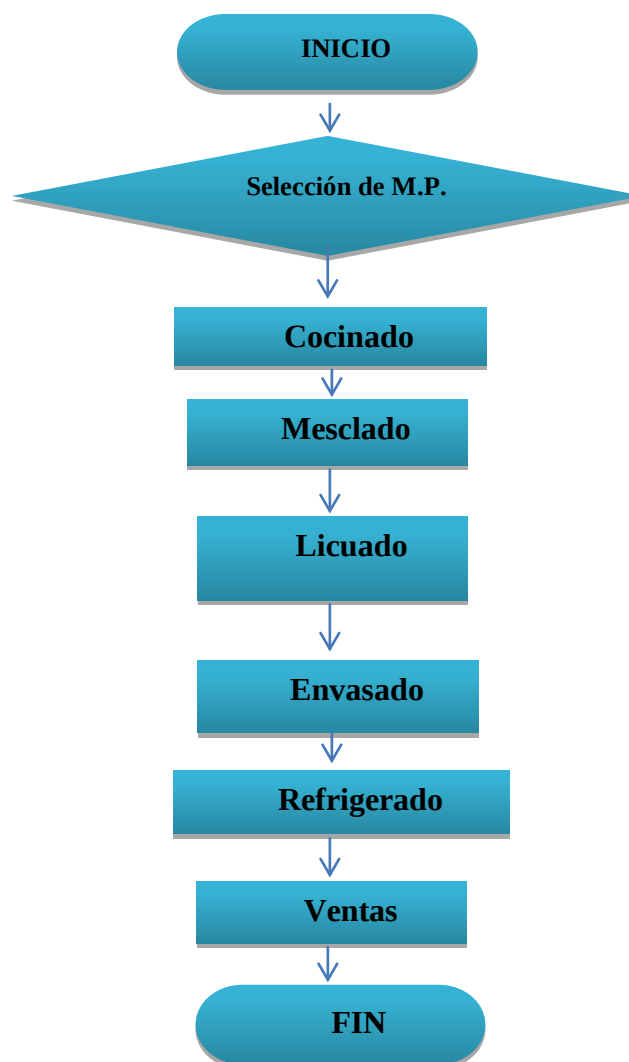


Tabla N° 60 Cantidad y valor unitario de ingredientes e insumos

Detalle	Cantidad unitaria por helado	Unidad de medida	Costo unitario
Cereales	0,07	lb	0,04
Leche	0,03	l	0,02
Azúcar	0,06	lb	0,03
Pulpa de Fruta	0,04	l	0,06
Insumos			
Palitos	1		0,01
fundas	1		0,03
Total			0,21

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Marco Torres

4.04.05. Maquinaria y Equipos

1. Maquinaria

Tenemos nuestras maquinas las que serán las más importantes para nuestra producción del producto

TABLA N°61 Maquinaria

MÁQUINAS	CARACTERÍSTICAS DE LAS MAQUINAS
 Licuadora Oster	1 Velocidad Base de metal cromado, Vaso de vidrio refractario resistente al calor de 1.25 litros, Aspas desmontables de acero inoxidable, Potente motor de 400 watts, Sistema de impulsor metálico.
 Balanza	Muestra simultáneamente peso sobre la bandeja, cantidad de piezas y peso de cada pieza.
 Congelador	Congeladores panorámicos marca topfreeze capacidad neta 90 l con 110v bajo consumo de energía temperatura mínima -18°C
 Refrigerador	Refrigeradora Mabe 17 Pies Modelo 393 Dispensador Durex 11 pies
 Caja Registrador	La caja registradora XE-A106 con Microban ® teclas (teclas antimicrobios). Imprime en papel térmico 2 ¼. Velocidad de impresión 1.4 líneas x segundo. Reporte de ventas instantáneo en pantalla.

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Marco Torres

2. Equipos

Mediante al préstamo adquirido se realiza la compra del equipos nuestro financiamiento es muy importante para cada actividad realizada para la producción, se detalla cada uno de ellos en la siguiente tabla

Tabla N° 62 activos

Activo fijo	n° unidad	Modelo	capacidad(kg) (lb/f)(Q)(voto)	valor unitario	valor total
MAQUINARIAS Y EQUIPOS					
Licuadora	2	Oster	1.5 litros	50,00	100,00
Refrigerador	1	Durex	11pies/230lt	750,00	750,00
Congelador	2	Indurama	250helaods	600,00	1.200,00
Balanza digital	1	Lexus	30kg	50,00	50,00
Ollas de acero rectas	4			10,00	40,00
Recipientes para alimentos	3			1,00	3,00
Set de cuchillos	1			6,00	6,00
Mesa de trabajo	2			10,00	20,00
Moldes	600			0,15	90,00
Caja registradora	1	K		80,00	80,00
	Total maquinarias y equipos				2.339,00
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA					
Escritorio de recepción	1			40,00	40,00
Sillas para escritorio	1			15,00	15,00
Archivador	2			1,20	2,40
	Total Muebles y enseres de oficina				57,40
EQUIPO DE COMPUTACIÓN					
Computadora	1	HP		380,00	380,00
Impresora	1	CANON		60,00	60,00
Teléfono	1			20,00	20,00
	total equipos de computación				460,00
EQUIPOS DE OFICINA					
Calculadora	1	Casio		5,00	5,00
Perforadoras	1	Metal		1,00	1,00
Grapadoras	1	Metal		1,00	1,00
Carpetas	24	Cartón		0,30	7,20
Resma de papel Bom	3	Papel		2,70	8,10
	Total equipos de Oficina				22,30
total activos					2.878,70

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. **(Baca Urbina, 2006)** (pág. 168)

5.01. Ingresos Operacionales y no operacionales

Se define que los ingresos son las entradas financieras que percibe la empresa por la actividad realizada, los resultados que tendrá el proyecto se muestran en los siguientes cuadros **(Buenaventura V, 2011)** . (pág. 134)

5.01.01. Materia Prima Directa

La materia prima directa son los materiales e insumos que se van a utilizar directamente para la producción y transformación de helados de cereales el cual esta detallado en la respectiva tabla.

Tabla N°63 Materia Prima (M.P)

Detalle	Cantidad unitaria por helado	Unidad de medida	Cantidad mensual	Unidad de medida	Producción mensual helados	Costo unitario	Costo mensual (\$)	Costo anual (\$)
Cereales	0,07	Lb	700	Lb	10.000	0,040	400,00	4.800,00
leche	0,03	L	300	L	10.000	0,020	200,00	2.400,00
Azúcar	0,06	Lb	600	Lb	10.000	0,030	300,00	3.600,00
pulpa de fruta	0,04	L	400	L	10.000	0,060	600,00	7.200,00
Total						0,150	1.500,00	18.000,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

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

Es el esfuerzo físico y mental que utilizan los involucrados en la elaboración del producto o servicio plasmando ideas estratégicas para la mejora continua del producto que se va a elaborar.

Tabla N°64 Mano de Obra Directa (M.OD)

Concepto	Sueldo	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva	IESS	Vacaciones	Total mensual	Total anual
Operario 1	340	28,33	28,33	28,33	32,44	14,17	471,60	5.659,23
operario 2	340	28,33	28,33	28,33	32,44	14,17	471,60	5.659,23
Total							943,21	11.318,46

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Marco Torres, 2014.

Tabla 65 Cantidad

Producción diaria	500
Producción mensual	10.000
Producción anual	120.000

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.02. Ingresos

Tabla N° 66 Ingresos Operacionales

Helado	
Costo de producción unitario	0,43
Utilidad del 64%	0,27
P.V.P	0,70
Producción mensual	10.000
Ingreso mensual	6.977,13
Ingreso anual	83.725,52

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: Marco Torres, 2014.

Tabla N° 67 Ingresos proyectados

Años	Ingreso actual (\$)	Tasa del sector Manufacturero	Ingreso anual (\$)
(año base) 2014	83.725,52	-	83.725,52
2015	86.823,37	1,037	86.823,37
2016	90.035,83	1,037	90.035,83
2017	93.367,16	1,037	93.367,16
2018	96.821,74	1,037	96.821,74
2019	100.404,15	1,037	100.404,15

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.02.01. Ingresos no operacionales

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

5.03. Costos

Los costos son las cantidades de dinero que el empresario invierte para la producción de dicho producto el cual su recuperara el dinero cuando la empresa este estable y se venda el producto, en el presente o en el futuro o en forma virtual. (pág. 169)

5.03.01. Costo Directo

Son aquellos los que intervienen directamente con la elaboración de un bien o un servicio en nuestro caso los costos directos para elaborar el helado de cereal serán los siguientes demostrando en una respectiva tabla

Tabla N° 68 Costos directos

Costos directos	
Materia prima	18.000,00
Mano de obra directa	11.318,46
Total costos directos	4.800,00

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.03.02. Costos Indirectos de Fabricación

Son aquellos que no tienen que ver con la transformación del producto, pero si está relacionado como un apoyo para el desarrollo del proceso.

Tabla N° 69: Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F)

CONCEPTO	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Fundas	10.000	0,01	100,00	1.200,00
Paletas	10.000	0,03	300,00	3.600,00
TOTAL		0,040	400,00	4.800,00

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.03.03. Gastos Administrativos

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

Tabla N° 71 Gastos administrativos

Concepto	Cantidad	Sueldo mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de reserva	IESS	Vacación	Total mensual	Valor anual
Gerente general	1	340	28,33	28,33	28,33	32,13	14,17	471,30	5.655,56
Vendedor	1	340	28,33	28,33	28,33	32,13	14,17	471,30	5.655,56
Total	3	1.020,00	85,00	85,00	85,00	104,42	42,50	1.413,89	16.966,68

Fuente: Investigación de campo.
Elabora por: Marco Torres, 2014.

Tabla N°71 Material de Aseo

Material de aseo			
Descripción	Cantidad anual	costo unitario (\$)	costo anual (\$)
Escobas	2	1,50	3,00
Recogedores	2	1,00	2,00
trapeadores	3	1,50	4,50
desinfectantes (Gl)	2	5,00	10,00
Cloro (Gl)	1	3,00	3,00
Total		12,00	22,50

Fuente: Investigación de campo.
Elabora por: Marco Torres, 2014.

Tabla N°72 Suministros de Escritorio

Suministros de escritorio			
CONCEPTO	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO ANUAL
Grapadora	1	3,00	3,00
Perforadora	1	2,50	2,50
Esferos	4	0,50	2,00
Calculadora	1	10,00	10,00
Talonnario de facturas	2	10,00	20,00
Resmas de papel bon	3	3,45	10,35
Total		29,45	47,85

Fuente: Investigación de campo.
Elabora por: Marco Torres, 2014.

Tabla N°73 Servicios Básicos

Servicios básicos		
Servicios básicos	Valor Mensual(\$)	Valor Anual
Luz	20,00	240,00
Agua	12,00	144,00
Teléfono	18,00	216,00
Arriendo	200,00	2.400,00
Total	285,00	3.000,00

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: Marco Torres, 2014.

Tabla N° 74 Proyección gastos administrativos

Proyección gastos administrativos							
Descripción	Inflación	Año base 2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos del personal							
Gerente general	1,028	5.655,56	5.713,70	5.772,44	5.831,78	5.891,73	5.952,29
Vendedor	1,028	5.655,56	5.713,70	5.772,44	5.831,78	5.891,73	5.952,29
Total		11.311,12	11.427,40	11.544,87	11.663,55	11.783,45	11.904,59
Suministros de oficina	1,028	47,85	48,34	48,84	49,34	49,85	50,36
Material de aseo	1,028	22,50	22,73	22,96	23,20	23,44	23,68
Servicios básicos	1,028	3.000,00	3.030,84	3.062,00	3.093,47	3.125,28	3.157,40
Total		3.070,35	3.101,91	3.133,80	3.166,02	3.198,56	3.231,44
Total gastos administrativos		14.381,47	14.529,31	14.678,67	14.829,57	14.982,02	15.136,03

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.03.04. Gasto de venta

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

Tabla N°75 Gastos de venta

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Total
Tarjetas de presentación	120	0,08	9,50
Trípticos	500	0,12	60,00
Gigantografías (1.5m*2m)	2	21,00	42,00
Volantes	600	0,02	12,00
Total			123,50

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Marco Torres, 2014.

Tabla N° 76 Proyección de gasto de ventas

Proyección gasto de ventas							
Descripción	Inflación	Año base 2014	2015	2016	2017	2018	2019
Tarjetas de presentación	1,028	9,50	9,60	9,70	9,80	9,90	10,00
Trípticos	1,028	60,00	60,62	61,24	61,87	62,51	63,15
Gigantografías	1,028	42,00	42,43	42,87	43,31	43,75	44,20
Volantes	1,028	12,00	12,12	12,25	12,37	12,50	12,63
Total		123,50	124,77	126,05	127,35	128,66	129,98

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.03.05. Costo fijo y variable

Tabla N° 77: Proyección costos anuales

CONCEPTO	FIJO	VARIABLE
COSTO DE PRODUCCION		
Materia Prima Directa		18.000,00
Mano de Obra Directa		11.318,46
Materia prima indirecta		4.800,00
Depreciaciones	467,80	
GASTOS DE ADMINISTRACION		
Sueldos y Salarios	11.311,12	
Insumos de Oficina	47,85	
Servicios Básicos		3.000,00
Mantenimiento	22,50	
Depreciaciones	1.710,91	
Amortización	250,00	
GASTOS DE VENTAS	123,50	
GASTOS FINANCIEROS	9.242,98	
COSTO TOTAL ANUAL	23.176,67	37.118,46

5.04. Inversiones

Toda empresa al iniciar sus actividades económicas, requiere de activos y de capital de trabajo. A continuación se describen los diferentes tipos de inversiones para el presente proyecto.

5.04.01. Activos fijos

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

Tabla N°78 Activos Fijos

Activo fijo	n° unidad	Modelo	capacidad	valor unitario	valor total
MAQUINARIAS Y EQUIPOS					
Licuada	2	Oster	1.5 litros	50,00	100,00
Refrigerador	1	Durex	11pies/230lt	750,00	750,00
Congelador	2	Induram a	250helaods	600,00	1.200,00
Balanza digital	1	Lexus	30kg	50,00	50,00
Ollas de acero rectas	4			10,00	40,00
Recipientes para alimentos	3			1,00	3,00
Set de cuchillos	1			6,00	6,00
Mesa de trabajo	2			10,00	20,00
Moldes	600			0,15	90,00
Caja registradora	1			80,00	80,00
	Total maquinarias y equipos				2.339,00
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA					
Escritorio de recepción	1			40,00	40,00
Sillas para escritorio	1			15,00	15,00
Archivador	2			1,20	2,40
	Total Muebles y enseres de oficina				57,40
EQUIPO DE COMPUTACIÓN					
Computadora	1	HP		380,00	380,00
Impresora	1	CANO N		60,00	60,00
Teléfono	1			20,00	20,00
	total equipos de computación				460,00
EQUIPOS DE OFICINA					
Calculadora	1	Casio		5,00	5,00

Perforadoras	1	Metal		1,00	1,00
Grapadoras	1	Metal		1,00	1,00
Carpetas	24	Cartón		0,30	7,20
Resma de papel Bom	3	Papel		2,70	8,10
	Total equipos de Oficina				22,30
total activos					2.878,70

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.04.02. Inversión de activos nominales

Los activos nominales o diferidos hacen referencia a la inversión de los intangibles (generalmente aspectos legales del cumplimiento obligatorio), como los gastos de constitución, rubro de los permisos, patentes, entre otros.

Tabla N° 79 Inversión de activos nominales

Ítems	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Gasto de constitución	1	250,00	250,00
Gastos de Instalación	1	200,00	200,00
Total			450,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.04.03. Capital de trabajo

Toda compañía para un normal funcionamiento, requiere de capital de trabajo que permita cubrir en el corto plazo, los diferentes gastos que siguieran. Dentro de este tipo de inversiones se puede mencionar: costos de producción y ventas, costos operativos y los gastos administrativos y gastos de venta.

Tabla N°80 Cuadro de inversiones

Concepto	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos financiados
Activos fijos			
Vehículo	8.000,00	4.000,00	4.000,00
Maquinarias y equipos	2.339,00	1.169,50	1.169,50
Muebles y enseres de oficina	57,40	28,70	28,70
Equipo de computación	460,00	230,00	230,00
Equipos de oficina	22,30	11,15	11,15
Total de activos fijos	10.856,40	5.428,20	5.428,20
Activos diferidos			
Gasto de constitución	250,00	250,00	0,00
Total activos diferidos	250,00	250,00	0,00
Capital de trabajo			
Costos directos	29.318,46	14.659,23	14.659,23
Costos indirectos	4.800,00	2.400,00	2.400,00
Gastos administrativos	11.311,12	5.655,56	5.655,56
Gasto de venta	123,50	216,5	-93,00
Total de capital de trabajo	45.553,08	22.931,29	22.621,79
Total de la inversión	56.659,48	28.609,49	28.049,99
Participación	100,00	50,49	49,51

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.04.04. Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Como se muestra en la tabla anterior, podemos constatar que la inversión total será de \$ 83.594,05, de la cual el 30,39% será de recursos propios mientras que el 69,61% será financiado a través de un préstamo.

5.04.05. Amortización de Financiamiento

Tabla N° 81: Amortización del préstamo (5 años)

Importe del préstamo: 28.049,99	Pago programado: 621,55
Interés anual:11,83%	Número de pagos programados: 60,00
Período del préstamo en años:5,00	Número real de pagos: 60,00
Número de pagos anuales: 12,00	Total de adelantos: 0,00
Fecha inicial del préstamo:15/10/2014	Interés total: 9.242,98
Pagos extra opcionales:0,00	
Entidad financiera: Banco de Pichincha	

Pago N°	Fecha del pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago total	Capital	Intereses	Saldo final
1	41.958,00	28.049,99	621,55	621,55	345,02	276,53	27.704,97
2	41.988,00	27.704,97	621,55	621,55	348,42	273,12	27.356,54
3	42.019,00	27.356,54	621,55	621,55	351,86	269,69	27.004,68
4	42.050,00	27.004,68	621,55	621,55	355,33	266,22	26.649,36
5	42.078,00	26.649,36	621,55	621,55	358,83	262,72	26.290,52
6	42.109,00	26.290,52	621,55	621,55	362,37	259,18	25.928,16
7	42.139,00	25.928,16	621,55	621,55	365,94	255,61	25.562,21
8	42.170,00	25.562,21	621,55	621,55	369,55	252,00	25.192,67
9	42.200,00	25.192,67	621,55	621,55	373,19	248,36	24.819,47
10	42.231,00	24.819,47	621,55	621,55	376,87	244,68	24.442,60
11	42.262,00	24.442,60	621,55	621,55	380,59	240,96	24.062,02
12	42.292,00	24.062,02	621,55	621,55	384,34	237,21	23.677,68
13	42.323,00	23.677,68	621,55	621,55	388,13	233,42	23.289,55
14	42.353,00	23.289,55	621,55	621,55	391,95	229,60	22.897,60
15	42.384,00	22.897,60	621,55	621,55	395,82	225,73	22.501,78
16	42.415,00	22.501,78	621,55	621,55	399,72	221,83	22.102,06
17	42.444,00	22.102,06	621,55	621,55	403,66	217,89	21.698,40
18	42.475,00	21.698,40	621,55	621,55	407,64	213,91	21.290,76
19	42.505,00	21.290,76	621,55	621,55	411,66	209,89	20.879,10
20	42.536,00	20.879,10	621,55	621,55	415,72	205,83	20.463,39
21	42.566,00	20.463,39	621,55	621,55	419,81	201,73	20.043,57
22	42.597,00	20.043,57	621,55	621,55	423,95	197,60	19.619,62
23	42.628,00	19.619,62	621,55	621,55	428,13	193,42	19.191,49
24	42.658,00	19.191,49	621,55	621,55	432,35	189,20	18.759,13
25	42.689,00	18.759,13	621,55	621,55	436,62	184,93	18.322,52
26	42.719,00	18.322,52	621,55	621,55	440,92	180,63	17.881,60
27	42.750,00	17.881,60	621,55	621,55	445,27	176,28	17.436,33
28	42.781,00	17.436,33	621,55	621,55	449,66	171,89	16.986,67
29	42.809,00	16.986,67	621,55	621,55	454,09	167,46	16.532,58
30	42.840,00	16.532,58	621,55	621,55	458,57	162,98	16.074,02
31	42.870,00	16.074,02	621,55	621,55	463,09	158,46	15.610,93
32	42.901,00	15.610,93	621,55	621,55	467,65	153,90	15.143,28
33	42.931,00	15.143,28	621,55	621,55	472,26	149,29	14.671,02
34	42.962,00	14.671,02	621,55	621,55	476,92	144,63	14.194,10
35	42.993,00	14.194,10	621,55	621,55	481,62	139,93	13.712,48
36	43.023,00	13.712,48	621,55	621,55	486,37	135,18	13.226,11
37	43.054,00	13.226,11	621,55	621,55	491,16	130,39	12.734,95
38	43.084,00	12.734,95	621,55	621,55	496,00	125,55	12.238,95
39	43.115,00	12.238,95	621,55	621,55	500,89	120,66	11.738,05
40	43.146,00	11.738,05	621,55	621,55	505,83	115,72	11.232,22
41	43.174,00	11.232,22	621,55	621,55	510,82	110,73	10.721,40
42	43.205,00	10.721,40	621,55	621,55	515,85	105,70	10.205,55
43	43.235,00	10.205,55	621,55	621,55	520,94	100,61	9.684,61
44	43.266,00	9.684,61	621,55	621,55	526,08	95,47	9.158,53
45	43.296,00	9.158,53	621,55	621,55	531,26	90,29	8.627,27
46	43.327,00	8.627,27	621,55	621,55	536,50	85,05	8.090,77
47	43.358,00	8.090,77	621,55	621,55	541,79	79,76	7.548,98
48	43.388,00	7.548,98	621,55	621,55	547,13	74,42	7.001,85

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados nutritivos a base de cereales ubicada en el barrio la Magdalena sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

49	43.419,00	7.001,85	621,55	621,55	552,52	69,03	6.449,33
50	43.449,00	6.449,33	621,55	621,55	557,97	63,58	5.891,36
51	43.480,00	5.891,36	621,55	621,55	563,47	58,08	5.327,89
52	43.511,00	5.327,89	621,55	621,55	569,03	52,52	4.758,87
53	43.539,00	4.758,87	621,55	621,55	574,64	46,91	4.184,23
54	43.570,00	4.184,23	621,55	621,55	580,30	41,25	3.603,93
55	43.600,00	3.603,93	621,55	621,55	586,02	35,53	3.017,91
56	43.631,00	3.017,91	621,55	621,55	591,80	29,75	2.426,11
57	43.661,00	2.426,11	621,55	621,55	597,63	23,92	1.828,48
58	43.692,00	1.828,48	621,55	621,55	603,52	18,03	1.224,96
59	43.723,00	1.224,96	621,55	621,55	609,47	12,08	615,48
60	43.753,00	615,48	621,55	615,48	609,41	6,07	0,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

Análisis.

El financiamiento se lo realizará por la suma de \$28.049,99 a una tasa de interés del 11,83%, y la forma de pago será semestral durante 5 años.

5.04.06. Depreciaciones

Tabla N° 82: Depreciaciones

DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL DEL PROYECTO	2015	2016	2017	2018	2019
Vehículo	8.000,00	5	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Maquinarias y equipos	2.339,00	5	467,80	467,80	467,80	467,80	467,80
Muebles y enseres de oficina	57,40	5	11,48	11,48	11,48	11,48	11,48
Equipo de computación	460,00	5	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00
Equipos de oficina	22,30	3	7,43	7,43	7,43	0,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIONES			2.178,71	2.178,71	2.178,71	2.171,28	2.171,28

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.04.07. Estado de situación inicial

Tabla N° 83 Estado de situación inicial

Estado de Situación Inicial			
Activos			11.306,40
Activo corriente			
Bancos		0,00	
Activo fijo		10.856,40	
Vehículo	8.000,00		
Maquinaria y equipos	2.339,00		
Muebles y enseres	57,40		
Equipo de computación	460,00		
Activo diferido		450,00	
Gastos de constitución	450,00		
Pasivos			28.049,99
Pasivo corriente		28.049,99	
Préstamo bancario por pagar	28.049,99		
Patrimonio			28.609,49
Capital		28.609,49	
Total pasivo + patrimonio			56.659,48

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.04.08. Estado de resultados proyectados

La finalidad del análisis del estado de resultados o también llamado de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos del efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta (**Baca Urbina (2006)**) (pág. 181).

Tabla N° 84 Estado de resultados proyectado

	Descripción	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
	VENTAS	83.810,23	86.911,21	90.126,92	93.461,62	96.919,70
-	Costos de producción	34.586,26	35.865,96	37.193,00	38.569,14	39.996,20
=	Utilidad bruta en ventas	49.223,97	51.045,25	52.933,93	54.892,48	56.923,51
-	Gastos administrativos	14.381,47	14.529,31	14.678,67	14.829,57	14.982,02
-	Gastos de venta	123,50	124,77	126,05	127,35	128,66
=	Utilidad operacional	34.719,00	36.391,17	38.129,20	39.935,57	41.812,83
±	Otros gastos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
-	Gasto financiero	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
=	Utilidad antes de part. e imp.	34.719,00	36.391,17	38.129,20	39.935,57	41.812,83
-	15 % participación trabajadores	5.207,85	5.458,68	5.719,38	5.990,33	6.271,92
=	Utilidad antes de impuestos	29.511,15	30.932,50	32.409,82	33.945,23	35.540,91
-	22 % Impuesto a la renta	6.492,45	6.805,15	7.130,16	7.467,95	7.819,00
=	Utilidad neta del ejercicio	23.018,69	24.127,35	25.279,66	26.477,28	27.721,91

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.04.09. Flujo de caja

Refleja los movimientos de entrada y salida de efectivos de la unidad de negocios durante el periodo dado por ende se estima los fondos que se necesita para cubrir las necesidades de operaciones financieras que se presentaran

Tabla N° 85: Flujo de caja proyectado

	Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	VENTAS		83.810,23	86.911,21	90.126,92	93.461,62	96.919,70
-	Costos de producción		34.586,26	35.865,96	37.193,00	38.569,14	39.996,20
=	Utilidad bruta en ventas		49.223,97	51.045,25	52.933,93	54.892,48	56.923,51
-	Gastos administrativos		14.381,47	14.529,31	14.678,67	14.829,57	14.982,02
-	Gastos de venta		123,50	216,50	1.331,55	1.368,83	1.407,16
=	Utilidad operacional		34.719,00	36.299,44	36.923,70	38.694,08	40.534,33
=	Utilidad antes de part. imp.		34.719,00	36.299,44	36.923,70	38.694,08	40.534,33
-	15 % participación trabajadores		5.207,85	5.444,92	5.538,56	5.804,11	6.080,15
=	Utilidad antes de impuestos		29.511,15	30.854,53	31.385,15	32.889,97	34.454,18
-	22 % Impuesto a la renta		6.492,45	6.788,00	6.904,73	7.235,79	7.579,92
=	Utilidad neta del ejercicio		23.018,69	24.066,53	24.480,42	25.654,18	26.874,26
+	Depreciaciones		2.178,71	2.178,71	2.178,71	2.171,28	2.171,28
+	Gastos de constitución		450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
-	Deuda	28.049,99					
-	Inversión inicial	56.659,48					
-	Capital de trabajo	45.553,08					
=	Flujo de caja del periodo	130.262,56	25.647,41	26.695,24	27.109,13	28.275,46	29.495,54

Fuente: Investigación de campo. Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.05. Evaluación

Después del estudio financiero se procederá a la evaluación financiera que permite conocer si el proyecto es viable y rentable en base a determinados indicadores financieros.

5.05.01. TMAR (Tasa de descuento)

La tasa de descuento es la suma de la tasa activa más la tasa pasiva, esto nos ayuda expresar los términos dados entre el precio que se paga por un título y su valor nominal que debe ser superior al primero y recuperado en una fecha determinada

Tabla N°86: Tasa de descuento

TMAR	
Concepto	Porcentaje
Tasa activa	11,83%
Tasa pasiva	4,53%
TMAR	16,36%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

5.05.02. VAN (Valor actual neto)

Es el resultado de la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, señalados de un año a 5 de las utilidades descontadas y restado el valor de la inversión también constituye los flujos futuros traídos al valor presente con el propósito de compararlos con la inversión inicial

Tabla N° 87: Valor actual neto

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR ACTUAL	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
INVERSION	\$ -56.659,48	0,1636	1	-56659,484
2015	\$ 25.591,25	0,1636	0,85940186	21993,16
2016	\$ 26.637,00	0,1636	0,73857155	19673,33
2017	\$ 27.048,73	0,1636	0,63472976	17168,64
2018	\$ 28.212,83	0,1636	0,54548794	15389,76
2019	\$ 29.430,59	0,1636	0,46879334	13796,87
			VAN	88021,76

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

Análisis:

Como se puede observar, el proyecto en su vida útil tiene un valor actual neto de \$88021,76 de una inversión de \$56.659,48 por lo tanto el indicador es aceptable.

5.05.03. TIR (Tasa interna de retorno)

Es la tasa que iguala a la suma de los flujos descontados a la inversión inicial por ende es el descuento por la cual en VAN que es igual a cero y se usa como una toma afectiva de decisiones de inversión esto nos ayuda a comparar la factibilidad

Tabla N° 88: Tasa interna de retorno

Cálculo de la TIR	
Concepto	16,36%
Inversión	(\$ 56.659,48)
2015	\$ 25.591,25
2016	\$ 26.637,00
2017	\$ 27.048,73
2018	\$ 28.212,83
2019	\$ 29.430,59
TIR	38%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

Análisis:

Como se observa la TIR tiene un valor del 38% lo cual indica que el proyecto es viable, ya que está dentro de los parámetros establecidos.

5.05.04. PRI (Período de recuperación de la inversión)

Esto determina el tiempo (años, meses y días) en el cual el inversionista recupera el valor invertido. Se puede determinar en qué tiempo de la vida útil del proyecto se recuperara la inversión inicial

Tabla N° 89: Período de recuperación de la inversión

Años	Flujos de efectivo	Factor de actualización	Flujos actualizados	Flujos acumulados
2015	\$ 25.591,25	0,87	\$ 25.592,12	\$ 25.592,12
2016	\$ 27.048,73	0,76	\$ 27.049,49	\$ 52.641,61
2017	\$ 28.212,83	0,66	\$ 28.213,49	\$ 80.855,10
2018	\$ 29.430,59	0,5	\$ 29.431,09	\$ 110.286,19

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

Análisis La inversión se recupera en dos años un mes y un día

5.05.05. RBC (Relación costo beneficio)

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

Tabla N° 90: Relación costo beneficio

Años	Flujos
2015	\$ 21.993,16
2016	\$ 19.673,33
2017	\$ 17.168,64
2018	\$ 15.389,76
2019	\$ 13.796,87
Suma total	\$ 88.021,76
Ganancias por dólar	\$ 1,20

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

Análisis. Como se observa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá de ganancia \$ 1,20.

5.05.06. Punto de equilibrio

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Tabla N° 91: Punto de equilibrio

Datos iniciales	
Precio Venta	\$ 0,70
Coste Unitario	\$ 0,50
Gastos Fijos Mes	1.931,39
Pto. Equilibrio	4.300,52
\$ Ventas Equilibrio	2.150

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

Una fórmula práctica para este cálculo es:

$$\frac{\text{Costos fijos}}{\text{Costos unitario} - \text{precio}}$$

Reemplazando valores en la fórmula tenemos:

$$\frac{1161,14}{0,70 - 0,43} = 4.300,52$$

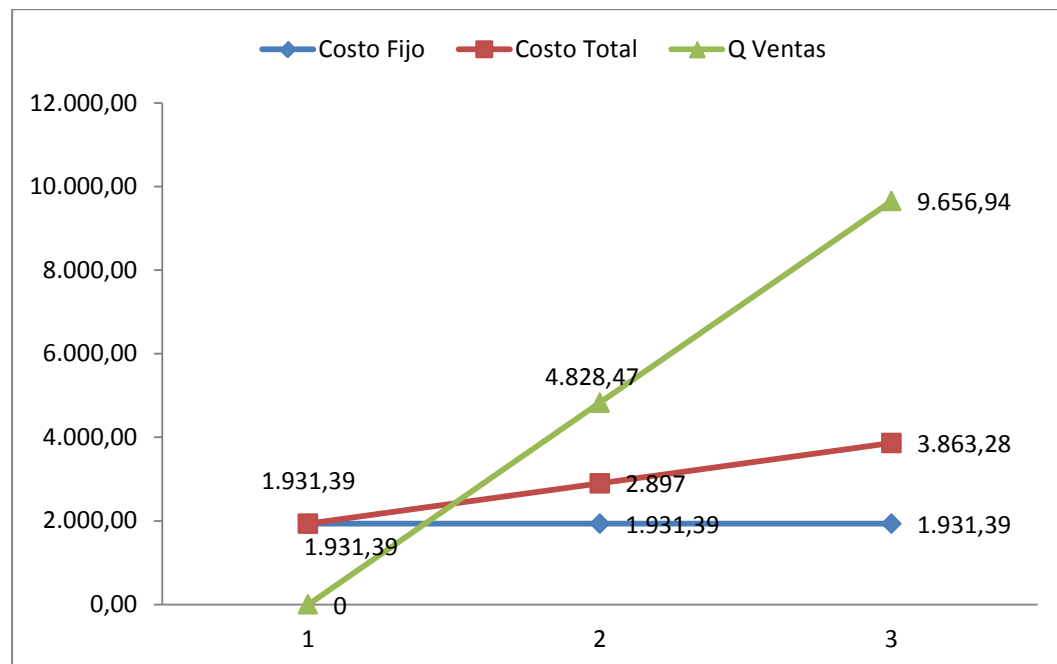
Tabla N° 92: Datos Punto de Equilibrio

Datos para el gráfico				
Concepto		Pérdida	P.E.	Utilidad
Q Ventas	0	2.150,26	4.300,52	6.451
\$ Ventas	0	1.075,13	2.150,26	3.225
Costo Variable	0	0,25	0,5	0,75
Costo Fijo	1.931,39	1.931,39	1.931,39	1.931,39
Costo Total	1.931,39	2.897	1.931,89	1.930,64
Beneficio	1.931,39	724,33	0	-724,33

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Marco Torres, 2014.

Gráfico N° 42: Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: Marco Torres, 2014.

El resultado obtenido se interpreta como las ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del negocio están por debajo de esta cantidad, la empresa pierde, y por encima de la cifra mencionada, son utilidades para la empresa.

5.06. Análisis de índices financieros

Baca Urbina (2006) afirma que, este tipo de análisis no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no están relacionados en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa (pág. 232).

5.06.01. Razón de endeudamiento

Señala el grado de endeudamiento del activo total con recursos de terceros.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{28049,99}{11.306,40}$$

$$\text{Endeudamiento} = 2,48$$

Análisis. El grado de endeudamiento del activo total con recursos de terceros es del 2,48 el cual está dentro de los parámetros normales.

5.06.02. ROE (Rentabilidad del patrimonio)

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{23.018,69}{28.609,49}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = 0,80$$

Análisis. La rentabilidad sobre el patrimonio es de un 80 %, lo que significa que el patrimonio en los próximos años crecerá.

5.06.03. ROA (Rentabilidad del activo)

Señala el grado de rentabilidad de los activos.

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{23.018,69}{11.306,32}$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = 2,04$$

Análisis. El grado de rentabilidad sobre el activo es del 2.03% lo que significa que el activo genera una buena rentabilidad para la empresa.

5.06.04. ROI (Rentabilidad de la inversión)

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

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = \frac{23.018,69}{56.659,48}$$

$$\text{Rentabilidad de la inversión} = 0,41$$

Análisis. La rentabilidad sobre la inversión es del 41% y se encuentra dentro de los parámetros establecidos.

CAPITULO VI

ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.01. Impacto Ambiental

Se ha considerado en nuestro proyecto el mínimo impacto que refleja, es muy importante tomar en cuenta todos los elementos que se ha utilizado para la producción del producto mediante una evaluación, los desechos de las frutas triturados e insumos que no se utilizan, tendremos recipientes de acuerdo a sus desechos de reciclar. Así mismo se presentan residuos sólidos inorgánicos correspondientes al cartón donde vienen los demás ingredientes de los procesos productivos plásticos de envolturas, donde viene la leche, papelería en general que se presenta en el área administrativa.

Se comenzara a producir manteniendo el registro sanitario y el permiso de funcionamiento del local garantizando al cliente un producto de calidad sobre todo confiable y nutritiva.

6.02. Impacto económico

En el respectivo proyecto del impacto económico es tomado en cuenta las fuentes de empleo que vamos a generar incrementando las ganancias de venta y comercialización para el beneficio y desarrollo del País en el incremento del Producto Interno Bruto (PIB)

6.03. Impacto productivo

La microempresa que se dedica a la producción y comercialización de helados nutritivos a base de cereales, genera un gran impacto para la matriz productiva para el beneficio del País de tal manera que se incrementara fuentes de empleo generando un incremento económico para los trabajadores y proveedores como son las terceras personas.

Con la implementación del proyecto se ayudara al cambio de la misma ya que el gobierno pretende de fortalecer el sector agrícola con capacitaciones, ofreciendo planes de financiamiento, para generar nuevas industrias, manteniendo el cumplimiento de los estándares de calidad, para que sea aceptado por el mercado ecuatoriano,

El cambio de la matriz productiva favorece a nivel nacional y cantonal ya que se les otorga mayor valor a los productos nacionales, favoreciendo de esta manera a las locales comerciales, tiendas cafeterías etc., con el fin de dar una oportunidad de crecimiento, ingresos a los mercados y por ende la generación de plazas de empleo.

6.04. Impacto social

Representa toda la producción el cual intervienen en la creación de nuevas fuentes de empleo en el beneficio y desarrollo, se utiliza la responsabilidad social que están dirigidas al beneficio de la comunidad y sus alrededores, concientizándonos en el reciclaje para mantener un ambiente digno y saludable para todos los habitantes

Este producto contribuirá con la conservación de la salud de sus consumidores con el aporte de nutrientes, también resulta una fuente importante de vitamina está y está compuesta en un 94% de agua.

Se pretende crecer como empresa y generar fuentes de empleo que contribuyan en mejorar la calidad de vida a las familias y lograr la satisfacción de la sociedad, Como parte de la responsabilidad social, es mantener cuidadosos de que los procesos no dañen el medio ambiente, cumpliendo con los estándares de calidad, y garantizando el bienestar de todos los consumidores.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

7.01. Conclusiones

El presente Proyecto de estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de helados permite formular las siguientes conclusiones:

1. El helado es realizado a base de cereales, avena y arroz el cual tiene las siguientes características: es nutritivo, bajo en azúcar, medio en calorías, bajo en grasas, por lo que se puede afirmar que se trata de un alimento, más que de una golosina, pero que tiene el atractivo suficiente en el público potencial, persona de 1 a 64 años, es decir, que tendría amplia aceptación.
2. El Sur de Quito es un área urbana habitada predominantemente por personas pertenecientes a los estratos socioeconómicos bajo, medio bajo, y medio alto, con un poder adquisitivo en crecimiento. La parroquia urbana La Magdalena, perteneciente al sur de la capital ecuatoriana, la situación se replica, por lo que se eligió este sector, ya que además de encontrar un mercado receptivo al producto, se encuentran precios razonables para la mano de obra, el local y la logística que ello involucra.
3. El precio, según se vio, es aceptable para los potenciales consumidores, pues en el análisis de la competencia se observaron precios similares e incluso mayores, pero sin los valores nutritivos que contiene el producto propuesto en este estudio.
4. El diferencial que ofrece el helado propuesto en este estudio radica precisamente en su bajo aporte calórico y de carbohidratos, por lo que se constituye en una golosina saludable, que no atenta la salud de los consumidores ni genera adicción en ellos.
5. También se analizó el comportamiento de los proveedores, la competencia y los productos sustitutos, con los cuales el helado a base de cereal podría enfrentarse y de los cuales, incluso, necesitaría para impulsar las ventas.
6. El análisis financiero permitió identificar, describir y explicar el tipo de materia que se requiere para la producción de los helados, los ingresos que se

espera obtener de su venta, así como todos los costos de producción, directos e indirectos, fijos y variables, gastos administrativos y otros indicadores que posibilitan señalar que esta propuesta es viable y rentable para cualquier inversionista interesado en desarrollar un emprendimiento productivo de estas características.

7. Mediante la evaluación financiera se determinaron valores positivos para la TMAR, el VAN, la TIR, el PRI, la RBC y el punto de equilibrio, así como la RE, la ROE, la ROA, y la ROI, con lo cual se concluye que el negocio propuesto es rentable.

7.02. Recomendaciones

- Se recomienda que esta nueva alternativa proyectada se comience a realizar porque es de gran beneficio para la nutrición enfocándonos más en los niños, el cual tuvo una buena aceptación por los clientes.
- Se recomienda que una vez implementada esta propuesta, durante el primer año es importante hacer la revisión del control de los costos y gastos que se va a tener durante la producción de cada año.
- Se recomienda desde el inicio manejar con un estándar de calidad tanto en la Producción como en la atención al cliente, ya que estos aspectos serán los que garanticen la buena acogida y la competitividad del producto en el mercado logrando alcanzar las metas propuestas e incluso superarlas.
- Se recomienda mantener constantemente el trato a los trabajadores para incentivar emocionalmente para que se sientan satisfechos en su lugar de trabajo, para que produzcan con calidad sobre todo sean eficiente en sus actividades laborales.
- Es recomendable mantener ahorrado el dinero en un banco por seguridad, esto nos ayuda generar intereses, ya que al tener en el local estamos expuestos a un robo o a una mala inversión, en cosas que no sean de importancia.
- Los administradores de esta microempresa deben buscar constantemente un valor agregado para así lograr una ventaja competitiva ante nuestra

competencia y de quienes deseen implementar otra empresa similar a la que estamos implantando en golosinas nutritivas.

- Es necesario buscar inversionistas para poder expandirnos a nivel cantonal y luego a nivel nacional abriendo sucursales para dar conocer el producto y así mantenernos en el mercado satisfaciendo la necesidad del cliente.

BIBLIOGRAFÍA

Tangibles

- Baca, Gabriel. (2006) *Evaluación de Proyectos*. McGraw-Hill Interamericana. México. pp. 168, 181, 232.
- Barreira, Eduardo. (2001). *Manual Jurídico para empresas*. Abeledo Perrot. Buenos Aires. p. 107
- Díez, Emilio., García, Julio., Martín, Francisca., & Periañez, Rafael. (2001). *Administración y dirección*. Madrid: Mc Graw Hill. pp78, 89,120, 187.
- Flórez, Juan. Antonio. (2012). *Plan de Negocio para pequeñas empresas*. Ediciones de la U. Bogotá. p. 75.
- Gregory Mankiw, Esther Rabasc. (2008), *Principios de economía*. PARANINFO. Madrid. p. 351.
- Hernández, Roberto. (2006.). *Metodología de la investigación*. MacGraw-Hill/Interamericana, p. 435.
- Jiménez, Félix. (2007). *Macroeconomía. Enfoques y modelos ejercicios*. Lima: Nova Print S.A.C. p. 45.
- Ruiz, Cristian. (2011). *Metodología de información estadística mensual*. Banco Central del Ecuador. Quito. pp. 86, 97.

Virtuales

- Batalla, David (05 de 09 de 2013). Dirección de Empresas, Emprendedores y Pymes. Recuperado el 07 de 05 de 2014, de <http://nocionesdeekonomiayempresa.wordpress.com>
- Díaz, Raúl. (23 de Agosto de 2009). Scribd. Ambiente-Externo. Recuperado el 4 de Junio de 2012, de <http://es.scribd.com/doc/19006506/Ambiente-Externo>: <http://es.scribd.com/doc/19006506/Ambiente-Extern> . p. 25
- <http://www.bce.fin.ec/> . (s.f.). <http://www.bce.fin.ec/> . Recuperado el lunes de 6 de 2014, de
- <http://www.bce.fin.ec/> . Recuperado el lunes de 6 de 2014, de <http://www.bce.fin.ec/>.
- <http://www.blog-emprendedor.info>. (s.f.).

Rosas, Víctor., Barrios, Israel. (30 de 11 de 2011). Ambiente externo de las organizaciones empresariales: gestiopolis. Recuperado el 23 de 05 de 2014, de Sitio web de gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com>

www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pd. (s.f.). Recuperado el 9 de 7 de 2014

ANEXOS

ANEXO 1: LUAE

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE LAS
ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) No. 009449

MINISTERIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Y EL MINISTERIO DEL INTERIOR, CONFORME LA PRESENTE

ESPECIFICA

ACIONES ADMINISTRATIVAS INCLUIDAS EN LA PRESENTE LUAE

VIGENCIA HASTA:

RENOVACIÓN

TE LICENCIA NO EXIME AL ESTABLECIMIENTO DE POSIBLES SANCIONES POR DESACATO A LAS ORDENANZAS MUNICIPALES
que pueda ser exigida por la Autoridad Administrativa Municipal, ni a la obligación de cumplir con las regulaciones establecidas en las normas
huelven en sus actividades.
no queda sujeto a inspecciones periódicas de las condiciones de funcionamiento.
los datos establecidos obligatoriamente en un lugar visible.

MDMQ

del 20

ANEXO 2: PERMISO DE FUNCIONAMIENTO ARCSA

 **Agencia Nacional
de Regulación, Control
y Vigilancia Sanitaria**



REPÚBLICA DEL ECUADOR

**AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN,
CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA - ARCSA**

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: ARCSA-

Nombre o Razón Social del establecimiento:
LTDA.

Nombre del Propietario o Representante Legal:

Número del RUC del establecimiento:

Provincia:

Canton:

Parroquia:

Sector:

Dirección:

Calle principal:

Código del establecimiento:

Tipo de establecimiento: Distribuidoras de alimentos, bebidas y aditivos alimentarios;

Tipo Categoría: Mayoristas

Actividad (es):

Fecha de Emisión: 2014-02-06 - Vigencia hasta el 31 de diciembre de

Orden de pago:

Nota:
Las condiciones en la cual se emitió el Permiso de Funcionamiento, son verificables en cualquier momento por la Agencia
Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados nutritivos a base de cereales ubicada en el barrio la Magdalena sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

ANEXO 3: DECLARACIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

SRI Servicio de Rentas Internas		DECLARACION DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO												No.	0000000000			
100 IDENTIFICACION DE LA DECLARACION																		
DECLARACION MENSUAL												102		AÑO				
DECLARACION SEMESTRAL												104		No. FORMULARIO QUE SE RECTIFICA				
FORMULARIO 104 RESOLUCION N° 0131																		
200 IDENTIFICACION DEL SUJETO PASIVO (AGENTE DE PERCEPCION O RETENCION) 201 RUC 202 RAZON SOCIAL, DENOMINACION O APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS																		
300 PROPORCION DE CREDITO TRIBUTARIO APLICABLE EN ESTE MES VENTAS CON TARIFA 12% + EXPORTACIONES RESPECTO DEL TOTAL (501+503+505-507-513+515) / 517 301 SALDO DEL CREDITO TRIBUTARIO MES ANTERIOR 303 (-) DEVOLUCIONES DE IVA SOLICITADAS EN ESTE MES 305 (+) SALDO CREDITO TRIBUTARIO A APLICARSE EN ESTE MES 309																		
500 RESUMEN DE VENTAS Y OTRAS OPERACIONES DEL PERIODO QUE DECLARA BASE IMPONIBLE IMPUESTO VENTAS NETAS GRAVADAS CON TARIFA 12% (EXCLUYE ACTIVOS FIJOS Y OTROS) 501 501 VENTAS DE ACTIVOS FIJOS GRAVADAS CON TARIFA 12% 503 503 OTROS CON TARIFA 12% 505 505 (-) DEVOLUCIONES EN VENTAS MEDIANTE NOTAS DE CREDITO EMITIDAS CON IVA TARIFA 10% Y 14% 507 507 VENTAS NETAS GRAVADAS CON TARIFA CERO 509 509 VENTAS DE ACTIVOS FIJOS GRAVADAS CON TARIFA CERO 511 501 EXPORTACIONES DE BIENES 513 503 EXPORTACIONES DE SERVICIOS 515 505 TOTAL VENTAS Y EXPORTACIONES (EXCLUYE ACT. FIJOS) 501 + 503 + 505 - 507 + 509 + 513 + 515 517 507 TOTAL IMPUESTO 501 + 503 + 505 - 507 509																		
600 RESUMEN DE COMPRAS Y OTRAS OPERACIONES DEL PERIODO QUE DECLARA BASE IMPONIBLE IMPUESTO COMPRAS LOCALES NETAS DE BIENES GRAVADOS CON TARIFA 12% (EXCLUYE ACTIVOS FIJOS) 601 601 COMPRAS LOCALES DE SERVICIOS GRAVADOS CON TARIFA 12% 603 603 COMPRAS LOCALES DE ACTIVOS FIJOS GRAVADOS CON TARIFA 12% 605 605 IMPORTACIONES GRAVADAS CON TARIFA 12% (EXCLUYE ACT. FIJOS) 607 607 IMPORTACIONES DE ACTIVOS FIJOS GRAVADOS CON TARIFA 12% 609 609 (-) DEVOLUCIONES DE BIENES MEDIANTE LA RECEPCION DE NOTAS DE CREDITO CON IVA TARIFA 10% Y 14% 611 601 IVA SOBRE EL VALOR DE LA DEPRECIACION DE ACTIVOS EN INTERNACION TEMPORAL 613 603 IVA EN LEASING INTERNACIONAL 615 605 COMPRAS LOCALES DE BIENES Y SERVICIOS GRAVADOS CON TARIFA CERO 617 IMPORTACIONES GRAVADAS CON TARIFA CERO 619 SUBTOTAL CREDITO TRIBUTARIO DEL MES (505+509) + ((601+603+607-609+611+613+615) x 301) 609																		
700 RESUMEN IMPOSITIVO IMPUESTO RESULTANTE DEL MES 509 - 609 701 (-) SALDO DE CREDITO TRIBUTARIO MES ANTERIOR Transferir el campo 309 703 (-) RETENCIONES EN LA FUENTE DE IVA QUE LE HAN SIDO EFECTUADAS 705 (+) SALDO DE CREDITO TRIBUTARIO PARA EL PROXIMO MES 701 - 703 - 705 >= 0 706 (+) SUBTOTAL A PAGAR 701 - 703 - 705 >= 0 709																		
800 DECLARACION DEL SUJETO PASIVO COMO AGENTE DE RETENCION DEL IVA VALOR DEL IVA VALOR RETENIDO IVA CAUSADO POR LA COMPRA DE BIENES 801 801 IVA RETENIDO POR EMPRESAS EMISORAS DE TARJETAS DE CREDITO BIENES 803 803 90% SERVICIOS 805 805 70% IVA CAUSADO POR LA PRESTACION DE SERVICIOS 807 807 70% IVA CAUSADO POR LA PRESTACION DE SERVICIOS DE PROFESIONALES 809 809 100% IVA CAUSADO POR EL ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES A PERSONAS NATURALES 811 801 100% IVA CAUSADO EN LA DISTRIBUCION DE COMBUSTIBLES 813 803 100% IVA CAUSADO EN OTRAS COMPRAS DE BIENES Y SERVICIOS CON EMISION DE LIQUIDACION DE COMPRAS Y PRESTACION DE SERVICIOS 815 805 100% IVA CAUSADO EN LA DEPRECIACION DE ACTIVOS EN INTERNACION TEMPORAL 817 807 100% IVA CAUSADO EN LEASING INTERNACIONAL 819 809 100% TOTAL IVA RETENIDO SUMAR 801 AL 809 809 TOTAL IVA A PAGAR 709 + 809 809																		
900 VALORES A PAGAR Y FORMA DE PAGO PAGO PREVIO 901 TOTAL IMPUESTO A PAGAR 809 - 901 902 INTERESES POR MORA 903 MULTAS 904 TOTAL PAGADO 902 + 903 + 904 909																		
MEDIANTE CHEQUE, DEBITO BANCARIO, EFECTIVO U OTRAS FORMAS DE PAGO 905 US \$ MEDIANTE COMPENSACIONES TOTAL 906 US \$ MEDIANTE NOTAS DE CREDITO TOTAL 907 US \$																		
DETALLE DE NOTAS DE CREDITO 908 N/C No 909 910 N/C No 911 912 N/C No 913 914 N/C No 915 916 Resol. No 917 918 Resol. No 919 USD USD USD USD USD USD USD USD																		

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados nutritivos a base de cereales ubicada en el barrio la Magdalena sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

ANEXO 4: HOJA VOLANTE



ANEXO 5: GIGANTOGRAFÍA



ANEXO 6: TARJETA DE PRESENTACIÓN



ANEXO 7: TRÍPTICO



Misión

Será ofrecer al consumidor deliciosos y satisfactorios helados de diferentes diseños y sabores de cereales con las excelentes condiciones óptimas de calidad inocuidad y precio accesible para de esta manera asegurar la satisfacción y nutrición propietario de la unidad de producción del consumidor, y proporcionando fuentes de trabajo a la sociedad



Visión

Llegar a ser líder en el mercado en la producción y comercialización de helados nutritivos a base de cereales, satisfaciendo con las necesidades y exigencias del consumidor garantizando su gusto y nutrición llegando a sus familias siendo responsables con nuestro entorno mediante nuestros principios y valores institucionales estableceremos como una marca reconocida en el mercado lo que nos permitirá obtener una rentabilidad aceptable para el bienestar de los colaboradores y el propietario de la unidad de producción

OBJETIVO GENERAL

Ejecutar un estudio de mercado para la creación de una micro empresa que se dedique a elaborar y comercializar helados nutritivos a base de cereales en la provincia de Pichincha cantón Quito sector la Magdalena

Objetivo específico

- ⇒ Realizar un estudio financiero para determinar la rentabilidad de la empresa
- ⇒ Ejecutar el proceso de elaboración cumpliendo con los estándares de sanidad garantizando la calidad del producto.
- ⇒ Desempeñar un estudio de los costos de la materia prima, maquinaria y complementos que se utilizarán para la elaboración de los helados y así saber con cuanto capital se necesita
- ⇒ Ser generadores de fuentes de empleos
- ⇒ Enfocarnos en mejorar la salud de los habitantes

ANEXO 8: DISEÑO DE LAS FUNDAS



Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de helados nutritivos a base de cereales ubicada en el barrio la Magdalena sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

ANEXO 9: FOTOS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN



