



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y PRODUCCIÓN

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE MANJAR A BASE DE MIEL DE ABEJA EN
LA PROVINCIA DE PICHINCHA PARROQUIA SAN ANTONIO

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de tecnólogo en
Administración Industrial y de la producción.**

AUTORA: FANNY TIBÁN

TUTOR: ING. ANGÉLICA ALDAZ

QUITO/OCTUBRE/2014

DECLARATORIA

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

Fanny Alexandra Tibán Aneloa

CC 172269262-9

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Fanny Alexandra Tibán Aneloa alumna de la Escuela de Administración Industrial y de la Producción, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

Fanny Alexandra Tibán Aneloa
CC 172269262-9

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **FANNY ALEXANDRA TIBAN ANELOA**, 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 Industrial y Producción que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Industrial y Producción, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de manjar a base miel de abeja en la provincia de pichincha parroquia San Antonio de Pichincha ". Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor del proyecto de grado.

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

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

Estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa dedicado a la elaboración de manjar a base de miel en la provincia de Pichincha parroquia San Antonio

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 13 días del mes de octubre del dos mil catorce

f) _____
C.C. N° 1722692629
CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Gracias a la Ing. Angélica Aldaz por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.
Gracias a mi madre y mi familia por el apoyo moral que he tenido durante mi vida



DEDICATORIA

A mi madre por su apoyo incondicional y su amor infinito.

A mi familia por su calor filial.

A mi hijo por su eterna inspiración.

Contenido

CESIÓN DE DERECHOS	iii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	iv
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA.....	vii
Resumen ejecutivo	xvi
ABSTRACT	xvii
Capítulo I.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes	2
Capítulo II	7
2.01 Ambiente Externo	7
2.01.01 Aspecto Económico	7
2.01.01.01 Inflación.....	7
2.01.01.02 Tasa de interés	8
2.01.01.03. PIB	12
2.01.01.04 Balanza Comercial	13
2.01.02 Factor Social	15
2.01.02.01 Población.....	15
2.01.02.02 PEA	17
2.01.02.03 Migración	18
2.01.03 Aspecto Político Legal	19
2.01.03.01 La Junta Nacional del Artesano	20
2.01.03.02 La Cámara Artesanal de Pichincha	21
2.01.03.03 RUC (Registro Único de Contribuyentes)	22
2.01.03.04 Patente Municipal	22
2.01.03.05 Uso del Suelo.....	23

2.01.03.06 Licencia Metropolitana de Funcionamiento	24
2.01.03.07 Afiliación al IESS como Empleador Artesano	24
2.01.03.08 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	25
2.01.03.09 Registro Sanitario	25
2.01.04 Aspecto Tecnológico	27
2.02 Entorno Local.....	28
2.02.01 Clientes.....	28
2.02.01.01 Poder de Negociación con los Clientes	28
2.02.02 Proveedores	29
2.02.02.01 Poder de Negociación con los Proveedores.....	29
2.02.03 Competencia	30
2.02.03.01. Competencia Directa.....	30
2.02.03.02. Competencia Indirecta	30
2.03 Análisis Interno.....	32
2.03.01 Propuesta Estratégica	32
2.03.01.01 Misión.....	32
2.03.01.02 Visión.....	32
2.03.01.03 Objetivos	32
2.03.01.04 Principios y/o Valores.....	33
2.03.02 Gestión Administrativa.....	35
2.03.02.01 Planificación	35
2.03.02.02 Organización.....	36
2.03.02.03 Dirección	38
2.03.02.04 Control.....	38
2.03.03 Gestión Operativa	38
2.03.04 Gestión Comercial	40
2.03.04.01 Producto	40
2.03.04.02 Precio.....	40
2.03.04.03 Plaza	41
2.03.04.04 Promoción	42
2.03.04.04.01 Publicidad	42

Estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa dedicado a la elaboración de manjar a base de miel en la provincia de Pichincha parroquia San Antonio

.....	46
2.04 Análisis FODA	47
Capitulo III: Estudio de Mercado	48
3.01 Análisis del consumidor.....	48
3.01.01 Determinación de la población y muestra	48
3.01.02 Técnicas de obtención de Información	49
3.01.03 Encuesta	50
3.01.04 Análisis de la Información	52
3.01.05 Resultados de la Encuesta	52
.....	55
3.02 DEMANDA	62
3.02.01 DEMANDA HISTORICA	63
3.02.02 DEMANDA ACTUAL.....	63
3.02.03 DEMANDA PROYECTADA.....	64
3.03 OFERTA	64
3.03.02 OFERTA ACTUAL	65
3.03.02 OFERTA PROYECTADA	65
3.04 BALANCE OFERTA-DEMANDA	65
3.04.01 BALANCE ACTUAL.....	65
Capitulo IV: Estudio Técnico.....	66
4.01 Tamaño del Proyecto	67
4.01.01 Capacidad Instalada	67
4.01.02 Capacidad Óptima	68
4.02 Localización	69
4.02.01 Macro localización.....	69
4.02.02 Micro localización.....	70
4.02.03 Localización Óptima	70
4.03 Ingeniería del Proyecto	71
4.03.01 Definición del Bien y / o Servicio.....	72
4.03.02 Distribución de Planta	72
4.03.01 PROCESO PRODUCTIVO	81

Estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa dedicado a la elaboración de manjar a base de miel en la provincia de Pichincha parroquia San Antonio

4.03.02 Actividades	82
Anexo 3	82
CAPITULO V	85
5 ESTUDIO FINANCIERO.....	85
5.01.01 INGRESOS OPERACIONALES.....	86
5.01.02 INGRESOS NO OPERACIONALES	89
5.02. COSTO.....	89
5.02.01. Costo directo	89
5.02.02. Costo indirecto	90
5.02.02.01 Proyecciones de costos y gastos.....	91
Proyección de Costos de producción.....	91
5.02.03. Gastos administrativos.....	91
5.02.04. Costo de venta	93
5.02.05. Costo financiero	94
5.02.06. Costos fijos y variables	94
5.02.06.01. Costos fijos	94
5.02.06.02. Costo variable.....	95
5.03 INVERSIONES	96
5.03.01 Inversión fija.....	96
5.03.01.01 Activos fijos	96
5.03.01.02 Activos nominales	98
5.03.02 Capital de trabajo.....	99
5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	99
5.03.04 Amortización de financiamiento	100
5.03.05 Depreciaciones	102
5.03.06 Estado de situación inicial	103
5.03.07 Estado de resultados proyectados	104
5.03.08 Flujo de caja	105
5.04 EVALUACIÓN.....	106
5.04.1 (TMAR) Tasa de Descuento.....	106
5.04.02 Van (Valor Actual Neto)	107

Estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa dedicado a la elaboración de manjar a base de miel en la provincia de Pichincha parroquia San Antonio

5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)	108
5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	109
5.04.05 Relación Costo Beneficio (RBC)	110
5.04.06 Punto de equilibrio	111
5.04.07 Análisis de índices financieros	113
5.04.07.01. Índice de liquidez	113
5.04.07.03. Endeudamiento	114
5.04.07.04. Retorno sobre el Capital Propio	114
5.04.07.05 Roa	115
Capítulo VI Análisis de Impactos	115
6.01 Impacto Ambiental	115
6.02 Impacto Económico	117
6.03 Impacto Productivo	117
6.04 Impacto Social	118
Capitulo VII Conclusiones y Recomendaciones	119
7.01 Conclusiones	119
7.02 Recomendaciones	¡Error! Marcador no definido.
Anexos 1	121
Anexo2	122
Anexo3	123
Bibliografía	124
Web grafía	124

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Evolución de la Inflación	7
Tabla 2: Evolución tasa de interés activa	9
Tabla 3: Evolución tasa de interés pasiva	11
Tabla 4: PIB	13
Tabla 5: Población.....	16
Tabla 6: Proveedores.....	29
Tabla 7: Competencia Indirecta	31
Tabla 8: Cronograma de actividades	36
Tabla 9: Actividades en procesos.....	39
Tabla 10: Costo de Producción Unitario	41
Tabla 11: Foda.....	47
Tabla 12: Genero.....	52
Tabla 13: Primera pregunta	54
Tabla 14: Segunda Pregunta.....	55
Tabla 15: Tercera Pregunta	56
Tabla 16: Cuarta Pregunta.....	57
Tabla 17: Quinta Pregunta.....	58
Tabla 18: Sexta Pregunta.....	59
Tabla 19: Séptima Pregunta	60
Tabla 20: Octava Pregunta	61
Tabla 21: Novena Pregunta	62
Tabla 22: Demanda Actual.....	63
Tabla 23: Demanda Proyectada.....	64
Tabla 24: Aceptación de la competencia.....	65
Tabla 25: Oferta Proyectada.....	65
Tabla 27: Calculo demanda insatisfecha.....	66
Tabla 29: Distribución de áreas de la planta	67
Tabla 30: Análisis de la capacidad instalada.....	68
Tabla 31: Macro-localización.....	69
Tabla 32: Matriz de localización.....	71
Tabla 33: Códigos de cercanía	73
Tabla 34: Factores del proceso.....	73
Tabla 35: Simbología de diagramas	82
Tabla 36: Cuadro de Actividades.....	82
Tabla 37: Maquinaria y Equipos	83
Tabla 38: Materia Prima Directa.....	86
Tabla 39: Mano de obra directa.....	86
Tabla 40: Costo Indirectos de Fabricación.....	87

Tabla 41: Ingresos	87
Tabla 42: Ingresos Proyectados(ventas).....	88
Tabla 43: Costos Directos	89
Tabla 44: Costos Indirectos.....	90
Tabla 45: Gastos Administrativo.....	91
Tabla 46: Otros Gastos	92
Tabla 47: Proyección de Gastos Administrativos	92
Tabla 48: Costo de Ventas	93
Tabla 49: Proyección de Gastos de Venta.....	93
Tabla 50: Costo Financiero	94
Tabla 52: Costo Variable y fijos	95
Tabla 53: Cuadro de Activos.....	97
Tabla 54: Activos Nominales.....	98
Tabla 55: Capital de Trabajo.....	99
Tabla 56: Cuadro de Inversiones.....	100
Tabla 57: Amortización de financiamiento	101
Tabla 58: Amortización de gastos de constitución.....	101
Tabla 59: Depreciaciones	102
Tabla 60: Estado de Situación Inicial.....	103
Tabla 61: Estado de Resultados	104
Tabla 62: Flujo de Caja	105
Tabla 63: Valor Actual Neto (VAN).....	107
Tabla 64: Tasa interna de retorno (TIR).....	108
Tabla 65: Periodo de Recuperación de la Inversión.....	109
Tabla 66: Punto de Equilibrio	111
Tabla 67: Datos para grafico del punto de equilibrio.....	112

TABLA DE GRÁFICOS

Figura 1: Evolución de la Inflación.....	7
Figura 2: Evolución tasa de interés activa.....	10
Figura 3: Evolución tasa de interés pasiva.....	12
Figura 4: Balanza Comercial.....	14
Figura 5: Población.....	16
Figura 6: Población económicamente activa.....	17
Figura 7: Tasa de migración neta.....	19
Figura 8: Organigrama Estructural.....	36
Figura 9: Croquis de Ubicación.....	41
Figura 10: Genero.....	53
Figura 11: Primera pregunta.....	54
Figura 12: Segunda Pregunta.....	55
Figura 13: Tercera Pregunta.....	56
Figura 14: Cuarta Pregunta.....	57
Figura 15: Quinta Pregunta.....	58
Figura 16: Sexta Pregunta.....	59
Figura 17: Séptima Pregunta.....	60
Figura 18: Octavo Pregunta.....	61
Figura 19: Novena Pregunta.....	62
Figura 20: Macro-localización.....	69
Figura 21: Matriz Triangular.....	73
Figura 22: Punto de Equilibrio.....	112

Resumen ejecutivo

HONEY Es una microempresa dedicado a la elaboración de manjar a base de miel en la provincia de Pichincha parroquia San Antonio.

Después de haber hecho el presente proyecto se ve y analiza que la microempresa se encuentra factible en el lugar establecido.

Busca que la microempresa de productos de calidad a todos sus habitantes del de San Antonio y de sus alrededores facilitando al adquirir el producto en un todo las tiendas más pequeñas hasta llegar a supermaxis y por qué no a llegar a exportar

ABSTRACT

HONEY is a small business dedicated to developing delicacy made of honey in the province of Pichincha San Antonio parish.

After doing this project is that the micro and analyzes are feasible in the appointed place.

Search the microenterprise quality products to all its inhabitants of San Antonio and surrounding areas by providing at purchase in all the smaller stores to reach supermaxis and why not get exported



Capítulo I

1.01 Justificación

El proyecto se crea por la visión de un grupo de artesanos que visitaron la parroquia de San Antonio de Pichincha, en sus fiestas de cantonización. Este grupo se dedicaba a vender miel y a dar a conocer sus beneficios uno de ellos decían “disfruten de la sabrosa miel que es un manjar”.

El tema surge de las investigaciones que se realizan mediante la existencia de la idea de la creación de una microempresa que elaboré manjar de miel mediante la presentación del proyecto se tendrá la oportunidad de promocionar un producto nuevo que en el mercado llegará a ser conocido, apetecido y mantendrá competencia con varios productos.

El crear un producto innovador, un producto que la gente no conoce y que lo va hacer conocer mediante materia prima, reconocida por sus nutrientes y sus valiosas vitaminas y proteínas.

Llegar a crear cosas nuevas mediante el proyecto que se debe realizar en este último semestre investigar y analizar varios factores en la actualidad se ,pero tomaremos todos estos factores para la realización del proyecto.

El proyecto pretende promover los beneficios proporcionadas por la miel ya que los antepasados no utilizaban azúcar más que el dulce sabor de la miel que pasando los tiempos se ha ido perdiendo su valor la idea es nuevamente abrir una ventana para este producto ecuatoriano.

Su sabor es exquisito y mucho mejor darle una alternativa exitosa para utilizar en los desayunos de los hogares ecuatorianos ya que la miel es la materia principal y será

representado por el modelo típico y sabroso de un manjar así que el producto ser denominado manjar de miel

1.02 Antecedentes

Origen

Durante miles de años, la humanidad no ha tenido a su disposición más sustancia endulzante que la miel. Este producto natural ha sido y es fundamental en la vida de los habitantes en todas las latitudes del mundo, como miel pura, utilizada para fines comestibles, cosméticos y medicinales. La miel ha acompañado al hombre desde los inicios de la humanidad. Utilizándola con fines alimenticios, cosméticos y terapéuticos.

La miel de abeja

Es un fluido dulce y viscoso preparado por las abejas a partir del néctar de las flores, de jugos azucarados extra florales de vegetales y de jugos azucarados que excretan algunos animales como los pulgones. El color, sabor y aroma de la miel depende de las sustancias esenciales que producen las flores de donde es extraída.

Las abejas extraen el néctar de las flores, y lo ingieren, transportándose por el estómago o buche melarí de la abeja en donde es transformado en miel, y luego lo depositan en las celdas, para alimento de larvas y adultos. Cuando las abejas recolectan el néctar, proveniente de jugos azucarados extra florales, de plantas, se le llama mielada. Y cuando la sustancia recogida y tratada en el buche melarí y excretada por seres animales, como los pulgones, el resultado de la elaboración será llamada Ligamaza. La mielada y ligamaza son una misma cosa: miel producida por las abejas en base a la recolección y posterior elaboración de la miel, es un alimento básicamente energético, aunque aporta

menos calorías que el azúcar, se toma en cuenta que una cucharadita de miel pesa mucho más que una de azúcar, y es de fácil asimilación y si no se tiene precaución la persona engorda.

Además, su poder para neutralizar las bebidas ácidas es mayor, es bastante menor para endulzar las calientes, en las que habitualmente se emplea.

El azúcar aporta cuatrocientos calorías cada cien gramos, la miel provee de treientos veinte y dos calorías, una fuente de ácidos naturales, minerales, proteínas, aminoácidos, enzimas y otras sustancias, responsables de los beneficios que aporta su consumo para la salud. Sustituir el azúcar por la miel, evita la pérdida de calcio que provoca el consumo de azúcar. La miel es antiséptica, fortificante, calmante, laxante, diurética y bactericida entre otras aplicaciones terapéuticas, pero no se debe exceder en su consumo.

Apicultura

(Cría de abejas) es una de las actividades más antiguas e importantes del mundo cuya existencia se remonta, sin embargo, en las pinturas rupestres se ha encontrado evidencias de que el hombre pre histórico ya recolectaba miel. Su importancia radica al hecho de prestar una gran contribución al hombre a través de sus productos como miel, polen, jalea real, propóleos, cera, veneno y en la polinización de las flores en la agricultura. Siendo el principal actor la abeja, y entre las que mayores beneficios aporta a la humanidad, así como, las abejas nativas de la Amazonía Ecuatoriana.

Uso de la miel

Se la utiliza de diferentes maneras en la medicina local tradicional y medicina profesional, la misma que tiene algunos resultados importantes:

Cataplasma para abscesos gingivales: Se necesita una porción de miel y una de agua, la cantidad según el tamaño del absceso. Colocamos en una olla pequeña la cantidad de una cuchara de miel y una de agua, calentar hasta lograr un caramelo oscuro, casi quemado.

Aplique este producto lo más caliente que pueda resistirlo, sin quemarse, sobre el absceso. Logrará desaparecer y desinfectar el absceso.

Irritación y asma: Los aceites esenciales contenidos en la miel y el aceite de ricino disminuyen la irritación y producirá la tranquilidad del asmático por algunas horas.

Necesitamos una cuchara de miel y una de aceite de ricino. Al calentar a vapor la miel hasta que esté bien líquida, luego agregar gota a gota, el aceite de ricino, mezclar bien hasta obtener un compuesto homogéneo. Administrar al paciente una cucharadita de té por la mañana, cuando recién se levanta, y otra por las noches, antes de acostarse; para un mejor resultado mantener en la boca el preparado por un rato antes de tragarlo.

Bronquitis: Se usa cinco cucharas soperas de miel, una taza de agua hirviendo y algunos brotes de abeto. Prepare una infusión con brotes de abeto y dejar reposar por quince minutos en el agua hirviendo. Filtre la preparación y endulce con la miel.

Laringitis: Para esta dolorosa afección, disuelva una cucharada de miel de romero y una de salvado en un vaso de agua. Haga con esta preparación prolongadas gárgaras y sentirá enmarcado alivio. O en todo caso tome cada cuatro horas, una cucharada de miel mezclada con media cucharada de vinagre de Sidra, esto aliviará el dolor de garganta.

Colesterol: La mezcla de miel de abeja y canela, cura la mayoría de las enfermedades. En Estados Unidos y Canadá, donde se utiliza esta pasta continuamente en casas de retiro, se ha descubierto que la miel con canela revitaliza las arterias y venas de los pacientes ancianos y las limpia. Haga una pasta de miel con canela en polvo. Úntela al

pan y cómalo regularmente en el desayuno. Usada esta pasta en lugar de mermelada o mantequilla. Reduce el colesterol en las arterias y previene ataques al corazón.

El dolor y la picazón: Desaparecen en uno a dos minutos. Mezcle una cucharadita de miel, dos cucharaditas de agua tibia y una cucharadita de canela en polvo. Haga una pasta con los ingredientes y frótela suavemente, alivia la picadura de insecto.

Calambres y artritis: En un estudio hecho en la Universidad de Copenhagen, los doctores dieron a sus pacientes a diario, antes del desayuno: una cucharada de miel y media de canela en polvo. En una semana, de doscientos pacientes siguiendo el tratamiento, setenta y cinco dejaron de tener dolor totalmente. Un mes más tarde casi todos los pacientes estaban libres de dolor, aun aquellos que casi ya no podían caminar. Se recomienda mezclar bien en una taza de agua caliente, dos cucharadas de miel y una cucharadita de canela en polvo. Beber ésta preparación todos los días una por la mañana y otra por la noche. Si se toma con regularidad, hasta la artritis crónica se puede curar.

Calvicie o pérdida de cabello: Preparar una pasta preparada con una cucharada de miel, una cucharada de aceite de oliva y una cucharadita de canela en polvo. Dejárselo por quince minutos antes de ducharse. Pueden aplicarse al cuero cabelludo la pasta lo más caliente que se resista. Se probó su efectividad aún con los que dejaron la pasta en su cabeza solamente cinco minutos.

Infección a los riñones: En un vaso de agua tibia mezclar dos cucharadas de canela en polvo y una cucharada de miel, mata los gérmenes que producen infección en los riñones. Tomar mañana y tarde, hasta que pase la infección.

Dolores de dientes: Hacer una pasta con una cucharadita de canela y cinco cucharaditas de miel y aplicar al diente que duele. Esto se debe repetir por lo menos tres veces al día.

La mezcla de miel con canela también alivia el gas en el estómago, fortifica el sistema de inmunización, y alivia la indigestión.

Vejez: Mezcle cuatro cucharadas de miel, una cucharada de canela y tres tazas de agua. Hierva para hacer un té con estos ingredientes y beba un cuarto de taza tres o cuatro veces al día. Mantiene la piel fresca y suave y resta los síntomas de la vejez.

Cosmético: Se puede aplicar en la piel como mascarillas de belleza, agregándole productos naturales como barro, germen de trigo, aceite de aguacate, etc. por sus propiedades humectantes y revitalizantes, proporciona al cutis tersura y lozanía. Agregue una cucharada de miel a su shampoo preferido y le evitará gérmenes indeseables en el cuero cabelludo, dándole brillo y belleza. Puede provocar reacciones alérgicas en algunas personas adultas y niños. ¹

¹ CRISTIAN SÁNCHEZ R. (2003): Crianza y producción de abejas –Apicultura. Ediciones Ripalme. Editorial Servilibros. Distribuidora Edisón. Colección Granja y Negocio. Lima 36 – Perú.

Capítulo II

2.01 Ambiente Externo

2.01.01 Aspecto Económico

2.01.01.01 Inflación

La inflación es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de una economía en un periodo determinado. Para su cuantificación se usa el "índice de precios al consumo". (Economic España, 2013)

Tabla 1: Evolución de la Inflación

Año	Evolución
2011	4,28
2012	5,00
2013	2,68

Figura 1: Evolución de la Inflación



Fuente: INEC/ EL COMERCIO

Análisis

Debido a que los últimos años la inflación en el Ecuador se ha mantenido de manera moderada, para el presente proyecto representa una amenaza de carácter alto, ya que la materia prima dependerá del alza o baja de los precios y por este factor si influirá en el comportamiento de los clientes.

2.01.01.02 Tasa de interés

Las tasas de interés manifiestan que este representa el importe del alquiler del dinero. Dado que los montos de intereses son dinero los mismos que el capital, este importe se presenta normalmente como un porcentaje que ese aplica al capital por unidad de tiempo. (Buena Ventura V, 2011) (pág. 78)

✓ Tasa de Interés Activa

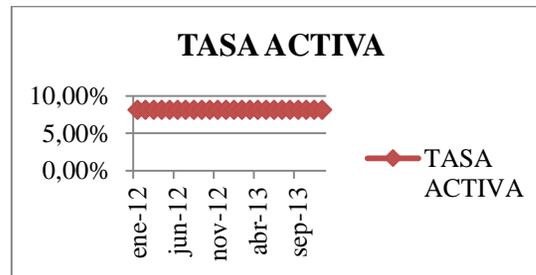
Serán lo que las entidades financieras aplique en los créditos que otorgue a sus asociados y el monto de intereses resultante representará su ganancia en las operaciones crediticias. (Guevara Samaniego, 2013)

Tabla 2: Evolución tasa de interés activa

Fecha	Valor
ene-12	8,17%
feb-12	8,17%
mar-12	8,17%
abr-12	8,17%
may-12	8,17%
jun-12	8,17%
jul-12	8,17%
ago-12	8,17%
sep-12	8,17%
oct-12	8,17%
nov-12	8,17%
dic-12	8,17%
ene-13	8,17%
feb-13	8,17%
mar-13	8,17%
abr-13	8,17%
may-13	8,17%
jun-13	8,17%
jul-13	8,17%
ago-13	8,17%
sep-13	8,17%
oct-13	8,17%
nov-13	8,17%
dic-13	8,17%

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

Figura 2: Evolución tasa de interés activa



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

Es muy importante en este proyecto la tasa de interés activa para llegar a realizar el estudio financiero y saber si es rentable el proyecto propuesto a donde llega la idea de implementar este producto nuevo.

✓ Tasa de Interés Pasiva

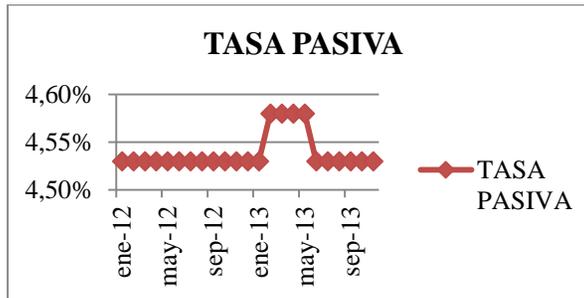
Serán lo que las entidades financieras deba pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentará una pérdida. (Guevara Samaniego, 2013)

Tabla 3: Evolución tasa de interés pasiva

Fecha	Valor
ene-12	4,53%
feb-12	4,53%
mar-12	4,53%
abr-12	4,53%
may-12	4,53%
jun-12	4,53%
jul-12	4,53%
ago-12	4,53%
sep-12	4,53%
oct-12	4,53%
nov-12	4,53%
dic-12	4,53%
ene-13	4,53%
feb-13	4,58%
mar-13	4,58%
abr-13	4,58%
may-13	4,58%
jun-13	4,53%
jul-13	4,53%
ago-13	4,53%
sep-13	4,53%
oct-13	4,53%
nov-13	4,53%

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

Figura 3: Evolución tasa de interés pasiva



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

Análisis

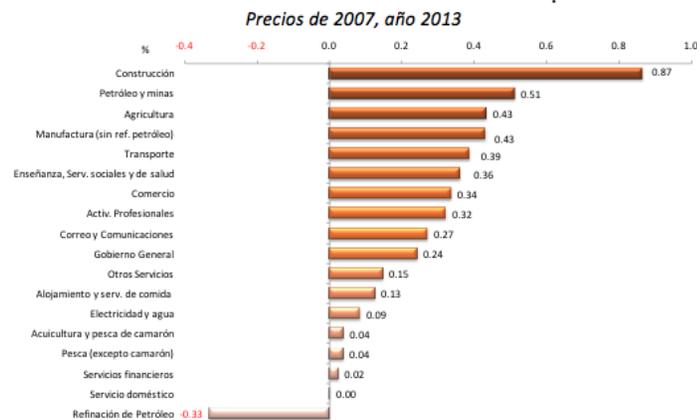
La tasa de interés para el presente proyecto representa una amenaza de carácter alto. Debido a que el sector micro empresarial no puede acceder fácilmente a un crédito por los altos interés.

2.01.01.03. PIB

Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. (Economía, 2013)

Tabla 4: PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador



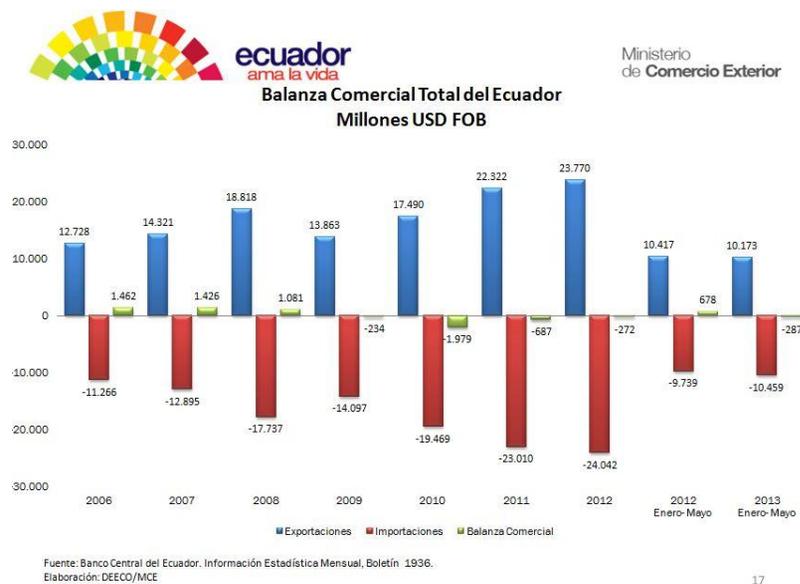
Análisis

El PIB para el presente proyecto representa una oportunidad de carácter alto, porque según las estadísticas en el sector artesanal en los últimos años han mostrado una tendencia de crecimiento, aportando positivamente a los ingresos totales del país, por ende el implementar la microempresa ayudaría a seguir contribuyendo a mejorar la economía del sector ya que el producto va hacer elaborado artesanalmente.

2.01.01.04 Balanza Comercial

Esta balanza solo incluye las importaciones y exportaciones de mercancías, es decir, que no contempla la prestación de servicios entre países, ni la inversión o movimiento de capitales. (Economic España, 2013)

Figura 4: Balanza Comercial



Análisis

La balanza comercial para el presente proyecto representa una amenaza de carácter medio, debido a que si las importaciones son mayores que las exportaciones se está dando mayor importancia a la producción internacional, por ende no se compraría productos artesanales elaborados en el país.

2.01.02 Factor Social

Para la elaboración de mermeladas involucra principalmente al Talento Humano, ya que es necesario realizar una serie de actividades para obtener el producto final. Este Talento Humano realiza un trabajo eficaz y honesto que les permite educar a sus hijos, alimentar sus familias y a la vez se desarrollan tanto en lo personal como lo profesional.

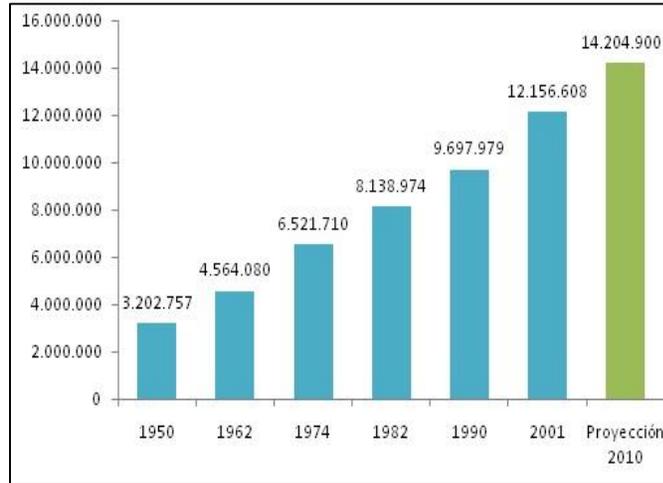
Un gran grupo de personas se beneficiaran con el proyecto ya que se creará nuevas fuentes de empleo, de igual manera se beneficiaran los posibles proveedores.

La comunidad agrícola se beneficiará con la creación de fuentes de empleo, mayores ingresos, incremento del valor económico en las actividades que realizan como proveedores, el mismo que al obtener una materia prima a menor costo podemos de igual manera distribuir nuestro producto a un costo considerable.

2.01.02.01 Población

Grupo de personas que viven en un área o espacio geográfico.

Figura 5: Población



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Tabla 5: Población

	hombres	mujeres	total
Población de la Parroquia San Antonio - Quito de: Total años:	15912	16445	32357

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Análisis

La población del Ecuador ha ido evolucionando, pero no tan significativamente, por lo cual para el presente proyecto representa una Oportunidad de carácter medio, debido a que las futuras generaciones puedan o no adquirir el producto.

2.01.02.02 PEA

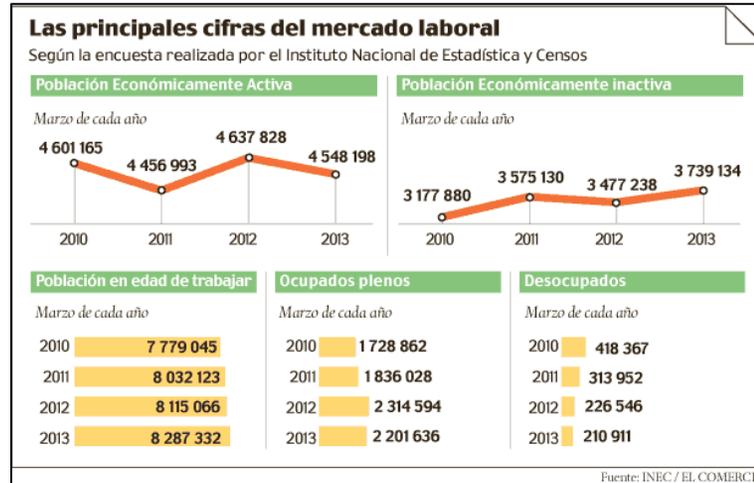
El primer concepto clave, que solemos escuchar con frecuencia, es el de la PEA, que es la abreviación de Población económicamente activa; y se refiere a todas las personas en edad de trabajar, que se encuentran ejerciendo o buscando algún puesto de trabajo en la actualidad. (<http://www.scribd.com/Que es la PEA 2013>)

Conjunto de personas de más de 12 años que desempeñan una ocupación, o Bien, si no la tienen, la buscan activamente. (Eco-finanzas Ecuador, 2013)

Ecuador, registró un desempleo de 4,6% y un subempleo de 44,7% en marzo de 2013, frente a 4,9% y 43,5%, respectivamente, en el mismo mes de 2012, informó el lunes el estatal Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Según el INEC dice que Ecuador cuenta con una Población Económicamente Activa (PEA) de unos siete millones de personas, la ocupación plena bajó a 48,6% en marzo de 2013 frente a 50,2% de marzo de 2012.

Figura 6: Población económicamente activa

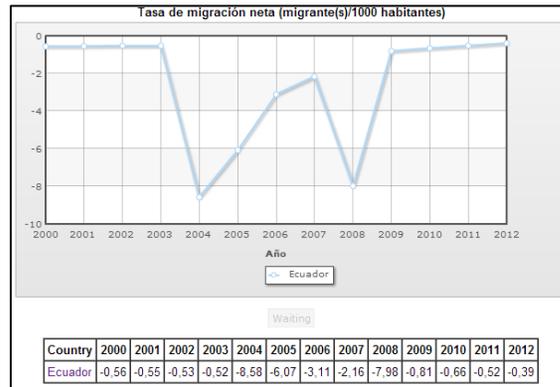


Fuente: INEC/EL COMERCIO

2.01.02.03 Migración

Afirma que la migración se entiende como los desplazamientos de personas que tienen como intención un cambio de residencia desde un lugar de origen a otro destino, atravesando algún límite geográfico que generalmente es una división político-administrativa. (Ruiz García, 2004) (pág.13)

Figura 7: Tasa de migración neta



Fuente: Indexmundi

Análisis

De acuerdo a los gráficos podemos observar que la migración en los últimos años ha ido en decremento debido a la crisis mundial que se está viviendo actualmente, es por esta razón por la cual están retornando a su país de origen en busca de plazas de trabajo; la migración para el presente proyecto representa una amenaza de carácter medio debido a que ya no envían las remesas con el los años anteriores por esta razón los recursos económicos son más escasos.

2.01.03 Aspecto Político Legal

El presente proyecto será legalizado como microempresa artesanal para ende será sustentada por los siguientes artículos mencionados en la normativa legal.

2.01.03.01 La Junta Nacional del Artesano

La Junta Nacional del Artesano es la institución rectora de la información, titulación y calificación artesanal a nivel nacional, que garantiza los derechos profesionales y socioeconómicos de los artesanos.

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

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

ART.56 Numeral 19 de la Ley de Régimen Tributario

Señala que: Se encuentran grabados con tarifa cero los servicios prestados por los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

También tendrán tarifa cero de IVA los servicios que presten los talleres, operarios, bienes producidos y comercializados por ellos.

El Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno

Según el ART. 1 EN 171 manifiesta: los artesanos calificados por la JNDA, en la venta de bienes producidos por ellos y en la prestación de su servicio, emitirán sus comprobantes de ventas considerando tarifa 0% del IVA, siempre que cumplan entre los siguientes requisitos:

- ✓ Mantener actualizada la calificación por la JNDA.
- ✓ Mantener actualizada su inscripción en el registro único de contribuyentes.
- ✓ Presentar semestralmente su declaración del valor agregado y anualmente la declaración del impuesto a la renta.

El artesano que reúne los requisitos señalados, el SRI le conferirá un certificado que indica que esta facturado a emitir comprobantes de ventas con tarifa 0%.

- ❖ Requisitos de calificación artesanal autónoma
- ❖ Requisitos de calificación de taller artesanal
- ❖ Requisitos de recalificación taller artesanal

2.01.03.02 La Cámara Artesanal de Pichincha

Es una entidad autónoma, de derecho privado con finalidad social, con personería jurídica y capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones.

La Cámara establece alianzas estratégicas interinstitucionales con: universidades, fundaciones, gobiernos seccionales, instituciones del sector público y privado, organismos de cooperación nacional e internacional, organizaciones sociales y culturales, empresas y entidades afines.

- ✓ Requisitos para la afiliación a la Cámara (artesano)
- ✓ En caso de no tener título de artesano se debe entregar:
 - Requisitos para la calificación en Mic (Taller)
 - Calificación de artesano y del taller
 - Beneficios de los afiliados

2.01.03.03 RUC (Registro Único de Contribuyentes)

El RUC 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.

- ❖ Requisitos para personas naturales

2.01.03.04 Patente Municipal

Obligación:

Obtener el permiso de patente, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón así también como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo:

Hasta el 31 de Enero de cada año y tiene validez de un año.

Base Legal

Ley de regimiento municipal art. 381 – 386

Código municipal para el DMQ, ORDENANZA 001 Art. III 3 al III 46 (R.O No. 226 del 31 de diciembre de 1997), (R.O 234 del 29 de diciembre del 2000)

Dirección:

Administración zonal correspondiente

✓ Administración Zonal La Delicia

❖ Requisitos para personas naturales

2.01.03.05 Uso del Suelo

Obligación:

Obtener el permiso de Uso del Suelo para desarrollar una actividad comercial.

Plazo:

Validez de un año.

❖ Requisitos

2.01.03.06 Licencia Metropolitana de Funcionamiento

La Licencia Metropolitana de Funcionamiento es el documento que habilita a las personas naturales y jurídicas para el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizando el funcionamiento de sus establecimientos, en razón de que se ha cumplido con los requisitos exigidos de acuerdo a su categoría, inspecciones y controles realizados por el Cuerpo de Bomberos, Dirección Metropolitana de Salud.

2.01.03.07 Afiliación al IESS como Empleador Artesano

Para realizar la afiliación se debe acudir a las oficinas del IESS con los siguientes documentos:

- ✓ RUC
- ✓ Cedula original y copia
- ✓ Papeleta de votación y copia
- ✓ Comprobante de pago de agua, luz o teléfono de la planta

- ✓ Nombre de la empresa o del representante legal del mismo
- ✓ Calificación artesanal

2.01.03.08 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Para obtener el permiso son necesarios los siguientes documentos:

- ✓ Informe de la inspección
- ✓ Copia de la cedula de identidad del representante
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de la Patente Municipal

2.01.03.09 Registro Sanitario

El registro sanitario es un proceso al cual debe someterse todo alimento procesado, aditivo, cosmético, productos higiénicos, medicamento e insumo médico producido y comercializado para consumo humano, garantizando su eficacia e inocuidad ante las autoridades sanitarias.

Plazo

Validez de cinco años

De la obtención del Registro Sanitario por certificación de buenas prácticas de manufactura (BPM)

Art. 15.- Para la obtención del Registro Sanitario con aplicación de las buenas prácticas de manufactura de acuerdo con el reglamento respectivo, bastará presentar la solicitud de Registro Sanitario que contendrá la siguiente información:

- a) Nombre o razón social de la persona natural o jurídica a cuyo nombre se solicita el Registro Sanitario y su domicilio;
- b) Nombre o razón social y dirección del fabricante;
- c) Nombre y marca (s) del producto;
- d) Descripción del tipo de producto; y,
- e) Lista de ingredientes utilizados en la formulación (incluyendo aditivos), los ingredientes deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas.

Se anexarán los siguientes documentos:

1. Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal y, cuando se trate de persona natural, cédula de ciudadanía o de identidad.
2. Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal o matrícula mercantil del fabricante, cuando el producto sea fabricado por persona diferente al interesado.
3. Recibo de pago, por derechos de Registro Sanitario, establecidos en la ley.

4. Certificado de operación de la planta procesadora sobre la utilización de buenas prácticas de manufactura, de acuerdo al respectivo reglamento.

2.01.04 Aspecto Tecnológico

La tecnología en el Ecuador, no solo debe servir para la producción, sino también para que se adecue a los recursos humanos y naturales, así como las necesidades del país.

Por otra parte hay también tecnologías sencillas, tradicionales, que combinándose con las modernas pueden dar resultados positivos.

.En lo que se refiere a los niveles tecnológicos en la industria láctea, se ha observado que van desde la artesanía casera hasta la gran industria.

Las nuevas tecnologías crean oportunidades y mercados nuevos para las empresas en el ámbito nacional e internacional. Cuando se trata de procesos de producción como es la industrialización de la mermelada, el uso tecnológico optimiza recursos humanos y económicos, con lo que se puede generar mayor rentabilidad para la empresa. De igual forma el uso de tecnología y la innovación hacen que el producto final pueda alcanzar estándares de calidad adecuadas para cumplir con los requerimientos técnicos y las necesidades de los consumidores.

Análisis

El factor tecnológico para el presente proyecto representa una oportunidad de carácter alto, ya que la empresa contará con una maquinaria de alta tecnología que nos permitirá optimizar recursos y tiempo en la elaboración del producto final.

2.02 Entorno Local

2.02.01 Clientes

Según The Chartered Institute of Marketing (CIM, del Reino Unido), el **cliente** es "*una* persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final)"

Los posibles clientes para la microempresa artesanal HONEY serán los supermercados y micro mercados del Norte de la Ciudad de Quito.

2.02.01.01 Poder de Negociación con los Clientes

Los clientes de la micro empresa HONEY forman parte fundamental, de la misma se les ofrecerá descuentos, promociones y créditos dependiendo de su nivel y frecuencia de compra de los productos, garantizándoles también la calidad del producto ofertado.

Análisis

Los clientes representan una Oportunidad de carácter alto para la micro empresa, ya que son la razón de la misma.

2.02.02 Proveedores

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. (Economic España, 2013)

Tabla 6: Proveedores

Material	Empresa	Ubicación	Teléfono
Materia prima MIEL	MONICA Pequeña distribuidora	Calacalí, vía la Independencia S/N (Quito)	0998955824
Frascos de vidrio y sus respectivas tapas	TEXTICOM	Manuel Cordova Galarza	3436252
Etiquetas	Carlex	Av.Prensa	(02) 2437517 (02) 2436363

Elaborado por: Fanny Tiban2014

2.02.02.01 Poder de Negociación con los Proveedores

La micro empresa HONEY seleccionara a los proveedores más competentes que ofrezcan una materia prima de calidad, precios cómodos, facilidad de pago y que puedan dar descuentos, de igual manera que se mantenga una estrecha relación empresa-proveedor.

Análisis

Al obtener una gama de proveedores se podrá seleccionar al proveedor más idóneo esto constituye una oportunidad de carácter alto que nos proporciona materia prima e insumos de calidad para la elaboración del producto terminado.

2.02.03 Competencia

Las competencias son las capacidades con diferentes conocimientos, habilidades, pensamientos, carácter y valores de manera integral en las diferentes interacciones que tienen los seres humanos para la vida en el ámbito personal, social y laboral. Las competencias son los conocimientos, habilidades, y destrezas que desarrolla una persona para comprender, transformar y practicar en el mundo en el que se desenvuelve.

2.02.03.01. Competencia Directa

Indica que la competencia directa está formada por las marcas que ofertan productos similares (Ricera Camino & LopezRua, 2012)

Competencia Directa

El producto que presentamos en este proyecto es nuevo lo cual nos presentará como competencia directa el manjar común que conoce la mayoría de personas

2.02.03.02. Competencia Indirecta

La competencia indirecta indica que está formada por las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente. (Ricera Camino & LopezRua, 2012)

Tabla 7: Competencia Indirecta

Empresas	
	
	

Estudio de Mercado; Fanny Tiban , 2014

Análisis

Para la microempresa HONEY la competencia representa una oportunidad de carácter alto, ya que existe una sola empresa que produce el mismo producto.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

2.03.01.01 Misión

Ser una empresa que ofrece producto elaborado a base de miel de abeja con procesos innovadoras, personal capacitado para cumplir y satisfacer el paladar de nuestros potenciales consumidores.

2.03.01.02 Visión

Ser reconocida en el mercado por fabricar de calidad bajo normas para el beneficio de los clientes y llenar amplia cobertura en el mercado nacional, integrando un equipo humano capaz de liderar el desarrollo y crecimiento de nuestra organización.

2.03.01.03 Objetivos

General

- ✓ Posesionar el producto en el mercado es un punto clave para la superación de la organización.

Específicos

- ✓ Llegar a la mente del consumidor es lo principal ya que dependemos del consumidor.
- ✓ Lograr la fidelidad de los clientes internos y externos para la estabilidad del producto en el mercado.
- ✓ Lograr normas empresariales es importante en la competencia empresarial.

2.03.01.04 Principios y/o Valores

Un principio es una ley o regla que se cumple o debe seguirse con cierto propósito, como consecuencia necesaria de algo o con el fin de lograr cierto propósito.

Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas.

- ✓ **Principios de la microempresa HONEY**

Trabajo en Equipo

Complementamos y potenciamos las iniciativas, los conocimientos y recursos individuales, para la satisfacción del cliente.

Productividad

Es el camino para que la microempresa pueda crecer y aumentar su rentabilidad (o sus utilidades), aseguren su desarrollo, cumplimiento y responsabilidades para él personal, clientes y proveedores.

Compromiso

Trabajamos con responsabilidad, optimizando los recursos asignados y creyendo en lo nuestro.

Calidad

La calidad total es un compromiso y responsabilidad de todos los miembros de la fábrica, garantizando la calidad en los insumos, procesos y productos terminados que nos permite generar mayor confianza y seguridad en los clientes.

Respeto al medio ambiente

Las actividades diarias de la microempresa respetaran al medio ambiente con el cumplimiento de las leyes vigentes y buenas prácticas ambientales.

✓ Valores de la microempresa HONEY

Respeto

Actuamos bajo principios éticos y normas empresariales, que permiten la exigencia de las responsabilidades mutuas, como bases de la convivencia en sociedad.

Responsabilidad

Trabajamos con excelencia en el seno de la empresa, atendiendo a las personas y sus condiciones de trabajo, así como a la calidad de sus procesos productivos

Honestidad

Principio que nos guía y asegura la operación transparente de la empresa y sus relaciones internas y externas.

2.03.02 Gestión Administrativa

La Gestión Administrativa es la combinación de las actividades que nos permiten el cumplimiento de los objetivos mediante la aplicación del proceso PODCE.

2.03.02.01 Planificación

La planificación implica que se define con antelación algún método o plan para alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Tabla 8: Cronograma de actividades

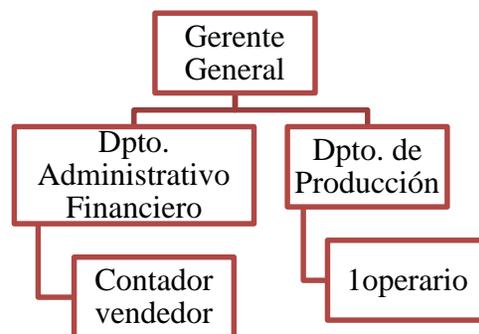
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES												
ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Documentos Legales (RUC, permisos)	X	X										
Inspección para sacar los permisos necesarios.			X									
Adquisiciones de equipos y maquinaria		X	X									
Reclutamiento y selección del personal		X	X	X								
Instalación de equipos y maquinaria				X								
Contacto con los proveedores			X	X	X							
Registro en inventarios de materia prima y equipos					X	X	X	X	X	X	X	X
Capacitaciones al personal				X			X			X		
Inicio de operaciones											X	
Evaluación						X						X

Elaborado por: Fanny Tiban, 2014

2.03.02.02 Organización

La organización es el proceso que nos permite ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de la microempresa de tal manera que podamos alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Figura 8: Organigrama Estructural



Organigrama Funcional

✓ **Gerente General**

El Gerente General se encargara de dirigir, controlar todas las funciones y actividades que desempeñan los departamentos, con el objetivo de tener mejor desarrollo organizacional y cumplimiento de metas.

✓ **Departamento de Producción**

Se encarga de toda la operación de la productora en la realización del producto, de planear, organizar y dirigir la elaboración del producto y de ofrecer un excelente producto, también se encarga de la innovación y desarrollo de nuevas tecnologías para la eficiencia de la producción.

- **Operarios.-** El operario es quien tiene la función de realizar el producto, con el conocimiento requerido y la materia prima necesaria

✓ **Departamento de administrativo**

Se encarga de mantener el producto y aumentar las ventas mediante la administración eficiente del recurso humano disponible y del potencial de clientes en un determinado plazo, con el fin de lograr excelentes resultados.

- **Contador.-** Se encargara de todo lo respecto a dinero, deberá presentar los registros del diario, mayor, inventario, cuentas de bancos, estados financieros a presentar o indicadores financieros.
- **Vendedor.-** Se encargara de establecer un vínculo cliente-empresa e integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa, cumpliendo con los requerimientos del cliente, atención de calidad.

2.03.02.03 Dirección

La dirección para el presente proyecto estará a cargo de Gerencia, la cual implica dirigir, influir y motivar a todos los colaboradores para que realicen las tareas encomendadas, manteniendo un buen clima laboral.

2.03.02.04 Control

El control de la micro empresa HONEY será el proceso para asegurarse que las actividades reales se ajusten a la actividades planificadas. Con el fin de señalar las debilidades y errores a fin de rectificarles e impedir que se produzcan nuevamente.

2.03.03 Gestión Operativa

La gestión operativa es un proceso por el cual se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo

requerido.

<http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>

La Gestión Operativa de la microempresa tiene que ver con principal proceso de producción de manjar que está reflejado en el siguiente proceso.

Tabla 9: Actividades en procesos

Actividad	Tiempo (min)	Observación
Recepción M.P	15	
Pesado	15	Cada materia prima
Neutralizada	20	Ingresa el bicarbonato de sodio
Control de calidad	10	Verificar que no exista impurezas
Calentamiento	30	Colocamos la miel de abeja
Concentración	30	Agregación de especias
Enfriamiento y batido	30	
Envasado	15	Se envasa en los frascos, listos para la venta
Etiquetado	15	Poner etiquetas en los envases.
Almacenamiento	10	Ubicar en bodega

Elaborado por: Fanny Tiban 2014

Se trabajara con buenas prácticas de manufactura y se empezará con un operador, un jefe de planta, el mismo que estará encargado de la producción y del control de calidad del producto, al principio, según la demanda se establece una jornada de 8 horas.

2.03.04 Gestión Comercial

Para la Gestión Comercial se utilizara la herramienta de Marketing mix o las cuatro P, producto, precio, plaza y promoción.

2.03.04.01 Producto

La microempresa HONEY se caracterizará por entregar un producto de calidad, satisfaciendo las necesidades de nuestro cliente, ya que el manjar es un producto formulado a base de miel y especias.

Anexo1

2.03.04.02 Precio

El precio es un factor significativo en la economía, en la mente del consumidor y en las empresas individuales. El precio es un regulador básico del sistema económico porque incide en las utilidades pagadas por los factores de producción; mano de obra, terrenos, capital y empresarios. <http://es.wikipedia.org/wiki/Precio>

Para el cálculo del precio del manjar elaborado por HONEY se realizó según los costos de producción.

Tabla 10: Costo de Producción Unitario

MANJAR	
Costo de producción unitario	1.25
Utilidad 50%	0.50
P.V.P	1,75

Elaborado: Fanny Tiban, 2014

2.03.04.03 Plaza

La decisión de ubicar a la micro empresa HONEY en el sector de San Antonio de Pichincha es principalmente por la cercanía a los productores directos de la materia prima.

Figura 9: Croquis de Ubicación



Estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa dedicado a la elaboración de manjar a base de miel en la provincia de Pichincha parroquia San Antonio

2.03.04.04 Promoción

Es el conjunto de actividades dirigidas a impulsar los productos de la microempresa en el mercado.

Estrategias de promoción

Son acciones que pueden proporcionar incremento de ventas a corto plazo

Estrategias dirigidas a los consumidores

HONEY ofrecerá las siguientes promociones:

- ✓ Por la compra de dos productos la tercera gratis.
- ✓ Por la inauguración de la microempresa y fechas especiales se regalarán obsequios como llaveros, esferos y camisetas.
- ✓ Al realizar compras al por mayor se otorgará el 5% de descuento.

2.03.04.04.01 Publicidad

(Thompson, 2005) Afirma que “La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación, el internet, medios impresos y de técnicas de propaganda.”

- ✓ **Logotipo**



✓ **Slogan**

Las dulzuras del manjar

✓ **Hoja Membretada**



✓ **Material POP**

➤ **Tarjetas Comercial**



➤ **Tarjetas Personales**



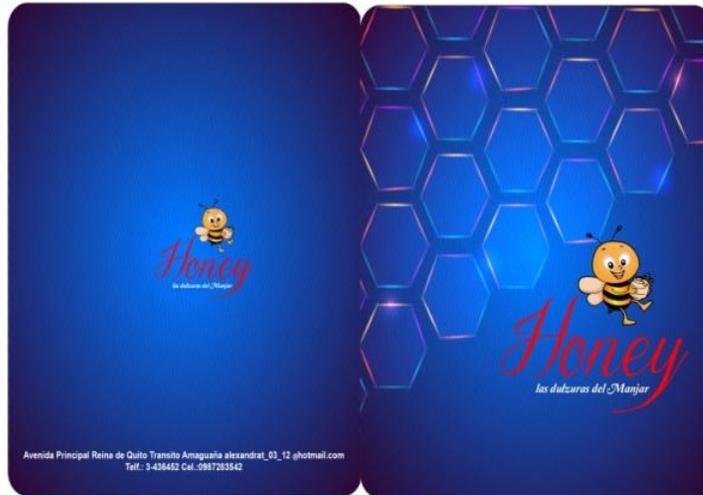
➤ **Llaveros y vasos**



➤ **Camisetas**



Carpeta



2.04 Análisis FODA

Tabla 11: Foda

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La Planificación Estratégica ➤ Clima laboral favorable ➤ Conocimiento del mercado 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Clima laboral negativo que llegare a tener en la microempresa ➤ Incapacidad para ver los errores entre socios
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia débil ante un producto nuevo que es nuestro manjar ➤ Inexistencias de competencia directa 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aumento de precios de insumos ➤ Cambio en la política o leyes en el país

Anexo 2

Capítulo III: Estudio de Mercado

3.01 Análisis del consumidor

El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo.

(<http://www.crecenegocios.com/> análisis del consumidor 2014)

3.01.01 Determinación de la población y muestra

Población

El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo. (<http://www.crecenegocios.com/> análisis del consumidor 2014)

Muestra

Define que muestra es una parte de la población a estudiar que sirve para representarla. (Murria R. Spiegel, 1991). (pág.)

Fórmula para calcular la muestra

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

Donde:

N = Tamaño de la población

E² = Error máximo admisible (5%)

$$n = \frac{32357}{(32357 - 1) (0,05)^2 + 1}$$

$$n = 395.12$$

Luego de aplicar la fórmula para calcular la muestra se obtuvo como resultado 395.12 establecimientos comerciales a los cuales se debe aplicar las encuestas en el Sector Norte de la Ciudad de Quito.

3.01.02 Técnicas de obtención de Información

Son todas las formas posibles de que se vale el investigador para obtener la información necesaria en el proceso investigativo. Hace relación al procedimiento,

condiciones y lugar de recolección de datos, dependiendo de las distintas fuentes de información. (Gómez, J. 2011)

Para el presente proyecto se utilizara la técnica de la ENCUESTA.

Define que la encuesta es la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que se desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados. (Díaz de Rada, V. 2005) (pág. 13)

3.01.03 Encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ENCUESTA

Buenos días / tardes, el objetivo de la presente encuesta es obtener información con fines académicos, respecto a la producción del manjar de la microempresa HONEY.

Género:.....

1.- ¿Le gustaría que en el sector norte de Quito en la parroquia San Antonio de Pichincha se implementara una empresa de producción de manjar de miel de abeja?

Si

No

2.- ¿Con qué frecuencia usted consume manjar?

Semanalmente.....

Quincenalmente.....

Mensualmente.....

3.- ¿Qué precio está dispuesto a pagar por un frasco de 200 gr?

1.50

1.75

2.00

4.- ¿Está usted de acuerdo con el producto que le ofrecemos?

Si

No

5.- ¿Dónde te gustaría encontrar nuestros productos?

Tiendas

supermercados

Las dos opciones

6.- ¿Cree usted que nuestro producto es exquisito para su paladar?

Si

No

7.- ¿El producto en sí es novedoso para usted?

Sí

No

8.- ¿Cuál es tu observación a nuestro producto?

Excelente

Bueno

Malo

9.-¿Está usted de acuerdo con los productos que le ofrecen la competencia?

Si

No

Gracias por su colaboración

3.01.04 Análisis de la Información

El análisis de la información es la decodificación de datos obtenidos en un documento, para ello se debe seguir los siguientes pasos:

- ✓ Determinación de la población y muestra.
- ✓ Selección del instrumento que se utiliza para la recolección de la información, en este caso la encuesta.
- ✓ Diseño del cuestionario en base a la información requerida de la investigación.
- ✓ Ejecutar la encuesta.
- ✓ Tabular los resultados.
- ✓ Interpretación de datos.
- ✓ Análisis y conclusiones.

3.01.05 Resultados de la Encuesta

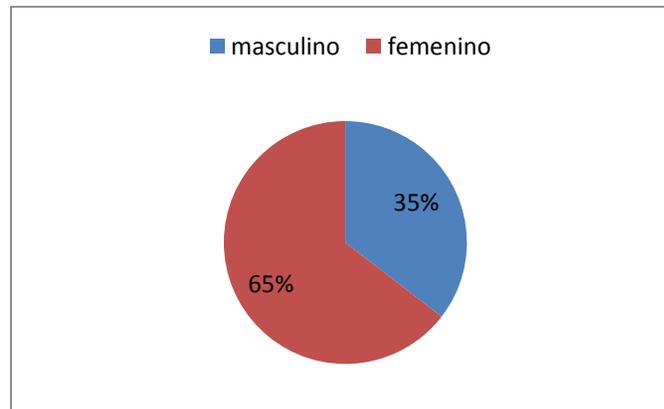
DATOS GENERALES

Género Masculino () Femenino ()

Tabla 12: Genero

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
masculino	140	35%
femenino	255	65%
Total	395	100%

Figura 10: Genero



ANALISIS

Según los gráficos podemos determinar que según el género el 35% son hombres y el 65% son mujeres.

1.- ¿Le gustaría que en el sector norte de Quito en la parroquia San Antonio de Pichincha se implementara una empresa de producción de manjar de miel de abeja?

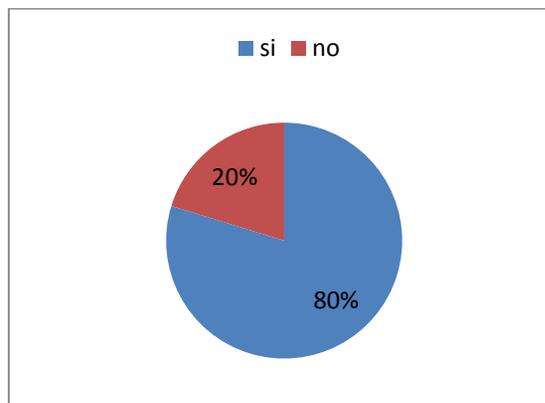
SI ()

NO ()

Tabla 13: Primera pregunta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
si	315	80%
no	80	20%
Total	395	100%

Figura 11: Primera pregunta



ANALISIS

Según los gráficos determinamos que el 100% de la población está de acuerdo que se implemente una empresa de producción del producto que es nuevo e interesante.

2.- Con qué frecuencia Ud. consume manjar.

Semanalmente ()

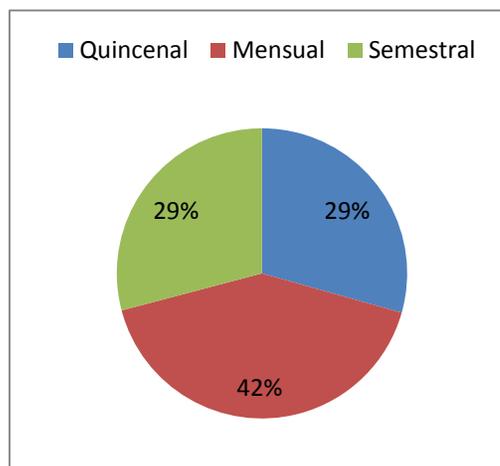
Quincenal ()

Mensual ()

Tabla 14: Segunda Pregunta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Quincenal	116	29%
Mensual	164	42%
Semestral	115	29%
Total	395	100%

Figura 12: Segunda Pregunta



ANALISIS

De acuerdo a los gráficos determinamos la frecuencia de consumo del manjar de la población de San Antonio de Pichincha está distribuida de la siguiente manera el 42% mensual consume quincenal 29% y semanalmente 29%

3.- Que precio estaría dispuesto a pagar por un frasco de 200 gr de manjar

0.75 ()

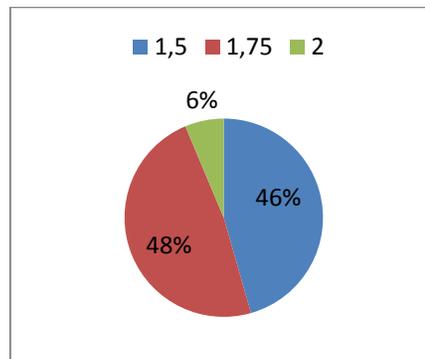
1.00 ()

1.25 ()

Tabla 15: Tercera Pregunta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
1.50	180	46%
1.75	190	48%
2.00	25	6%
Total	395	100%

Figura 13: Tercera Pregunta



ANALISIS

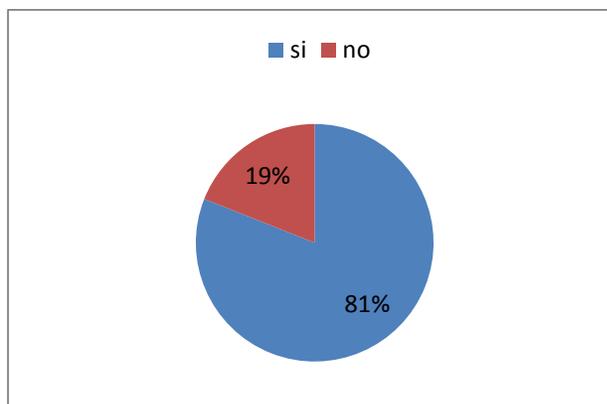
Según los gráficos podemos observar que el 46% estaría dispuesto a pagar \$1.50, el 48% pagaría \$1,75 y el 6% dice que pagaría \$2.00 por el frasco de 200gr

4.- ¿Está usted de acuerdo con el producto que le ofrecemos?

Tabla 16: Cuarta Pregunta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
si	320	81%
no	75	19%
Total	395	100%

Figura 14: Cuarta Pregunta



Es novedoso y lo mejor es un producto para los niños y en general nos damos cuenta en el porcentaje de este cuadro

5.- ¿Dónde le gustaría encontrar nuestros productos?

Tiendas ()

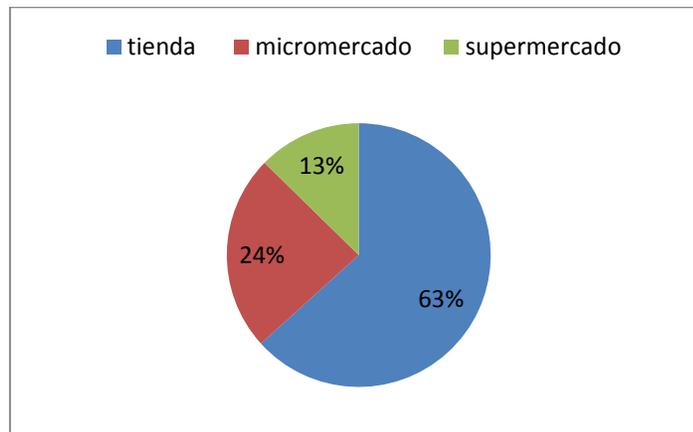
Micro mercados ()

Supermercados ()

Tabla 17: Quinta Pregunta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
tienda	250	63%
micromercado	95	24%
supermercado	50	13%
Total	395	100%

Figura 15: Quinta Pregunta



ANALISIS

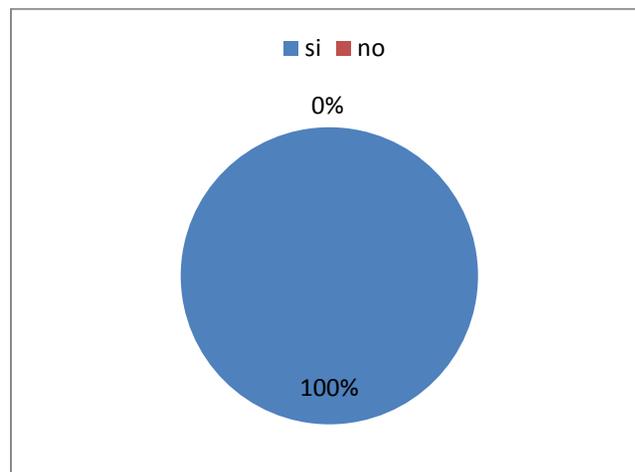
Según los gráficos podemos determinar que el 63% de la población compra el manjar tradicional en tiendas, y el 24% dijo que en micro mercados, y el 13% en supermercado

6.- ¿Cree usted que nuestro producto es exquisito para su paladar?

Tabla 18: Sexta Pregunta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
si	395	100%
no	0	0%
Total	395	100%

Figura 16: Sexta Pregunta



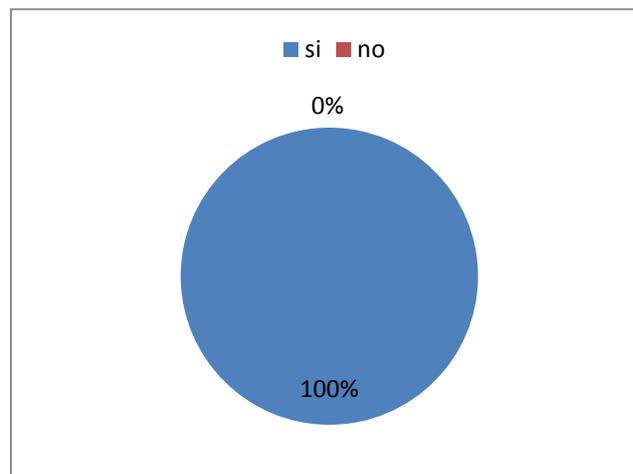
El porcentaje de aceptación es de 100% al realizar la encuesta sabemos que el dulce es imprescindible por el motivo de la realización del proyecto.

7.- ¿El producto en sí es novedoso para usted?

Tabla 19: Séptima Pregunta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	385	100%
NO	0	0%
Total	385	100%

Figura 17: Séptima Pregunta



No es común escuchar el manjar de miel la cual es novedoso al realizar la encuesta
tenemos un 100%

8.- ¿Cuál es tu observación a nuestro producto?

Excelente ()

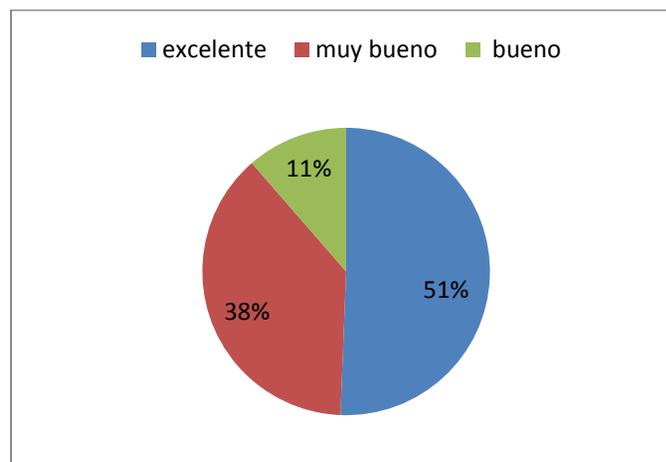
Muy bueno ()

Bueno ()

Tabla 20: Octava Pregunta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
excelente	200	51%
muy bueno	150	38%
bueno	45	11%
Total	395	100%

Figura 18: Octavo Pregunta



ANALISIS

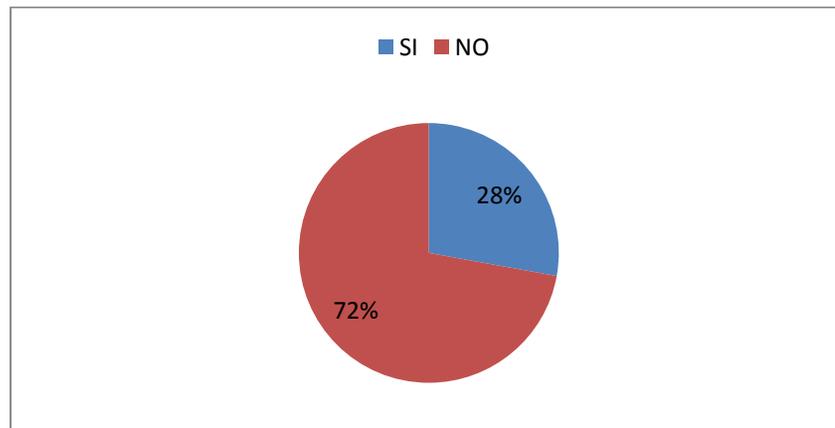
Según los gráficos podemos determinar que según la degustación su nivel de aceptación por que tenemos el 51% ,fue el 11% Bueno y el 38% dijo que era Muy Bueno.

9.- ¿Está usted de acuerdo con los productos que ofrece la competencia?

Tabla 21: Novena Pregunta

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	110	28%
NO	285	72%
Total	395	100%

Figura 19: Novena Pregunta



3.02 DEMANDA

(Guevara Samaniego, 2014) al referirse a la demanda define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Para la empresa HONEY la demanda está dada por las personas que habitan en la parroquia San Antonio

3.02.01 DEMANDA HISTORICA

Es producto nuevo por lo cual no posee datos históricos

3.02.02 DEMANDA ACTUAL

Demanda= Población* %Aceptación =

Demanda =32357 *0,80=

Demanda=25886 personas.

Frecuencia de compra=demanda* % de frecuencia*% mensual

Frecuencia de compra= 25886*0,42*12

Frecuencia de compra=130364.64

Demanda en dólares= frecuencia de compra semestral *precio promedio

Demanda en dólares= 130364.64*1.75ctavos.

Demanda en dólares= \$228138.12

Tabla 22: Demanda Actual

Descripción	Datos
Aceptación	si=80%
frecuencia de compra	Mensual:42%
precio promedio	1.75 centavos

aceptación competencia	28%
------------------------	-----

3.02.03 DEMANDA PROYECTADA

Tabla 23: Demanda Proyectada

AÑO	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2014	228138.12	1	228138.12
2015	228138.12	1.077	245704.76
2016	245704.76	1.077	264624.02
2017	264624.02	1.077	285000.07
2018	285000.07	1.077	306945.08
2019	306945.08	1.077	330579.85

3.03 OFERTA

(Guevara Samaniego, 2014) manifiesta que la oferta es la cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a entregar al mercado, a un precio determinado.

3.03.01 OFERTA HISTORICA

No tiene demanda oferta historica

3.03.02 OFERTA ACTUAL

Pregunta de la encuesta

9.- ¿Está usted de acuerdo con los productos que ofrece la competencia?

Tabla 24: Aceptación de la competencia

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	110	28%
NO	285	72%
Total	395	100%

3.03.02 OFERTA PROYECTADA

Tabla 25: Oferta Proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	TASA DE ACEPTACION COMPETENCIA	OFERTA PROYECTADA
2015	245704.76	0.28	68797.33
2016	264624.02	0.28	74094.73
2017	285000.07	0.28	79800.02
2018	306945.08	0.28	85944.62
2019	330579.85	0.28	92562.36

3.04 BALANCE OFERTA-DEMANDA

3.04.01 BALANCE ACTUAL

Para determinar la demanda insatisfecha, se tomó en cuenta los datos proyectados tanto de la demanda como de la oferta. Es importante determinar el balance entre la oferta y demanda, estableciendo de esta forma la brecha existente, denominada demanda insatisfecha.

Tabla 26: Calculo demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	245704.76	68797.33	176907.42
2016	264624.02	74094.73	190529.30
2017	285000.07	79800.02	205200.05
2018	306945.08	85944.62	221000.46
2019	330579.85	92562.36	238017.49

Capitulo IV: Estudio Técnico

Estudio Técnico

(Baca Urbina, 2006) Define que el estudio técnico comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

Objetivos del estudio técnico.

- ✓ Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto de acuerdo a su capacidad.
- ✓ Analizar y determinar el tamaño óptimo de la microempresa, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar el proceso de producción. (pág. 92)

4.01 Tamaño del Proyecto

4.01.01 Capacidad Instalada

El presente proyecto tiene una capacidad de 123 m² y esta dividida en las siguientes áreas:

Tabla 27: Distribución de áreas de la planta

Áreas	Longitud
Recepción de materia prima	3m x 3m = 9m ²

Área administrativa	4m x 4m = 16m ²
Área de despacho	3m x 2m = 6m ²
Área de almacenamiento	4,5m x 4m = 18m ²
Área de producción	4m x 6m = 24m ²
Estacionamiento	4m x 8m = 32m ²
Vestidores	4m x 4m = 16m ²
Baños (1)	1m x 2m=2 m ²

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad óptima de la empresa está dada por todos los departamentos que la conforma, la misma que cuenta con un área total de 105,5m², sin contar con espacios verdes o parqueaderos.

Tabla 28: Análisis de la capacidad instalada

Capacidad de diseño	5 días	8 horas	1 turnos	(200 frascos diarios, 4000 mensuales) capacidad de producción
Capacidad de diseño	4000			
Producción real	3000			
capacidad efectiva	4500			
Utilización	80 %			
Eficiencia	89 %			

4.02 Localización

La localización del proyecto está dada por la macro-localización y micro-localización.

4.02.01 Macro localización

Tabla 29: Macro-localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Cantón	Quito
Parroquia	San Antonio
Sector	Norte

Figura 20: Macro-localización

Estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa dedicado a la elaboración de manjar a base de miel en la provincia de Pichincha parroquia San Antonio



4.02.02 Micro localización

La Microempresa estará ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito, parroquia de San Antonio ; entre las calles Guayaquil Oe6-72 y Córdova.

4.02.03 Localización Óptima

(Baca Urbina, 2006) afirma que la localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo. (pag.107)

Tabla 30: Matriz de localización

Factores	Ponderación	Lugar	
		Calificación	Total
Cercanía al mercado	0,15	8	1,20
Vías de acceso	0,10	8	0,80
Seguridad	0,15	9	1,35
Transporte	0,10	8	0,80
Servicios básicos	0,10	9	0,90
Materia prima	0,20	10	2,00
Mano de obra	0,15	9	1,35
Estacionamiento	0,05	6	0,30
Total	1,00		8,70

Después de haber tomado en cuenta los factores relevantes para la localización óptima de la microempresa, estará ubicada en el norte de la ciudad de Quito, parroquia de San Antonio de Pichincha

4.03 Ingeniería del Proyecto

(Baca Urbina, 2006) La ingeniería del proyecto se refiere a todos los aspectos técnicos y de operatividad necesaria para comenzar a elaborar el producto, para lo cual se necesita disponer de cierta información proveniente del estudio de mercado, del marco legal, de la localización, financiamiento y disponibilidad del personal idóneo.

(pág. 110)

4.03.01 Definición del Bien y / o Servicio

La Microempresa HONEY ofrecerá a todos sus consumidores potenciales manjar. La característica principal del producto es la materia prima y lo que no contiene químicos, es decir, es natural.

Además la Microempresa contará con la tecnología necesaria lo cual ayudaran agilizar el proceso y disminuir tiempo de producción; lo que permite garantizar la calidad del producto primordialmente con la higiene ya que es un producto de consumo humano. De la igual manera contara con computadoras para el sistema operativo, agilizando de esta manera el trabajo administrativo.

4.03.02 Distribución de Planta

La distribución de la planta se realizara de acuerdo a códigos y factores de cercanía, los cuales permitirán ubicar cada área en relación a la importancia que tenga una de la otra.

Códigos de Cercanía

Los códigos de cercanía establecen el grado de cercanía y relación que tienen las diferentes áreas de la microempresa, con el fin de facilitar la distribución y designación de la infraestructura de la misma

Tabla 31: Códigos de cercanía

A	Absolutamente cerca
E	Especialmente cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía
U	Sin importancia
X	indiferente

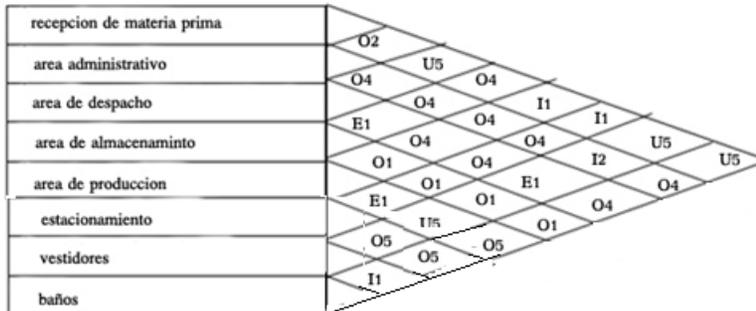
Factores del proceso

Define las razones del porqué del grado de cercanía de un área con otra.

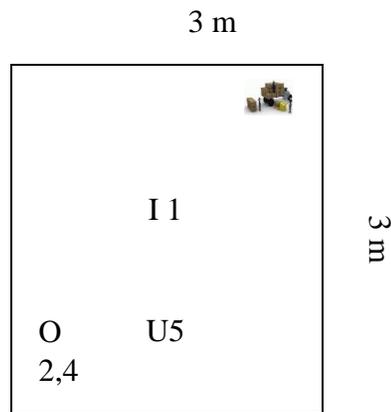
Tabla 32: Factores del proceso

1	Proceso
2	Administración
3	Ruido
4	Precaución
5	Higiene

Figura 21: Matriz Triangular

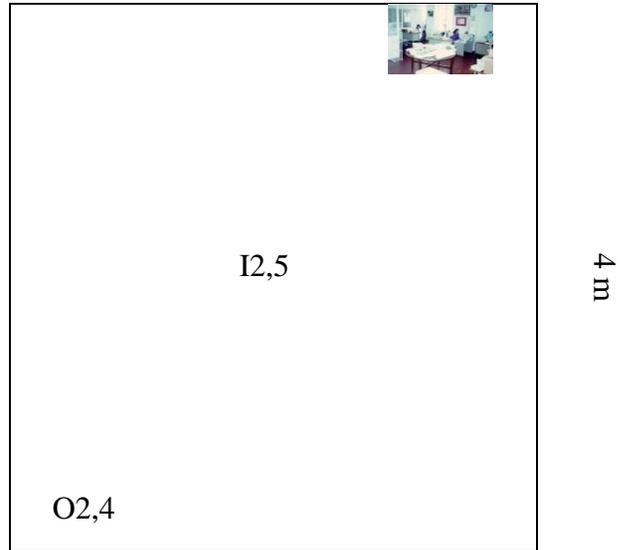


Recepción de materia prima

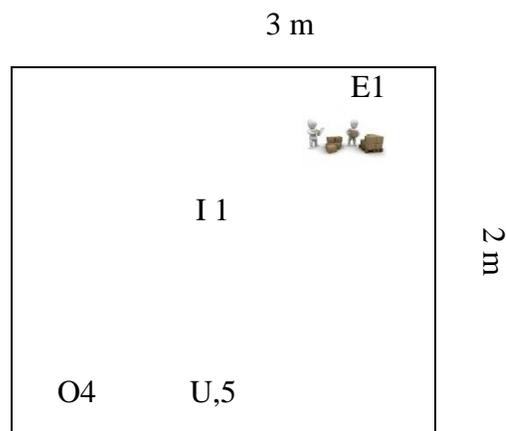


Área administrativa

4 m

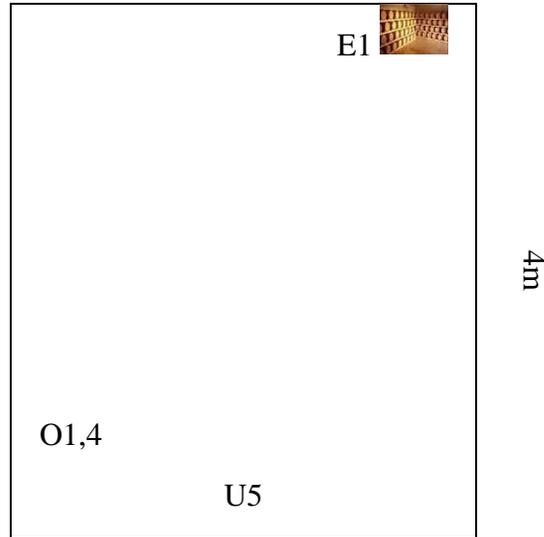


Área de despacho



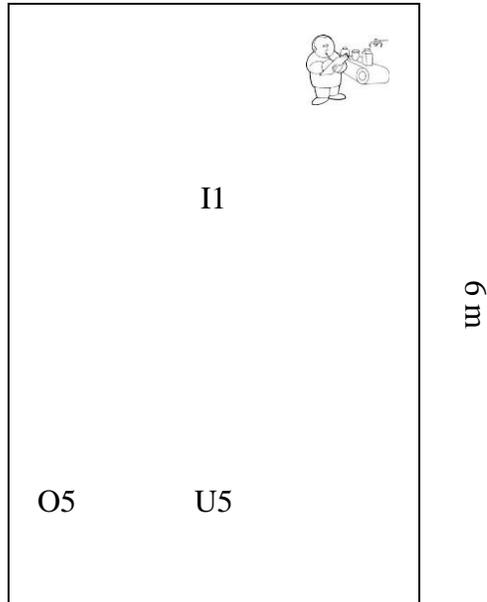
Área de almacenamiento

4,5m



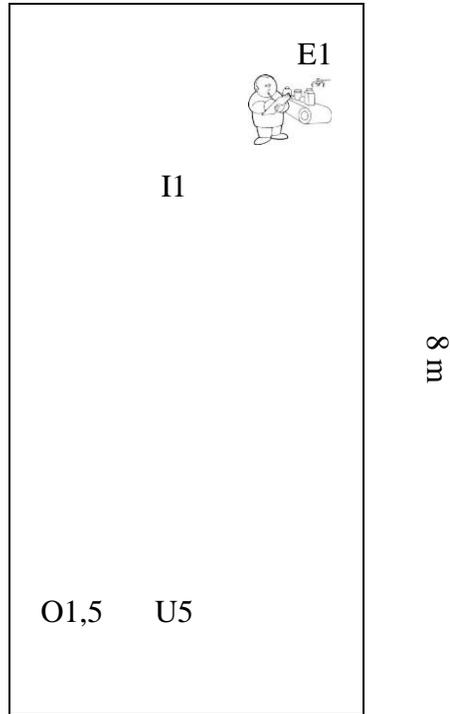
Producción

4 m



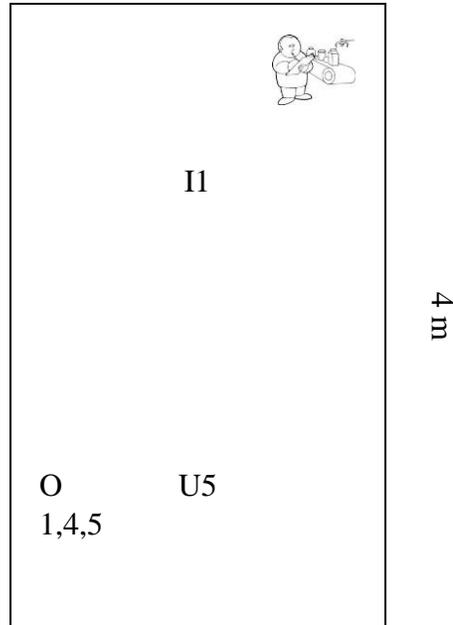
Estacionamiento

4 m

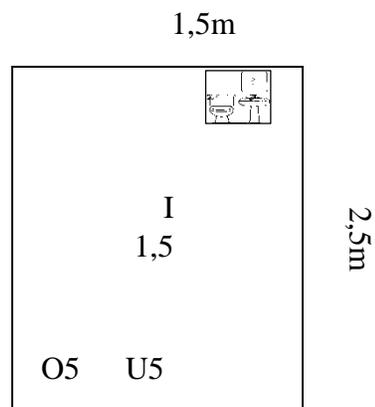


Vestidores

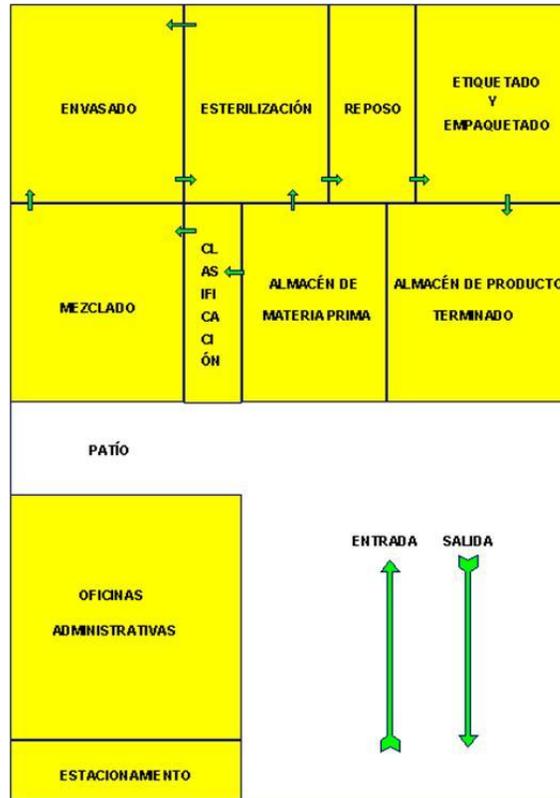
4 m



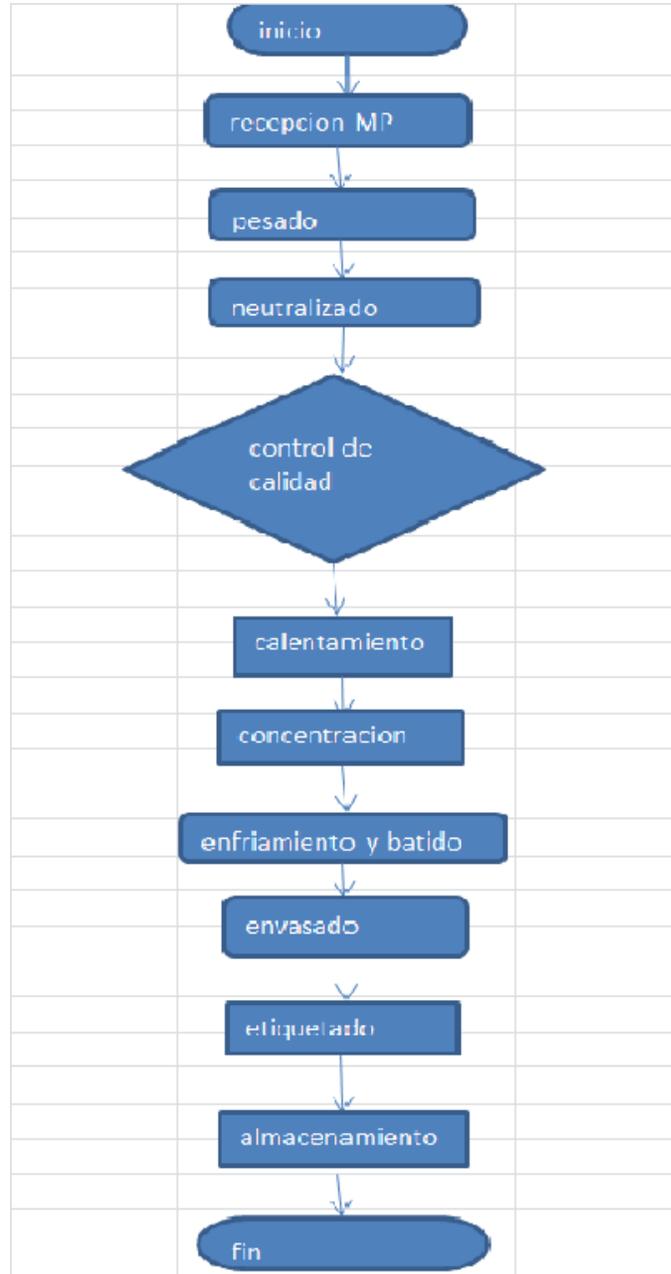
Baños



Plano



4.03.01 PROCESO PRODUCTIVO



4.03.02 Actividades

Actividad	Tiempo (min)	Símbolos	Observación
Recepción M.P	5		
Pesado	5		Materia prima
neutralizado	25		Bicarbonato de sodio
Control de calidad	15		Quitar las cascara de la fruta
calentamiento	10		Colocamos la miel de abeja
concentración	30		Agregación de especies
Enfriamiento y batido	15		
Envasado y etiquetado	5		
Almacenamiento	10		Ubicar en bodega

Tabla 33: Simbología de diagramas

Anexo 3

Tabla 34: Cuadro de Actividades

4.04 MAQUINARIA Y EQUIPOS

Tabla 35: Maquinaria y Equipos

Descripción	N° unidades	Costos		Total bruto
		Costo unitario	Costo total	
Activos fijos				
Terreno	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	
Infraestructura	1	\$1 5.000,00	\$ 15.000,00	
Vehículo	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	
Total activos fijos				\$ 45.000,00
Maquinaria y equipos				
batidora	2	\$ 97,50	\$195	
refrigeradora	1	\$ 600	\$ 600	
Selladora	1	\$ 45,00	\$ 45,00	
Balanza 30 kg.	1	\$ 70,00	\$ 70,00	
Ollas	2	\$ 45,00	\$ 90,00	
Juego de cucharas	2	\$ 5,00	\$ 10,00	
Total maquinaria y equipos				\$ 1010,00
Muebles y enseres				
Mesa de trabajo	2	\$ 75,00	\$ 150,00	
Escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00	

Sillas	4	\$ 18,00	\$ 72,00	
Mesa	1	\$ 90,00	\$ 90,00	
Estantería	1	\$ 95,00	\$ 95,00	
Total muebles y enseres				\$ 507,00
Equipo de computación				
Computadora	1	\$ 700,00	\$ 700,00	
Impresora	1	\$ 100,00	\$ 100,00	
Teléfono	1	\$ 15,00	\$ 15,00	
Total equipo de computación				\$ 815,00
Equipos de oficina				
Calculadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00	
Perforadora	1	\$ 3,00	\$ 3,00	
Grapadora	1	\$ 2,50	\$ 2,50	
Resmas de papel bond	5	\$ 3,50	\$ 17,50	
Esferos gráficos	5	\$ 0,25	\$ 1,25	
Total equipo de oficina				\$ 54,25
Total Activos				\$ 47386,25

CAPITULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

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

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

5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

5.01.01 INGRESOS OPERACIONALES

Son los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas por la empresa.

Los ingresos operacionales que tendrá el proyecto se muestra en la siguiente tabla.

5.01.01.01 Materia Prima Directa

Tabla 36: Materia Prima Directa

manjar	unidad	Materia Prima cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual
leche	300	4000	0.3	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
especies	1	4000	0.1	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 4,800.00
miel	4	4000	0.1	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 4,800.00
total	litros	4000	0.5	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00

5.01.01.02 MANO DE OBRA DIRECTA

Tabla 37: Mano de obra directa

Costo de producción.	cant.	sueldo mes	13ro	14to	f reserva	iess	Valor mensual	Valor anual
M.O.D								
Producción	2	\$	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 41,31	\$	\$

		340,00					466,31	5.595,72
Total	2	\$ 680,00	\$ 56,67	\$ 56,67	\$ 56,67	\$ 82,62	\$ 932,62	\$ 11,191.44

5.01.01.03 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tabla 38: Costo Indirectos de Fabricación

Costos Indirectos	unidad	cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual
frascos	vidrio	4000	\$ 0.10	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 4,800.00
tapas	plástico	4000	\$ 0.10	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 4,800.00
etiqueta	papel	4000	\$ 0.05	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
servicios básicos					\$ 60.00	\$ 720.00
total		4000	\$ 0.25	\$ 1,000.00	\$ 1,060.00	\$ 12,720.00

5.01.01.04 INGRESOS

Tabla 39: Ingresos

Ingreso del proyecto	
MANJAR	
Costo de producción	\$ 1.25
utilidad	\$ 0.50
P.V.P	\$ 1.75

Cantidad a Producir	4,000.00
Ingreso mensual	\$ 7,000.00
Ingreso anual	\$ 84,000.00
total	\$ 84,000.00

5.01.01.05 INGRESOS PROYECTADOS

Tabla 40: Ingresos proyectados(ventas)

Ingresos proyectados			
Años	Ingreso actual (\$)	Tasa del sector manufacturero	Ingreso anual (\$)
(año base) 2014	84,000.00	-	84,000.00
2015	84,000.00	1.077	90,468.00
2016	90,468.00	1.077	97,434.04
2017	97,434.04	1.077	104,936.46
2018	104,936.46	1.077	113,016.56
2019	113,016.56	1.077	121,718.84

5.01.02 INGRESOS NO OPERACIONALES

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

No existen ingresos no operacionales, pues al ser una empresa que recién empieza su actividad productiva solo se cuenta con los ingresos relacionados con el giro de negocio.

5.02. COSTO

“El costo es un desembolso en efectivo o en especie de hecho pasado, en el presente y en el futuro o en forma virtual” (Urvina, 2006, pág. 196).

5.02.01. Costo directo

El siguiente cuadro indica los costos directos de producción (mano de obra directa y materia prima directa), en el que se puede apreciar la cantidad necesaria el costo unitario, valores mensuales y valores anuales.

Tabla 41: Costos Directos

total costos directos	
materia prima	\$ 24,000.00
M.OD	\$ 11,191.44

Total	\$ 35,191.44
-------	--------------

Fuente: Estudio Financiero

5.02.02. Costo indirecto

El siguiente cuadro indica el detalle de materia prima indirecta en la producción de vino, en donde se puede apreciar la cantidad a utilizar, el costo unitario, valores mensuales y valores anuales.

Tabla 42: Costos Indirectos

Costos Indirectos	
frascos	\$ 4,800.00
tapas	\$ 4,800.00
etiqueta	\$ 2,400.00
servicios básicos	\$ 660.00
total	\$ 12,660.00

Fuente: Estudio Financiero

5.02.02.01 Proyecciones de costos y gastos.

Proyección de Costos de producción

PROYECCION DE COSTOS Y GASTOS								
PROYECCION DE PRODUCCION								
DESCRIPCION	2014 AÑO BASE)	INFLACION	VALOR PARA LA PROYECCION	2015	2016	2017	2018	2019
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 932.62	0.77	1.077	1004.43	1081.77	1165.07	1254.78	1351.40
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 2,000.00	0.77	1.077	2154.00	2319.86	2498.49	2690.87	2898.07
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 1,060.00	0.77	1.077	1141.62	1229.52	1324.20	1426.16	1535.98
TOTAL PROYECCION DE COSTOS DE PRODUCCION				4300.05	4631.16	4987.75	5371.81	5785.44

5.02.03. Gastos administrativos

En la tabla se puede apreciar el sueldo de gerente general, así como beneficios de ley, el total mensual y el valor anual.

Tabla 43: Gastos Administrativo

Gastos administrativos							
Concepto	Cantidad	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Total mensual	Valor anual
Gerente general	1	\$ 5:00,00	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 41,67	\$ 604,17	\$ 7,250.00
Secretaria	1	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 29,17	\$ 422,92	\$ 5,075.04

Total	2	\$ 850,00	\$ 70,83	\$ 35,42	\$ 70,84	1027,09	\$ 12.325,04
--------------	----------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------	----------------	-------------------------------

Fuente: Estudio Financiero

Tabla 44: Otros Gastos

Otros gastos		
Concepto	Valor . mensual	Valor. anual
Material para oficina	\$ 37.25	\$ 447.00
Material de aseo	\$ 20.00	\$ 240.00
Serv. básicos para administración	\$ 55.00	\$ 660.00
Total	\$ 112.25	\$ 1,347.00

Fuente: Estudio Financiero

Tabla 45: Proyección de Gastos Administrativos

Proyección gastos administrativos							
Descripción	Inflación	Año base 2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos del personal							
Gerente general	1.077	7,250.00	7,808.25	8,409.49	9,057.02	9,754.41	10,505.50
Secretaria	1.077	5,075.04	5,465.82	5,886.69	6,339.96	6,828.14	7,353.90
Total	1.077	12,325.04	13,274.07	14,296.17	15,396.98	16,582.54	17,859.40
Otros gastos							

			-	-	-	-	-
material de oficina	1.077	\$ 447.00	481.42	518.49	558.41	601.41	647.72
Material de aseo	1.077	\$ 240.00	258.48	278.38	299.82	322.90	347.77
Servicios basicos	1.077	\$ 660.00	710.82	765.55	824.50	887.99	956.36
Total		\$ 1,347.00	\$ 1,450.72	\$ 1,562.42	\$ 1,682.73	\$ 1,812.30	\$ 1,951.85
Total gastos administrativos		13,672.04	14,724.79	15,858.60	17,079.71	18,394.85	19,811.25

5.02.04. Costo de venta

Los costos de venta han sido calculados en referencia a lo que utilizara la empresa para promocionar el producto y el costo de transportar el producto hacia nuestros clientes.

Tabla 46: Costo de Ventas

concepto	valor mensual		valor anual	
Material P.O.P	\$	40.00	\$	480.00
Merchandising	\$	70.00	\$	840.00
Total	\$	110.00	\$	1,320.00

Fuente: Estudio Financiero

Tabla 47: Proyección de Gastos de Venta

Gasto de ventas	inflacion	actual	Año1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Material P.O.P	1.077	\$ 480.00	\$ 516.96	\$ 556.77	\$ 599.64	\$ 645.81	\$ 695.54
Merchandising	1.077	\$ 840.00	\$ 904.68	\$ 974.34	\$ 1,049.36	\$ 1,130.17	\$ 1,217.19
Total	1.077	\$ 1,320.00	\$ 1,421.64	\$ 1,531.11	\$ 1,649.00	\$ 1,775.97	\$ 1,912.72

Fuente: Estudio Financiero

5.02.05. Costo financiero

En la siguiente tabla se indica el total de la tasa de interés que nos cobrara el banco por el préstamo realizado.

Tabla 48: Costo Financiero

Concepto	Valor
Tasa de interés	11,83%

Fuente: Estudio Financiero

5.02.06. Costos fijos y variables

5.02.06.01. Costos fijos

En la siguiente tabla se indica el total del costo fijo, que es calculado con la suma de gastos administrativos y gastos de venta.

5.02.06.02. Costo variable

El costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción. A continuación se indica el total de Mano de Obra Directa, Materia Prima Directa y Costos Indirectos de Fabricación, así como el costo de fabricación total y unitario en la producción de 4000 botellas de 200 ml. Mensuales.

Tabla 49: Costo Variable y fijos

Proyección de costos anuales						
En dólares						
N°	Detalle	Años				
		1	2	3	4	5
	Costos totales (1 + 2)	\$ 82.514,99	\$ 89.092,39	\$ 95.488,77	\$ 103.246,12	\$ 23.508,67
1	Costos fijos	\$ 15.449,55	\$ 16.238,38	\$ 17.398,14	\$ 18.580,53	\$ 19.925,76
	Depreciación	1176.66	1176.66	1176.66	1110	1110
	Amortización de inversión diferida	288	\$ 288,00	\$ 288,00	\$ 288,00	\$ 288,01
	Sueldos administrativos	13,274.07	14,296.17	15,396.98	16,582.54	17,859.40
	Servicios básicos	710.82	765.55	824.50	887.99	956.36
2	Costos variables	\$ 2,663.01	\$ 2,868.06	\$ 3,088.90	\$ 3,326.75	\$ 3,582.91
	Mano de Obra	1004.43	1081.77	1165.07	1254.78	1351.40
	Costos indirectos de fabricación	1141.62	1229.52	1324.20	1426.16	1535.98
	Publicidad	\$ 516.96	\$ 556.77	\$ 599.64	\$ 645.81	\$ 695.54

Ventas	90,468.00	97,434.04	104,936.46	113,016.56	121,718.84
--------	-----------	-----------	------------	------------	------------

Fuente: Estudio financiero

5.03 INVERSIONES

“Renunciar a una satisfacción inmediata y ciertas a cambio de ciertas a cambio de una expectativa, es decir, de una esperanza de beneficio futuro” (Ramon, 1988, p. 31).

5.03.01 Inversión fija

“También se conoce como formación bruta de capital fijo. Es el gasto en estructuras y equipos para el uso en la empresa” (Hall, 1986, p. 40).

5.03.01.01 Activos fijos

“La inversión fija está conformada por los activos fijos, es decir aquellas propiedades, maquinaria y equipos necesarios para la producción, cuya vida útil estimada sea de al menos un año y que no estén destinados para la venta” (Paredes, 2008, p. 202).

Tabla 50: Cuadro de Activos

Descripción		CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
activos fijos				
terreno		1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
infraestructura		1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
vehículo		1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
TOTAL FIJOS				\$ 9,200.00
1.MAQUINARIA Y EQUIPOS				
ollas		4	\$ 20.00	\$ 80.00
refrigerador		2	\$ 600.00	\$ 1,200.00
utensilios			\$ 30.00	\$ 30.00
balanza		1	\$ 25.00	\$ 25.00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS				\$ 1,335.00
2.MUEBLES Y ENSERES				
Escritorio		1	\$ 80.00	\$ 80.00
Sillas Oficina		3	\$ 35.00	\$ 105.00
mesas		1	\$ 40.00	\$ 40.00
sillas simples		2	\$ 15.00	\$ 30.00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES				\$ 255.00
3 UTILES DE OFICINA				
Resmas Papel Bond		3	\$ 3.50	\$ 10,50
Esferos		5	\$ 0.25	\$ 1,25
Grapadoras		1	\$ 2.50	\$ 2,50
Perforadoras		1	\$ 2.50	\$ 2,50
Grapas		2	\$ 1.25	\$ 2,50
Tintas Impresora		2	\$ 9.00	\$ 18,00
TOTAL UTILES DE OFICINA				\$ 37.25
4 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Computadoras		1	\$ 200.00	\$ 200.00
TOTAL EQUIPOS DE				\$ 200.00

COMPUTACION				
5 EQUIPOS DE OFICINA				
Teléfonos		1	\$ 30.00	\$ 30.00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA				\$ 30.00
TOTAL		33	\$ 10,294.00	\$ 11,057.25

Fuente: Estudio Financiero

5.03.01.02 Activos nominales

Los activos nominales o activos diferidos llamados así porque se toma en cuenta el valor nominal de los mismos y los activos diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles a ser recuperados por la empresa. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos.

El siguiente cuadro muestra el total que se ha de invertir en la obtención de ruc, permiso del cuerpo de bomberos de Pichincha, permiso de funcionamiento del ministerio de salud, ruc, entre otros.

Tabla 51: Activos Nominales

Concepto	Valor total	Vida del proyecto	Valor anual	Años amortizados	Amortización acumulada	Saldo
Gastos de constitución	\$ 1.440,00	5	\$ 288,00	5	\$ 288,00	\$ 0,00

Total	\$ 288,00	\$ 288,00
-------	-----------	-----------

Fuente: Estudio Financiero

5.03.02 Capital de trabajo

El Capital de Trabajo muestra aquellos recursos que requiere el proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización del producto, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al proceso productivo.

Tabla 52: Capital de Trabajo

Capital de trabajo			Rec.utilizados	Rec.propios	Rec.financiados
costos de produccion			\$ 3,992.62		\$ 3,992.62
gasto adm.			\$ 1,139.33	\$ 139.33	\$ 1,000.00
gasto de venta			\$ 110.00	\$ 10.00	\$ 100.00
inversion total capital			\$ 5,241.95	\$ 149.33	\$ 5,092.62
% participacion inversion			100%	3%	97%

Fuente: Estudio financiero

5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Tabla 53: Cuadro de Inversiones

cuadro de inversiones				
Concepto		Rec utilizados	Rec propios	Rec financiados
activos fijos				
terreno		\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ -
infraestructura		\$ 3,000.00		\$ 3,000.00
vehículo		\$ 1,200.00	\$ -	\$ 1,200.00
maquinaria y equipos		\$ 1,335.00	\$ -	\$ 1,335.00
muebles y enseres		\$ 255.00		\$ 255.00
equipo de computo		\$ 200.00	\$ 200.00	\$ -
equipo de oficina		\$ 30.00	\$ -	\$ 30.00
utiles de oficina		\$ 200.00	\$ -	\$ 200.00
inversion total de activos fijos		\$ 11,220.00	\$ 5,200.00	\$ 6,020.00

Fuente: Estudio financiero

5.03.04 Amortización de financiamiento

“La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo de depreciación en cualquiera de sus métodos” (Fundación Wikimedia, Inc., 2010).

El cuadro muestra el capital, el interés a pagar, la cuota de pago y el valor a pagar cada semestre.

Tabla 54: Amortización de financiamiento

Tabla de amortización del préstamo					
Capital	17500				
Tasa de interés	11.83				
Forma de pago	6 semestres				
Plazo	3 años				



BANCO PICHINCHA
En confianza.

Periodo	Capital	Interés	Cuota de pago	Valor a pagar	Saldo
0					17500
1	17500	1035.13	2916.67	3951.8	14583.33
2	14583.33	862.6	2916.67	3779.27	11666.66
3	11666.66	691.83	2916.66	3608.49	8750
4	8750	517.56	2916.67	3434.23	5833.33
5	5833.33	345.04	2916.66	3261.7	2916.67
6	2916.67	172.52	2916.66	3089.18	0.01

Fuente: Estudio Financiero

Tabla 55: Amortización de gastos de constitución

Concepto	Valor	Vida del	Valor	Años	Amortización	Saldo
----------	-------	----------	-------	------	--------------	-------

Estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa dedicado a la elaboración de manjar a base de miel en la provincia de Pichincha parroquia San Antonio

	total	proyecto	anual	amortizados	acumulada	
Gastos de constitución	\$ 1.440,00	5	\$ 288,00	5	\$ 288,00	\$ 0,00
Total			\$ 288,00		\$ 288,00	

Fuente: Estudio Financiero

5.03.05 Depreciaciones

El término depreciación se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una reducción periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia. (Fundación Wikimedia, Inc.,, 2010)

Para el presente proyecto se ha decidido depreciar cada uno de activos para la vida útil del este, a excepción del equipo de cómputo, pues la vida útil de este se de tres años por lo que se de proceder a la compra de nuevo equipo para los años restantes.

Tabla 56: Depreciaciones

TABLA DE DEPRECIACIONES							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL DEL PROYECTO	2015	2016	2017	2018	2019
INFRAESTRUCTURA	\$ 3,000.00	5	600	600	600	600	600
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1,335.00	5	264	264	264	264	264
VEHICULO	\$ 1,200.00	5	240	240	240	240	240
EQUIPO DE OFICINA	\$ 30.00	5	6	6	6	6	6
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 200.00	3	66.66	66.66	66.66	-	-
TOTAL DEPRECIACIONES			1176.66	1176.66	1176.66	1110	1110

Fuente: Estudio Financiero

5.03.06 Estado de situación inicial

El presente es un estado demostrativo de lo posee la empresa al iniciar sus actividades productivas y comerciales

Tabla 57: Estado de Situación Inicial

Estado de Situación Inicial			
ACTIVO		PASIVO	
Activo corriente		Pasivo corriente	
	\$ 5,241.95		
Bancos	\$ 5,241.95		
Activo fijo	\$ 6,620.00		
Maquinarias	\$ 1,335.00		
Muebles y enseres	\$ 255.00	Préstamo bancario por pagar	\$17,500.00
Equipo de computación	\$ 2,440.00		
Equipo de oficina	\$ 30.00		
Terreno	\$ 5,000.00		
Infraestructura	\$ 3,000.00	Patrimonio	\$ 10,923.69
Activo diferido	\$ 1,440.00		
Gto de constitución	\$ 1,440.00		

Estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa dedicado a la elaboración de manjar a base de miel en la provincia de Pichincha parroquia San Antonio

TOTAL ACTIVO	\$ 11,861.95	CAPITAL +PATRIMONIO	\$28,423.69
---------------------	---------------------	----------------------------	--------------------

5.03.07 Estado de resultados proyectados

Estado de resultados ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

Tabla 58: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DEL 2015 AL 2019					
DESCRIPCION	2105	2016	2017	2018	2019
VENTAS	\$ 90,468.00	\$ 97,434.04	\$ 104,936.46	\$ 113,016.56	\$ 121,718.84
(-) COSTOS DE PRODUCCION	\$ 4,300.05	\$ 4,631.16	\$ 4,987.75	\$ 5,371.81	\$ 5,785.44
UTILIDAD BRUTA EN VTAS	\$ 86,167.95	\$ 92,802.88	\$ 99,948.70	\$ 107,644.75	\$ 115,933.40
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 14,724.79	\$ 15,858.60	\$ 17,079.71	\$ 18,394.85	\$ 19,811.25
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 1,421.64	\$ 1,531.11	\$ 1,649.00	\$ 1,775.97	\$ 1,912.72
(-) DEPRECIACIONES	\$ 1,176.66	\$ 1,176.66	\$ 1,176.66	\$ 1,110.00	\$ 1,110.00
(-) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO	\$ 288.00	\$ 288.00	\$ 288.00	\$ 288.00	\$ 288.00
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 68,556.86	\$ 73,948.52	\$ 79,755.33	\$ 86,075.93	\$ 92,811.43
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 68,556.86	\$ 73,948.52	\$ 79,755.33	\$ 86,075.93	\$ 92,811.43
(-) 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES	\$ 10,283.53	\$ 11,092.28	\$ 11,963.30	\$ 12,911.39	\$ 13,921.71
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 58,273.33	\$ 62,856.24	\$ 67,792.03	\$ 73,164.54	\$ 78,889.71
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 12,820.13	\$ 13,828.37	\$ 14,914.25	\$ 16,096.20	\$ 17,355.74
(=) UTILIDAD NETA	\$ 45,453.20	\$ 49,027.87	\$ 52,877.79	\$ 57,068.34	\$ 61,533.97

Fuente: Estudio financiero

Estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa dedicado a la elaboración de manjar a base de miel en la provincia de Pichincha parroquia San Antonio

5.03.08 Flujo de caja

Entradas y salidas de dinero generadas por un proyecto, inversión o cualquier actividad económica. También es la diferencia entre los cobros y los pagos realizados por una empresa en un período determinado. (Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía, 2011, p. 3)

Tabla 59: Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
DEL 2015 AL 2019						
DESCRIPCION		2105	2016	2017	2018	2019
VENTAS		\$ 90,468.00	\$ 97,434.04	\$ 104,936.46	\$ 113,016.56	\$ 121,718.84
(-) COSTOS DE PRODUCCION		\$ 4,300.05	\$ 4,631.16	\$ 4,987.75	\$ 5,371.81	\$ 5,785.44
UTILIDAD BRUTA EN VTAS		\$ 86,167.95	\$ 92,802.88	\$ 99,948.70	\$ 107,644.75	\$ 115,933.40
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 14,724.79	\$ 15,858.60	\$ 17,079.71	\$ 18,394.85	\$ 19,811.25
(-) GASTOS DE VENTAS		\$ 1,421.64	\$ 1,531.11	\$ 1,649.00	\$ 1,775.97	\$ 1,912.72
(-) DEPRECIACIONES		\$ 1,176.66	\$ 1,176.66	\$ 1,176.66	\$ 1,110.00	\$ 1,110.00
(-) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO		\$ 288.00	\$ 288.00	\$ 288.00	\$ 288.00	\$ 288.00
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 68,556.86	\$ 73,948.52	\$ 79,755.33	\$ 86,075.93	\$ 92,811.43
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 68,556.86	\$ 73,948.52	\$ 79,755.33	\$ 86,075.93	\$ 92,811.43
(-) 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES		\$ 10,283.53	\$ 11,092.28	\$ 11,963.30	\$ 12,911.39	\$ 13,921.71
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 58,273.33	\$ 62,856.24	\$ 67,792.03	\$ 73,164.54	\$ 78,889.71
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 12,820.13	\$ 13,828.37	\$ 14,914.25	\$ 16,096.20	\$ 17,355.74
(=) UTILIDAD NETA		\$ 45,453.20	\$ 49,027.87	\$ 52,877.79	\$ 57,068.34	\$ 61,533.97
(+)DEPRECIACIONES		\$ 1,176.66	\$ 1,176.66	\$ 1,176.66	\$ 1,110.00	\$ 1,110.00
(+)AMORTIZACION		\$ 288.00	\$ 288.00	\$ 288.00	\$ 288.00	\$ 288.00

(-)DEUDA	\$ (17,500.00)					
(+)COMPRA ACTIVO FIJO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)INVERSION INICIAL	\$ (17,901.95)					
(-)CAPITAL DE TRABAJO	\$ (5,241.95)					
(=)FLUJO DE CAJA		\$ 46,917.86	\$ 50,492.53	\$ 54,342.45	\$ 58,466.34	\$ 62,931.97

Fuente: Estudio Financiero

5.04 EVALUACIÓN

5.04.1 (TMAR) Tasa de Descuento

Antes de calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto

(VNA), es necesario calcular la TMAR con la cual se descontará el flujo.

La TMAR se calcula con la suma de la tasa activa y la tasa pasiva, como se muestra a continuación.

Tasa activa + Tasa pasiva = TMAR

TMAR	
tasa activa	8,17%
tasa pasiva	4,53%
Tmar	12,70%

5.04.02 Van (Valor Actual Neto)

“El VAN es el método mediante el cual se compara el valor actual de todos los flujos de entrada de efectivo con el valor actual de todos los flujos de salida de efectivo relacionados con un proyecto de inversión” (Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía, 2011, p. 38).

Criterio: si el van es mayor que uno el proyecto es viable, por el contrario si el van es menor que uno el proyecto no es viable.

$$\text{VAN} = \text{inversion inicial} + \sum_{i=1}^n \text{FE} (1 + i)^{-n}$$

Tabla 60: Valor Actual Neto (VAN)

VAN			
año	flujo de efectivo	factor actualizado	flujo actualizado
2014 (base)	\$ (17,901.950)	1	\$ (17,901.95)
2015	\$ 46,917.86	$(1+0,127)^{-1}$	\$ 41,630.75
2016	\$ 50,492.53	$(1+0,127)^{-2}$	\$ 39,753.86
2017	\$ 54,342.45	$(1+0,127)^{-3}$	\$ 37,963.60

2018	\$ 58,466.34	$(1+0,127)^{-4}$	\$ 36,241.84
2019	\$ 62,931.97	$(1+0,127)^{-5}$	\$ 34,614.00
VAN			\$ 172,302.11

Fuente: Estudio Financiero

5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)

“Desde un punto de vista matemático, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es aquella tasa de interés que hace igual a cero el Valor Actual Neto de un flujo de efectivo” (Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía, 2011, p. 45).

Criterio: si la TIR es mayor que la TMAR el proyecto es rentable, si la TIR es menor que la TMAR el proyecto no es rentable. La TIR debe ser por lo menos el doble de la TMAR (entre 47% - 53%).

Tabla 61: Tasa interna de retorno (TIR)

TIR			
año	flujo de efectivo	factor actualizado	flujo actualizado
2014 (base)	\$ (17,901.950)	1	\$ (17,901.950)
2015	\$ 46,917.86	$(1+0.70)^{-1}$	12709.70
2016	\$ 50,492.53	$(1+0.70)^{-2}$	3705.28
2017	\$ 54,342.45	$(1+0.70)^{-3}$	1080.27
2018	\$ 58,466.34	$(1+0.70)^{-4}$	314.84

2019	\$ 62,931.97	(1+0.70) ⁻⁵	91.80
total flujo actualizado			\$ 17,901.90
VAN -			\$ (0.05)
57.3 DIFERENCIA			70%

Para calcular la TIR es necesario calcular un van negativo y un van positivo, para reemplazarlo en la siguiente formula.

$$TIR = \left(\frac{VAN +}{VAN(+)+VAN(-)} * Diferencia\ entre\ tasas \right) + tasa\ del\ VAN(+)$$

TIR=75.95%

Fuente: Estudio Financiero

5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Tabla 62: Periodo de Recuperación de la Inversión

AÑO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
INVERSION	\$ (17,901.950)	
2015	12709.70	12709.70
2016	3705.28	3705.28
2017	1080.27	1080.27
2018	314.84	
2019	91.80	

TOTAL	17901.90
406.70	12
314.84 X	
LA INVERSION SE RECUPERA EN 3 AÑOS, 9 MESES, 8 DIAS	

Fuente: Estudio Financiero

Análisis

Una vez calculado el periodo de recuperación de la inversión (PRI), podemos determinar que se recuperara la inversión dentro de 3 años, 9 meses y 8 días.

5.04.05 Relación Costo Beneficio (RBC)

El B/C es un indicador que relaciona el valor actual de los beneficios (VAB) del proyecto con el de los costos (VAC) más la inversión inicial. (Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía, 2011, p. 66)

Años	Flujos
2015	12709.70
2016	3705.28
2017	1080.27
2018	314.84
2019	91.80
Suma total	17901.90
Ganancias por cada dólar	\$1

Análisis

Calculado la relación costo beneficio podemos determinar que por cada dólar invertido se tiene una utilidad de \$ 1 dolar.

5.04.06 Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los Costos totales. Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas” (Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía, 2011, p. 70).

Punto de equilibrio mensual

Tabla 63: Punto de Equilibrio

Datos iniciales

Precio Venta	\$	1,75
Coste Unitario	\$	1.25

Gastos Fijos Mes	1.741
Pto. Equilibrio	398
\$ Ventas Equilibrio	4.02

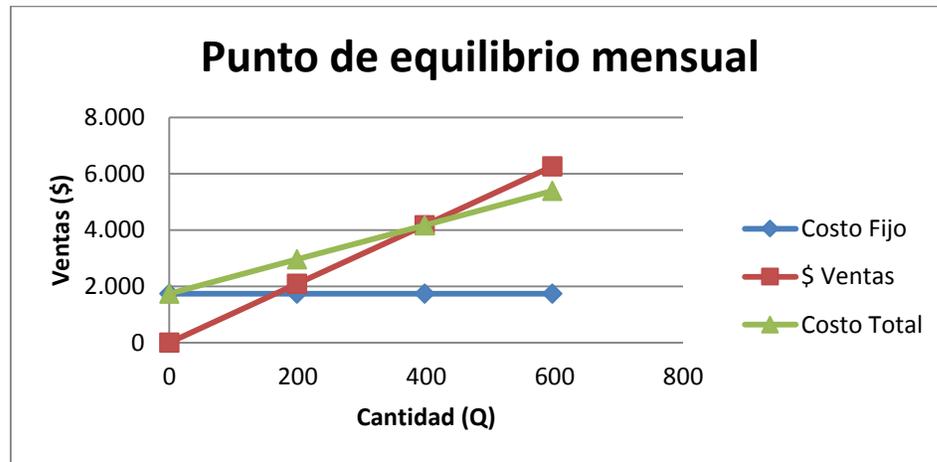
Fuente: Estudio Financiero

Tabla 64: Datos para grafico del punto de equilibrio

Datos para el gráfico		PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	199	398	596
\$ Ventas	0	2.087	4.175	6.262
Costo Variable	0	1.217	2.434	3.652
Costo Fijo	1.741	1.741	1.741	1.741
Costo Total	1.741	2.958	4.175	5.392
Beneficio	-1.741	-870	0	870
Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 3000 unidades mes				

Fuente: Estudio Financiero

Figura 22: Punto de Equilibrio



Fuente: Estudio financiero

Calculado el punto de equilibrio se determinó que se debe vender 398 botellas de mensuales (4776 botellas anuales) para alcanzar un punto de equilibrio.

5.04.07 Análisis de índices financieros

5.04.07.01. Índice de liquidez

El determinar de la liquidez de la empresa es parte importante en las proyecciones financieras y presupuestales de cualquier empresa, sin importar el giro de negocio. Sin el conocimiento de este dato es imposible hacer cualquier proyección, o de iniciar cualquier proyecto futuro y en esas condiciones es arriesgado e irresponsable asumir compromisos sin la certeza de poder cumplirlos.

El índice de rango aceptable se encuentra entre 1.5 – 2.5.

$$\text{Indice de liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Indice de liquidez} = \frac{13.000,00}{12.900,00}$$

$$\text{Indice de liquidez} = 1.01$$

5.04.07.03. Endeudamiento

Dentro del estado de resultados y el balance general encuentra el nivel de endeudamiento financiero medido como el porcentaje que representan las obligaciones financieras de corto y largo plazo con respecto a las ventas del periodo.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{pasivo total}}{\text{activo total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{12.900,00}{57.174,81}$$

$$\text{Endeudamiento} = 23\%$$

5.04.07.04. Retorno sobre el Capital Propio

Se calcula con al siguiente formula.

ROE = Utilidad Neta / Patrimonio Total.

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

$$\text{ROE} = \frac{39.690,24}{44.247,81}$$

$$\text{ROE} = 90\%$$

5.04.07.05 Roa

Retorno sobre los activos, se calcula con la siguiente formula:

ROA = Utilidad Neta / Activo Total.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{39.690,24}{57.147,81}$$

$$\text{ROA} = 69\%$$

Capítulo VI Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

HONEY podría ocasionar problemas ambientales por contaminación del agua, del aire y de desechos de residuos sólidos. (El agua residual contiene un bajo contenido de contaminantes)

Los residuos que existirán en el proceso de la elaboración del manjar son los, cuales al final volverán a ser parte del ecosistema ya que se convertirán en abono orgánico al ocurrir su descomposición natural.

Soluciones:

- Realizar una limpieza y manteniendo periódico de los equipos instalados.
- Controlar todos los materiales que ingresen verificando las especificaciones requeridas.
- Aplicación de Buenas Prácticas ambientales también como las buenas prácticas de manufactura como:

- **Ahorro y eficiencia energética**

Apaga las luces de las salas que no ocupen también del ordenador cuando vaya estar un rato sin trabajar con él.

Mantener desconectados los aparatos eléctricos cuando no los uses con frecuencia.

Iluminación con los focos ahorradores

- **Uso eficiente del agua**

Instala dispositivos ahorradores de agua y limitadores de presión en grifos.

Arregla los goteos de los grifos: una pérdida continua de agua puede desperdiciar unos 20 litros de agua al día.

- **Gestión de residuos**

Separa los residuos en las diferentes fracciones (papel y cartón, plástico, materia orgánica, etc.) y deposítalos en los contenedores adecuados para su reciclaje y reutilización.

6.02 Impacto Económico

La implementación de esta empresa genera un crecimiento económico para el inversionista, para sus colaboradores, ya que se convierte en una fuente de empleo y por ende es generadora de ingresos.

El impacto económico que genera HONEY contribuye de manera favorable al desarrollo de la comunidad y a su vez al sector artesanal lo que ayuda a la situación económica del país.

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

6.03 Impacto Productivo

Con la implementación del proyecto se ayudara al cambio de la Matriz Productiva, ya que el gobierno pretende de fortalecer el sector agrícola para el caso de los proveedores, y al sector artesanal, ofreciendo una diversidad de producción en el país, porque generar nuevas industrias, cumpliendo con los estándares de calidad que obedezcan las necesidades de la sociedad, para que sea aceptado por el mercado ecuatoriano, reemplazando los productos de importación por uno producido en el país.

El cambio de la matriz productiva favorece a la producción nacional, ya que se les otorga mayor valor a los productos nacionales, favoreciendo de esta manera a las pequeñas y medianas empresas, con la cual, se les da la oportunidad de crecimiento, ingresos a los mercados y por ende la generación de empleo.

6.04 Impacto Social

Con la implementación de este proyecto representa nuevas oportunidades de progreso es decir, busca crecer como empresa y generar fuentes de empleo que contribuyan a 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 ambiente, con productos libres de fosfatos, cumpliendo con los estándares de calidad, garantizando el bienestar de todos los consumidores.

Capítulo VII Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- El presente proyecto tiene la aceptación de un 100 % de consumidores potenciales lo cual es positivo para abrir las puertas de la microempresa HONEY.
- El estudio del proyecto también permitió conocer los competidores indirectos como son las mermeladas y el chocolate lo que se determinó investigando un mercado mayor dentro de supermercados, tiendas y distribuidores, con esto la venta del producto puede alcanzar mayor rentabilidad.
- De acuerdo a los impactos analizados: ambiental, económico, social y productivo, la microempresa es favorable para la sociedad, el desarrollo del país y mejoramiento del sector y crecimiento de la matriz productiva en un 80% sin contaminación.

7.02 Recomendaciones

- La microempresa de manjar debe estar concebida bajo normativas legales y ambientales para que los consumidores sientan seguridad y satisfacción al consumir el manjar.
- El talento humano que integra la producción deben conocer la filosofía corporativa para generar compromiso y responsabilidad en ellos,

buscando un clima laboral favorable en todo el entorno de la microempresa.

- Vigilar constantemente los procesos de producción, ya que puede ser necesaria la implementación de maquinaria nueva y personal, para cubrir eficientemente las necesidades de la empresa y entregar resultados de calidad.

Anexos 1

NOMBRE DEL PRODUCTO	MANJAR BLANCO	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:	El manjar blanco es un producto lácteo obtenido por concentración mediante el sometimiento al calor a presión normal, en todo o en parte del proceso, de leche cruda o leches procesadas, con el agregado de azúcares y otros ingredientes o aditivos permitidos. El producto resultante tiene una consistencia pastosa, más o menos estable y de color caramelo.	
COMPOSICION NUTRICIONAL PROMEDIO	Humedad	34.5 %
	Sólidos totales	65.5%
	Azúcares totales	50%
	Grasa (% mínimo):	3.0%
	Calorías aportadas por 100 g	250
PRESENTACION Y EMPAQUES COMERCIALES	Envases de vidrio o tarrina plástica por 125 g	
	Envases de vidrio o tarrina plástica por 250 g	
	Envases de vidrio o tarrina plástica por 500 g	
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS		
Es de sabor característico, agradable y textura suave acompañado de un color entre crema y café.		

Anexo2

Estrella	Vaca Lechera
	
Hueso	Incógnita
	

Anexo3

	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

Bibliografía

- CRISTIAN SÁNCHEZ R. (2003): Crianza y producción de abejas –Apicultura. Ediciones Ripalme. Editorial Servilibros. Distribuidora Edisón. Colección Granja y Negocio. Lima 36 – Perú.
- Ruiz García, 2004. Administración de Empresas (pág.13)
- Ricera Camino &LopezRua, 2012 Administracion en Comercio Exterior
- Guevara Samaniego, 2014.Administracion Industrial
- (Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Energía, 2011, p. 45).

Web grafía

- <http://www.scribd.com/Que es la PEA 2013>
- <http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Precio>
- <http://www.crecenegocios.com/> análisis del consumidor 2014
- www.InstitutoNacionaldeEstadísticasCensos (INEC)