



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

LA MOTIVACIÓN Y LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL: APORTAR AL SECTOR ALIMENTICIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROPYME PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS DE GASEOSA, CAFÉ Y CERVEZA EN FORMA DE SUS ENVASES, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración Industrial y de la Producción

Autora: Renjifo Cadena Daysi Isabel

Tutor: Ing. Pillajo Anaguano Richard Javier

Quito, Octubre 2017



## ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **RENJIFO CADENA DAYSI ISABEL** de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: **LA MOTIVACIÓN Y LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL: APORTAR AL SECTOR ALIMENTICIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROPYME PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS DE GASEOSA, CAFÉ Y CERVEZA EN FORMA DE SUS ENVASES, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

  
**Ing. Pillajo Richard**  
**Tutor del Proyecto**

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

  
**Ing. Giovanni Taco**  
**Lector del Proyecto**

  
**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR**  
**"CORDILLERA"**  
**DIRECCIÓN DE CARRERA**  
**Adm. Bancaria y Producción**  
**Ing. Fernando Buitrón**  
**Director de Escuela**

## 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 vigente. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



---

**Renjifo Cadena Daysi Isabel**  
C.C.: 1726907312

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.

**Yo, Daysi Isabel Renjifo Cadena**, portador de la cédula de ciudadanía signada con el No **1726907312** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado aportar al sector alimenticio, mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una micro pyme productora y comercializadora de gelatinas de gaseosa, café y cerveza en forma de sus envases, ubicada en el sector norte del distrito metropolitano de quito, año 2017, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Daysi Isabel Renjifo Cadena

CEDULA

1726907312

Quito, a los 10 de septiembre del 2017.

## **AGRADECIMIENTO.**

Gracias al Ing. Richard Pillajo, por el tiempo, por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor a la culminación de mi tesis de grado.

Gracias a todo el personal docente, mis maestros que al fin verán los frutos de todas sus enseñanzas brindadas en el aula.

## **DEDICATORIA.**

A mi madre por todo su apoyo brindado en el transcurso de mi vida estudiantil.

A mi hermana por su comprensión y cariño.

A mi esposo, a mi hijo por su paciencia y amor.

## ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA .....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
ÍNDICE GENERAL .....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiv
RESUMEN .....	xvi
ABSTRACT .....	xviii
CAPITULO I .....	1
INTRODUCCIÓN .....	1
1.2 Justificación .....	6
CAPITULO II .....	9
ANÁLISIS SITUACIONAL .....	9
2.1 AMBIENTE EXTERNO .....	9
2.1.1 Factor Económico .....	9
2.1.1.1 Producto Interno Bruto .....	9
2.1.1.2 Inflación .....	11
2.1.1.3 Tasa de Interés Activa .....	12
2.1.1.4 Tasa de Interés Pasiva .....	13
2.1.1.5 Riesgo País .....	13
2.1.2 Factor Social .....	15
2.1.2.1 Población .....	15
2.1.2.2 Población Económicamente Activa .....	17
2.1.2.3 Tasa de Empleo .....	18
2.1.2.4 Tasa de Desempleo .....	19
2.1.3 Factor Legal .....	20
2.1.3.1 Requisitos para la Obtención del R.U.C. ....	20
2.1.3.2 Requisitos a la Obtención de Permiso del Cuerpo de Bomberos de Quito. ....	20
2.1.3.3 Requisitos de Funcionamiento .....	21

---

2.1.3.4 Requisitos para la obtención de la Patente Municipal de Quito. ....	22
2.1.3.5 Requisitos para Obtener LUAE.....	23
2.1.3.6 Uso de Suelo. ....	24
2.1.4 Factor Ambiental.....	24
2.1.4.1 Ley De Gestión Ambiental.....	25
2.1.4 Factor Tecnológico.....	25
2.1.5.1 Nivel De Desarrollo Tecnológico .....	26
2.2 ENTORNO LOCAL.....	27
2.2.1 Cliente. ....	27
2.2.2 Proveedores.....	28
2.2.3 Competidores.....	29
2.3 ANÁLISIS INTERNO. ....	31
2.3.1 Propuesta Estratégica. ....	32
2.3.1.1 Misión. ....	32
2.3.1.2 Visión.....	34
2.3.1.3 Objetivos. ....	35
2.3.1.4 Principios y Valores. ....	36
2.3.2 Gestión Administrativa. ....	37
2.3.3 Gestión Operativa. ....	43
2.3.4 Gestión Comercial.....	43
2.4 ANALISIS FODA.....	50
CAPITULO III .....	54
ESTUDIO DE MERCADO.....	54
3.1 Análisis del Consumidor.....	54
3.1.1 Consumidor y Cliente.....	54
3.2 Población y Muestra. ....	55
3.2.1 Población.....	55
3.2.2 Muestra.....	56
3.3. Técnicas de Obtención de Información. ....	57
3.3.1 Investigación de Campo.....	57
3.3.2 Investigación Bibliográfica. ....	57
3.3.3 Encuesta.....	58

---



---

3.3.4 Análisis de la Información.....	61
3.2 OFERTA Y DEMANDA.....	71
3.2.1 Oferta.....	71
3.2.1.1 Oferta Histórica.....	71
3.2.1.2 Oferta Actual.....	72
3.2.1.3 Oferta Proyectada.....	72
3.2.2 Demanda.....	73
3.2.2.1 Demanda Histórica.....	73
3.2.2.2 Demanda Actual.....	74
3.2.2.3 Demanda Proyectada.....	74
CAPITULO IV.....	76
4.1 Tamaño del Proyecto.....	76
4.1.1 Equipo, Maquinaria y Mobiliario.....	76
4.1.2 Infraestructura.....	77
4.2 Personal de Producción.....	77
4.3 Capacidad Productiva Instalada.....	78
4.3. 1 Capacidad Óptima.....	79
4.3.2 Determinación de uso Óptimo de Instalación de Equipo.....	80
4.3.3 Número de Personal Productivo Óptimo.....	81
4.3.4 Producción Óptima.....	82
4.4 Localización.....	82
4.4.1 Macro localización.....	83
4.4.2 Micro localización.....	84
4.5 Ingeniería del Proyecto.....	85
4.5.1 Definición Bien y Servicio.....	85
4.5.2 Distribución Lógica de Planta.....	86
4.5.3 Proceso Productivo.....	89
4.5.4. Infraestructura.....	95
ESTUDIO FINANCIERO.....	99
5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales.....	99
5.1.1 Ingresos Operacionales.....	99
5.1.2 Ingresos No Operacionales.....	99

---

---

5.2 Costos.....	99
5.2.1 Costo Directo.....	101
5.2.2 Costo Indirecto.....	104
5.2.3 Gastos Administrativos.....	104
5.2.4 Costo de Venta.....	105
5.2.5 Costo Financiero.....	105
5.2.6 Costos Fijos y Variables.....	107
5.2.6.1 Costo Fijo.....	107
5.2.6.2 Costo Variable.....	107
5.3 Inversión.....	108
5.3.1 Inversión Fija.....	108
5.3.2 Capital de Trabajo.....	109
5.3.3 Fuentes de Financiamiento.....	109
5.3.4 Fuentes de Información y Uso.....	109
5.3.5 Amortización.....	110
5.3.6 Depreciación.....	111
5.3.7 Estudio de Factibilidad Proyectada.....	112
5.3.7.1 Estado de Situación Inicial.....	112
5.3.7.2 Estado de Resultados.....	113
5.3.7.3 Flujo de Caja.....	114
5.4 Evaluación Financiera.....	114
5.4.1 Tasa de Descuento.....	114
5.4.2 VAN.....	116
5.4.3 TIR.....	117
5.4.4 Periodo de Recuperación.....	117
5.4.5 Relación Costos Beneficio.....	117
5.4.6 Punto de Equilibrio.....	118
5.4.7 Análisis Financiero.....	124
5.4.7.1 Indicadores Financieros.....	124
5.4.7.2 Sensibilidad Financiera.....	124
CAPITULO 6.....	125
ANALISIS DE IMPACTO.....	125

---

---

6.1 Impacto Ambiental.....	125
6.2 Impacto Productivo.....	125
6.3 Impacto Económico. ....	126
CAPITULO 7 .....	127
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	127
7.1 Conclusiones. ....	127
7.2 Recomendaciones.....	128
Bibliografía .....	129

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producto Interno Bruto .....	9
Tabla 2 Inflación. ....	11
Tabla 3 Tasa de Interés Activa.....	12
Tabla 4 Tasa de Interés Pasiva.....	13
Tabla 5 Riesgo País.....	14
Tabla 6 Población.....	15
Tabla 7 Población Potencial.....	16
Tabla 8 Población Económicamente Activa. ....	17
Tabla 9 Tasa de Empleo.....	18
Tabla 10 Tasa de Empleo.....	19
Tabla 11 Cliente.....	27
Tabla 12 Matriz de Valoración.....	27
Tabla 13 Proveedores.....	28
Tabla 14 Matriz de Valoración.....	29
Tabla 15 Competencia Directa.....	30
Tabla 16 Matriz de Valoración.....	30
Tabla 17 Competencia Indirecta.....	31
Tabla 18 Matriz de Valoración.....	31
Tabla 19 Misión .....	33
Tabla 20 Visión.....	34
Tabla 21 Valoración.....	35
Tabla 22 Objetivos Empresariales.....	35
Tabla 23 Objetivos del Proyecto.....	36

---

Tabla 24 Manual de funciones del Gerente Administrativo. ....	39
Tabla 25 Manual de Funciones Jefe de Producción. ....	40
Tabla 26 Manual de Funciones Jefe de Ventas – Vendedor. ....	40
Tabla 27 Manual de funciones de los Operarios. ....	41
Tabla 28 Productos. ....	47
Tabla 29 FODA. ....	50
Tabla 30 Matriz FODA. ....	51
Tabla 31 Factor Crítico. ....	52
Tabla 32 Matriz Cliente y Consumidor. ....	55
Tabla 33 Matriz Población. ....	55
Tabla 34 Datos. ....	56
Tabla 35 Tabulación Pregunta 1. ....	61
Tabla 36 Tabulación Pregunta 2. ....	62
Tabla 37 Tabulación Pregunta 3. ....	63
Tabla 38 Tabulación Pregunta 4. ....	64
Tabla 39 Tabulación Pregunta 5. ....	65
Tabla 40 Tabulación Pregunta 6. ....	66
Tabla 41 Tabulación Pregunta 7. ....	67
Tabla 42 Tabulación Pregunta 8. ....	68
Tabla 43 Tabulación Pregunta 9. ....	69
Tabla 44 Tabulación Pregunta 10. ....	70
Tabla 45 Oferta Histórica. ....	71
Tabla 46 Oferta Actual. ....	72
Tabla 47 Oferta Proyectada. ....	72

---

---

Tabla 48 Demanda Histórica.....	73
Tabla 49 Demanda Actual.....	74
Tabla 50 Demanda Proyectada.....	74
Tabla 51 Demanda Proyectada.....	74
Tabla 52 Equipo, Maquinaria y Mobiliario. ....	76
Tabla 53 Infraestructura. ....	77
Tabla 54 Capacidad Productiva Instalada. ....	78
Tabla 55 Capacidad Óptima.....	79
Tabla 56 Determinación de Uso de Óptimo de Instalación de Equipo. ....	80
Tabla 57 Producción. ....	80
Tabla 58 Matriz de Macro localización. ....	83
Tabla 59 Valoración.....	84
Tabla 60 Micro Localización. ....	84
Tabla 61 Estudio de Infraestructura. ....	96
Tabla 62 Costos.....	100
Tabla 63 Costo Variable Unitario. ....	100
Tabla 64 Gelatina de Cerveza. ....	101
Tabla 65 Gelatina de Café.....	101
Tabla 66 Gelatina de Gaseosa. ....	102
Tabla 67 Rol de Producción.....	103
Tabla 68 Mano de Obra.....	103
Tabla 69 Unidades Producidas.....	103
Tabla 70 Costo de Mano de Obra. ....	104
Tabla 71 Costo Indirecto.....	104

---

---

Tabla 72 Gastos Administrativos.....	104
Tabla 73 Rol de Pagos de Administración.....	105
Tabla 74 Costo de Venta.....	105
Tabla 75 Capital Propio.....	105
Tabla 76 Necesidad de Financiamiento.....	106
Tabla 77 Financiamiento.....	106
Tabla 78 Inversión.....	108
Tabla 79 Inversión Fija.....	108
Tabla 80 Capital de Trabajo.....	109
Tabla 81 Fuentes de Financiamiento.....	109
Tabla 82 Amortización.....	110
Tabla 83 Depreciación.....	111
Tabla 84 Estado de Situación Inicial.....	112
Tabla 85 Estado de Resultados.....	113
Tabla 86 Flujo de Fondos Projectados.....	114
Tabla 87 Valor Actual Neto.....	116
Tabla 88 Periodo de Recuperación.....	117
Tabla 89 Impacto Productivo.....	125
Tabla 90 Ponderaciones.....	125
Tabla 91 Impacto Económico.....	126
Tabla 92 Ponderación.....	126

---

---

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1 Producto Interno Bruto. ....	10
Figura 2 Inflación. ....	11
Figura 3 Tasa De Interés Activa. ....	12
Figura 4 Tasa De Interés Pasiva. ....	13
Figura 5 Riesgo País. ....	14
Figura 6 Población. ....	15
Figura 7 Población Potencial. ....	16
Figura 8 Población Económicamente Activa. ....	17
Figura 9 Tasa de Empleo. ....	18
Figura 10 Tasa de Desempleo. ....	19
Figura 11 Ubicación de la Planta. ....	24
Figura 12 Planificación. ....	38
Figura 13 Organigrama Estructural. ....	39
Figura 14 Kardex. ....	42
Figura 15 Hoja de Registro. ....	42
Figura 16 Cadena de Valor. ....	43
Figura 17 Imagen de Producto. ....	44
Figura 18 Tarjetas de Presentación, Parte delantera. ....	44
Figura 19 Tarjetas de Presentación, Parte Trasera. ....	44
Figura 20 Presentación. ....	45
Figura 21 Página Web del Producto. ....	46
<i>Figura 22</i> Mapa Calacalí. ....	48
Figura 23 Promoción Camisetas. ....	48
Figura 24 Promoción Esferos. ....	48
Figura 25 Publicidad Facebook. ....	49
Figura 26 Pregunta 1. ....	61
Figura 27 Pregunta 2. ....	62
Figura 28 Pregunta 3. ....	63
Figura 29 Pregunta 4. ....	64
Figura 30 Pregunta 5. ....	65
Figura 31 Pregunta 6. ....	66

---



---

Figura 32 Pregunta 7. ....	67
Figura 33 Pregunta 8. ....	68
Figura 34 Pregunta 9. ....	69
Figura 35 Pregunta 10. ....	70
Figura 36 Proceso Productivo Gelatina de Cerveza, Café y Gaseosa. ....	81
Figura 37 Matriz de Layout. ....	87
Figura 38 Distribución Lógica de la Planta. ....	88
Figura 39 Proceso 1. ....	89
Figura 40 Proceso 2. ....	90
Figura 41 Proceso 3. ....	90
Figura 42 Proceso 4. ....	91
Figura 43 Proceso 5. ....	91
Figura 44 Proceso 6. ....	92
Figura 45 Proceso 7. ....	92
Figura 46 Proceso 8. ....	93
Figura 47 Flujo del Proceso de Producción. ....	94
Figura 48 Flujo grama Comercial. ....	95
Figura 49 Punto de Equilibrio Gelatina de Cerveza. ....	119
Figura 50 Punto de Equilibrio Gelatina De Café. ....	121
Figura 51 Punto de Equilibrio Gelatina de Gaseosa. ....	123

## RESUMEN.

El presente proyecto tiene como objetivo proponer la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de gelatinas de gaseosa, café y cerveza en forma de sus envases, ubicada en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, año 2017, la cual tiene como finalidad la determinación de viabilidad de la creación y puesta en marcha de la microempresa **GELATIN SHAKE**.

El primer capítulo abarca los conceptos generales, para poder dar a conocer a los lectores el porqué, como y para que se eligió este tema, en este trabajo de investigación existe conceptos técnicos que son necesarios colocar para su mejor entendimiento, también se puede observar la historia y las definiciones de la gelatina, desde cuando existió hasta los beneficios principales que en este postre delicioso se puede encontrar, ayudando a tener un mejor estilo de vida en las personas que la consumen.

En el segundo capítulo se establece una relación directa entre el factor económico y el factor social, en el primero se busca determinar si es beneficioso poner en marcha una microempresa, en la situación que Ecuador se encuentra, en el segundo se busca determinar cuál es la posible población del sector en el que se va a producir y comercializar las gelatinas. También se establecen los requisitos que se necesita para poner en funcionamiento a un micro pyme en la ciudad de Quito de manera legal.

El factor tecnológico es una parte muy esencial en la producción ya que ayuda a generar más productos y a menor tiempo.

Se planteó la filosofía de la micro empresa lo cual se basa en la integración, colaboración y eficacia, para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados y obtener buenos resultados al finalizar el periodo laboral.

En el tercer capítulo se plantea una encuesta a los posibles clientes potenciales para saber si les gustaría o no adquirir la gelatina de forma diferente y no como están acostumbrados a comprarla, al finalizar se obtuvo un 99% de aceptación del producto, lo que quiere decir que a los futuros compradores si les interesa consumir una nueva opción de postre natural.

En el cuarto capítulo se diseñó la planta productora y comercializadora de **GELATIN SHAKE** basándose en la matriz de Layout la misma que ayudo a ubicar correctamente cada una de las áreas de la microempresa.

En este espacio se determinó el tipo de maquinarias que se utilizaran y se procedió a implementar un Flujo grama del proceso de producción y comercialización para obtener el producto final, según las maquinarias y la fuerza del talento operativo se dedujo que será necesario 2 trabajadores para realizar 56 gelatinas diarias, 1300 mensuales y 15600 anuales.

En el capítulo 5 se determinó los indicadores financieros, los mismos que arrojaron un Valor Actual Neto positivo y un 25,79% de TIR, lo que indica que el proyecto es viable, con una inversión de \$ 45,385.13, los mismos que serán recuperados en 4 años y 5 meses.

## ABSTRACT

The objective of this project is to propose the creation of a microenterprise dedicated to the production and marketing of gaseous, coffee and beer jellies in the form of their packaging, located in the northern sector of the Metropolitan District of Quito, in 2017. Purpose of determining the viability of the creation and start-up of the GELATIN SHAKE micro-enterprise.

The first chapter covers general concepts, in order to make readers aware of why, how and for which this topic was chosen, in this research there are technical concepts that need to be placed for better understanding. history and definitions of gelatin, from when it existed to the main benefits that in this delicious dessert can be found, helping to have a better lifestyle in the people who consume it.

The second chapter establishes a direct relationship between the economic factor and the social factor, in the first one seeks to determine if it is beneficial to start up a microenterprise, in the situation that Ecuador finds, the second seeks to determine what is the possible population in the sector in which gelatins are to be produced and marketed. It also establishes the requirements that it is necessary to put into operation a micro-SME in the city of Quito in a legal way.

The technological factor is a very essential part in the production since it helps to generate more products and in less time.

The micro-enterprise philosophy was based on integration, collaboration and effectiveness, in order to achieve the objectives and obtain good results at the end of the work period.

In the third chapter a survey is presented to prospective clients to know whether or not they would like to buy the gelatin differently and not as they are accustomed to buying it, at the end it obtained a 99% acceptance of the product, which means than to future buyers if they are interested in consuming a new option of natural dessert.

In the fourth chapter, the production and marketing plant of GELATIN SHAKE was designed based on the Layout matrix, which helped to correctly locate each of the areas of the microenterprise.

In this space was determined the type of machinery to be used and proceeded to implement a flow chart of the production and marketing process to obtain the final product, according to the machinery and the strength of operational talent was deduced that it will be necessary 2 workers to perform 56 daily gelatins, 1300 monthly and 15600 annual.

Chapter 5 determined the financial indicators, which showed a positive Net Present Value and a 25, 79% IRR, which indicates that the project is viable, with an investment of \$ 45,385.13, which will be recovered in 4 years and 5 months.

## CAPITULO I

### INTRODUCCIÓN.

En estos tiempos los clientes no tienen un único perfil, si no varios, los mismos ahora pueden exigir más por su dinero, ya que las características que los clientes buscan en un producto son: calidad, seguridad y que cumpla con sus exigencias estas son las tipologías que el comprador busca en un producto pero no basta con brindarle un buen servicio si no también darle un valor agregado extraordinario para satisfacer sus exigencias como consumidor.

Este mercado puede modificarse dependiendo del enfoque que se tenga, ejemplo, puede ser con un mismo producto que va dirigido a los mismos consumidores si no que este tiene un valor agregado que la competencia no.

En el sector alimenticio, de lo que va del año 2017 el PIB se vio incrementado en un 9.3%, ya que el sector nombrado anteriormente, es el que más aporta, siendo el consumo diario de la humanidad lo que lleva al previo aumento, (Comercio, 2016).

Este sector es el que se manifiesta de primera necesidad para el ser humano, por lo que ha motivado a los ecuatorianos a impulsar la matriz productiva y es así como el sector empresarial también ha tenido un incremento con la apertura de empresas industriales de alimentos y creando nuevas fuentes de trabajo, para disminuir la tasa de desempleo y la crisis que enfrenta el país, aunque cada vez existe más competencia los fabricantes, buscan ser líderes en el mercado.

El plan de esta investigación, es desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de un micro pyme productora y comercializadora de gelatinas de gaseosa, café y cerveza en forma de sus envases, para así contribuir con la matriz productiva y al desarrollo del país, elaborando un producto nuevo, realizándose de manera minuciosa.

Pero no solo se realiza con la intención de proveer las gelatinas sino también de incentivar a la nutrición de los niños, con la opción de gelatinas de gaseosa ya que siempre se necesita un porcentaje de azúcar para nuestro organismo.

En el mercado existen empresas dedicadas a la elaboración de gelatinas pero este proyecto tiene un valor agregado el cual nos hace distintos. Lo que llamara la atención de los clientes es la innovación en el producto ya que existirá variedad de sabores e incentiva a que los clientes implementen frutas en la alimentación diaria de cada integrante de la familia.

### 1.1 Antecedentes.

El presente proyecto surgió de la idea de que hay muchas personas que consumen cerveza, café y gaseosa, un ejemplo de esto son los integrantes de mi familia, toman mucha gaseosa lo que es perjudicial, según los estudios de los doctores, esto conlleva a generar diabetes, el exceso de licor provoca cirrosis entre otras enfermedades y el café genera alteración de los nervios, con este producto lo que quiero lograr es que los clientes que consuman las gelatinas dejen de consumir en exceso cerveza, café y gaseosa porque causan daños a su salud, con la creación de GELATIN SHAKE consumirán alimentos del mismo sabor que les gusta pero más saludables, bajando el riesgo de enfermedades.

La gelatina es un postre muy rico y muy fácil de hacer, se puede convertir en una fresca alternativa muy sana y nutritiva para aquellos que la consuman.

Varios estudios realizados han dado como resultado que la gelatina es sumamente beneficioso para las personas que sufren de gastritis, cólicos entre otros problemas, también ayuda a las personas que sufren de problemas digestivos ayudándolos a hacer la digestión y tener un sistema digestivo sano. (Pérez, 2008)

La gelatina contiene colágeno, y a partir de la gretina, que es una proteína que es capaz de aportar nutrientes complementarios para la piel, uñas y cabello, ayudando a que estén mucho más saludables. (Pérez, 2008)



También es ideal que consuman los más pequeños, formando parte de una dieta blanda e incluso para personas de la tercera edad, enfermos o en personas que en definitiva se encuentran haciendo algún tipo de régimen alimenticio.

(Pérez, 2008)

Por este motivo la gelatina también se usa para la elaboración de gominolas, y el colágeno se usa igualmente como emulgente y estabilizante, al ayudar a mejorar la textura de productos como yogures, helados y otros postres.

(Pérez, 2008)

### **Valores Nutricionales de la Gelatina**

Se puede decir que la gelatina es de pura proteína, dado que el colágeno con la que se elabora originariamente comprende una cadena de proteínas de alrededor de 1050 aminoácidos; Dos de los aminoácidos son la Hidroxiprolina y la Hidroxilisina, lo que se encuentra solo en la proteína del colágeno, que contiene todos los aminoácidos esenciales a excepción del triptófano. (Pérez, 2008)

En lo que se refiere a un valor nutritivo, la gelatina principalmente contiene colágeno entre un 85% a un 90%, sales minerales, agua y azúcares.

Se debe indicar que la proteína, su componente principal, está formada por eslabones llamados aminoácidos, y que 18 de los 20 existentes se encuentran presentes en la estructura de colágeno, por lo que forman parte de la composición de la gelatina. (Martnes, 2015)

## Beneficios de la Gelatina

Entre los beneficios de la gelatina se encuentran la salud para los huesos y la piel, precisamente por su elevado contenido de colágeno y por su aporte en determinados minerales y oligoelementos (calcio, fosforo, silicio y magnesio), la gelatina ayuda a mejorar su salud ósea, siendo útil. No solo para reconstruir los huesos sino también para fortalecerlos.

Además, ayuda a aumentar la elasticidad de la piel gracias a ese elevado contenido en colágeno, fortaleciendo sus tejidos conectivos.

La gelatina tiene bajo contenido calórico es ideal para las dietas, ya que este producto contiene poquísimas calorías, es más dependiendo del contenido de azúcares, edulcorantes y saborizantes que puedan usarse en su elaboración.

(Davalos, 2016)

El colágeno ayuda a mejorar la elasticidad y firmeza de la piel, convirtiéndose en una opción muy deliciosa a la hora de mejorar y disminuir las estrías sobre todo cuando su consumo es regular. (Pérez, 2008)

Creada en Egipto, en 1682 el francés Papín, informa sobre un proceso de cocinar en el que intento obtener una masa gelatinosa a partir de huesos, en 1875 fue un año decisivo en la fabricación moderna de la gelatina, en 1950 la industria de la gelatina intensifica su desarrollo tecnológico y avanza de tal modo que llega hasta la actualidad excelente en cuanto a su producción y calidad de sus productos. (Rocha, 2010)

## 1.2 Justificación.

Con los avances que ha tenido la tecnología, no se puede negar que ayudó al incremento del sector alimenticio, en este tiempo las personas sin límites de edad están encaminada a tener un mejor estilo de vida eligiendo alimentos saludables, una alimentación balanceada y sobre todo realizando ejercicios físicos para de esta manera obtener un estado óptimo en su salud, es por ello que los consumidores adquieren alimentos más sanos y que sean nutritivos entre los que se encuentra la gelatina que es un producto deliciosos que es saboreado por el ser humano, en la actualidad existe gran variedad de sabores, marcas de gelatinas en el mercado.

Los riesgos que se encuentran asociados con la desnutrición son que se tenga una dieta desbalanceada y que genere un aumento en el consumo de alimentos y bebidas grasosas y que contengan mucha azúcar, para evitar este tipo de peligros se requiere implementar productos al mercado bajos en grasa y sin demasiada azúcar.

La gelatina es un producto nutritivo que brinda muchas calorías buenas al organismo que se realiza con materia prima natural para no afectar la salud de los consumidores, este producto es saboreada por las personas sean grandes o chicos, jóvenes, adultos y niños por su gran sabor al momento de ingresar a la boca.

La necesidad de que este proyecto entre al consumidor es una opción de adquirir nuevos producto, con sabores no tradicionales en la gelatina ya que se adiciono el sabor a café, cerveza y gaseosa.

Esta tesis está enfocada al Plan Nacional del Buen Vivir: Impulsando la transformación de la matriz productiva y buscando la mejora de la calidad de vida, ya que se busca la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental teniendo en cuenta la armonía, igualdad, equidad y solidaridad en cada una de las personas que con este producto se podría llegar a realizar, logrando que las personas progresen y desarrollen sus habilidades, (Ecuador Patente n° ISBN978-9942-07-848-5, 2013), como se logra esto, emprendiendo una actividad que beneficiara a la persona emprendedora y a los clientes.

La gelatina es de gran beneficio para las personas y por ello se quiere dar una nueva opción de nutrición para que tengan un mejor estilo de vida, generando hábitos de alimentación en las mismas.

Con la implementación de una tesis en la rama productiva de gelatinas de tres sabores distintos, se busca cubrir las necesidades de las personas que son amantes al café, a la cerveza y a la gaseosa, para este grupo de personas está dirigido el presente proyecto donde los mismos que las adquieran obtendrán un beneficio, mejorando su calidad de vida, además de cuidar arraigadamente de su salud.

Debido al giro que está teniendo la sociedad hacia el consumo con altos niveles de azúcares y en grasas se ha optado por crear el producto de gelatina con café ya que este ayuda a bajar de peso y a cuidar su salud brindando nutrientes y colágeno al organismo, siempre y cuando no exista un exceso en el consumo, así mismo con la cerveza y la gaseosa, es por ello que se espera tener una gran acogida en el mercado.

La fábrica de gelatinas estará ubicada en un lugar que no sea residencial para evitar daños en la salud y peligros en la ciudadanía, debido a esta situación la empresa estará ubicada en la parte Norte de la ciudad de Quito en el sector de Calacalí Zona 9 de la provincia de Pichincha, según la Agenda Zonal las empresas de fabricación deben generar una producción limpia y libre de conflictos ambientales, reduciendo así los impactos negativos que puedan producir las fábricas de producción desarrollando un ambiente armónico y que sea sustentable para el buen vivir de las personas. (Ecuador Patente n° ISBN978-9942-07-848-5, 2013)

## CAPITULO II

### ANÁLISIS SITUACIONAL.

#### 2.1 AMBIENTE EXTERNO.

##### 2.1.1 Factor Económico.

##### 2.1.1.1 Producto Interno Bruto.

El P.I.B., solo se lo puede calcular de los productos terminados no de los materiales que intervienen y se lo realiza de dos maneras según la suma que genere en todo el año o bien puede ser de la suma que se ha gastado.

Tabla 1 *Producto Interno Bruto*

<b>Año</b>	<b>P.I.B.</b>	<b>% Variación</b>
2012	6.53%	0,55%
2013	4,50%	0.3%
2014	4.48%	0,02%
2015	1.80%	0,06%
2016	1.00%	0.08%

**Fuente:** B.C.E.

**Elaborado Por:** B.C.E.

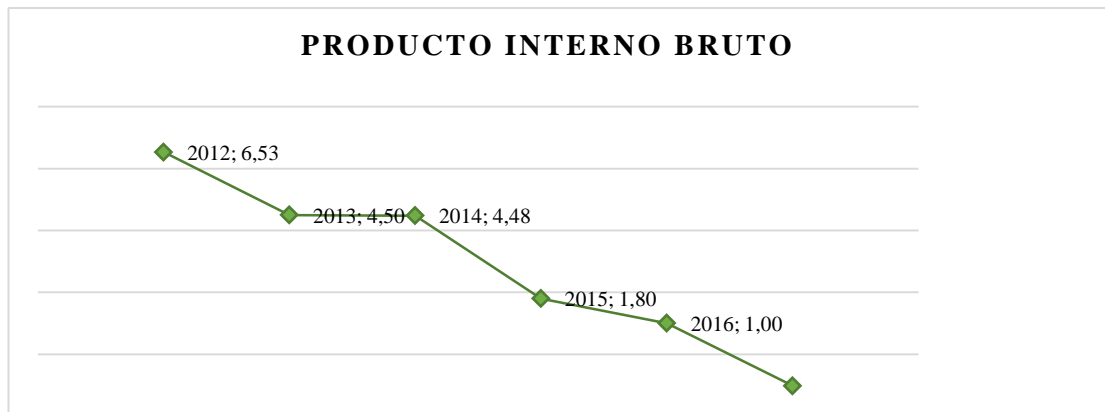


Figura 1 *Producto Interno Bruto*.

**Fuente:** B.C.E.

### Síntesis.

El P.I.B. es la suma de la producción de bienes y servicios de un país, mientras más alto sea el valor del P.I.B., se considera que existen los factores necesarios para impulsar la producción en el país, según el gráfico N° 1 desde el año 2012 al 2016 ha ido decreciendo, esto se produce por causa de la baja del petróleo, devaluación monetaria en Colombia y Perú, la economía fue bajando, es por ello que cuando baja el P.I.B., el director de cualquier empresa empieza a percibir menos ventas de las cuales los pequeños comerciantes hacen pequeñas entregas, por cual constituye en una amenaza para el proyecto.

### 2.1.1.2 Inflación

Es un fenómeno económico que se caracteriza por la variación de los precios en un cierto periodo de tiempo. Es el aumento que dan las personas a un producto o a un servicio constante y general.

Tabla 2 *Inflación.*

Año	Inflación	% Variación
2012	4,16%	-1,25%
2013	2,70%	-1,46%
2014	3,67%	0,97%
2015	3,38%	-0,29%
2016	1,12%	-2,26%

**Fuente:** I.P.C.

**Elaborado Por:** I.P.C.



Figura 2 *Inflación.*

**Fuente:** I.P.C.

### ANÁLISIS

Con los datos obtenidos de Índice de Precios al Consumidor (I.P.C.), se encuentra que a diferencia de los años anteriores, en 2016 existe una inflación baja del 1.12%, siendo superada por los primeros años, la inflación tiende a la baja, por lo que representa una oportunidad para el proyecto.



### 2.1.1.3 Tasa de Interés Activa.

La tasa de interés activa es aquella que genera interés para los bancos cuando las empresas hacen préstamos.

Tabla 3 Tasa de Interés Activa.

Año	Tasa De Interés Activa	% Variación
2012	9,53%	0%
2013	9,53%	0%
2014	9,63%	0,10%
2015	9,20%	-0,43%
2016	8,10%	-1,10%

Fuente: B.C.E.

Elaborado por: B.C.E.

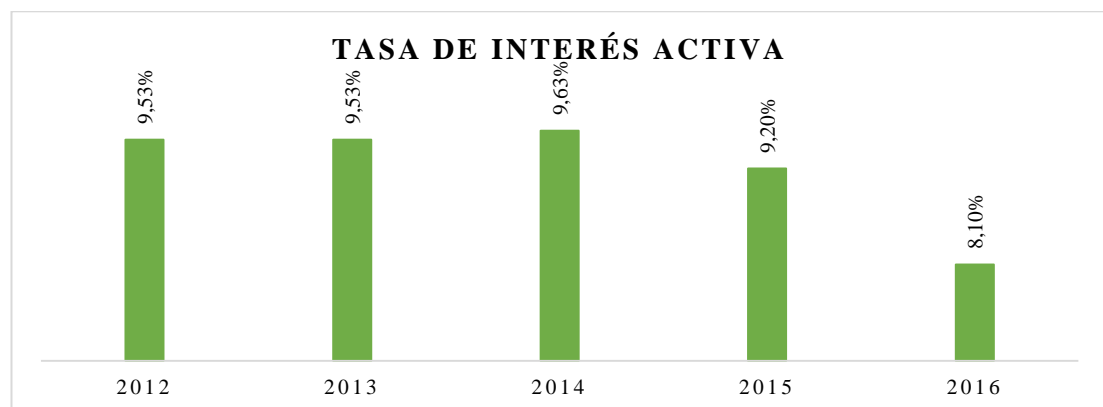


Figura 3 Tasa De Interés Activa.

Fuente: B.C.E.

## ANÁLISIS

Según la Banca Privada, recomienda el aumento de la tasa activa en microcréditos ya que así se puede recuperar todos los costos como se puede observar en el gráfico a partir del 2012, pero a partir del año 2015 los valores de esta tasa empiezan a tener una baja hasta llegar al año 2016, la misma que representa una oportunidad para el proyecto, con una tasa activa del 8.10%.

### 2.1.1.4 Tasa de Interés Pasiva.

Es el dinero que obtienen las personas por mantener sus cuentas de ahorro en las diferentes entidades bancarias.

Tabla 4 *Tasa de Interés Pasiva.*

Año	Tasa de Interés Pasiva	% Variación
2012	4,93%	0%
2013	4,93%	0%
2014	5,02%	0,09%
2015	5,14%	0,12%
2016	5,12%	-0,02%

**Fuente:** B.C.E.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

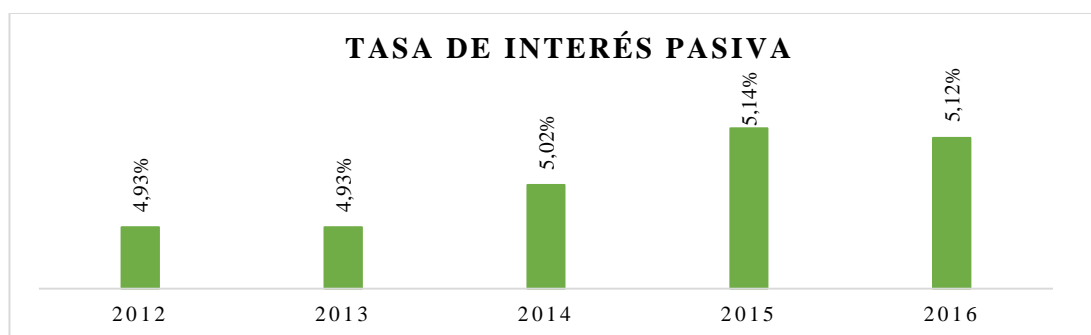


Figura 4 *Tasa De Interés Pasiva.*

**Fuente:** B.C.E.

## ANÁLISIS

Cuando se realiza un préstamo personal y la tasa pasiva es baja esto puede ser perjudicial por lo que representa una amenaza para el proyecto como se presenta en el grafico anterior, en el año 2016 se ha generado una disminución al 5.12%, a diferencia de los años primeros que la tasa pasiva tiene un valor alto y esto se convierte en una parte negativa para las personas que querrán realizar algún tipo de préstamo ya sea para vivienda, o la obtención de vehículos o la creación de fábricas o micro negocios.

### 2.1.1.5 Riesgo País.

El Riesgo País se trata de cuanto tiene que pagar de más un país, en este caso, es un exceso que tiene que dar Ecuador o cualquier país por los bonos emitidos.

Tabla 5 *Riesgo País*.

Año	Riesgo País	% Variación
2012	663	0.10%
2013	636	0.23%
2014	639	0.03%
2015	631	-0.08%
2016	668	0.37%

Fuente: B.C.E.

Elaborado por: B.CE.

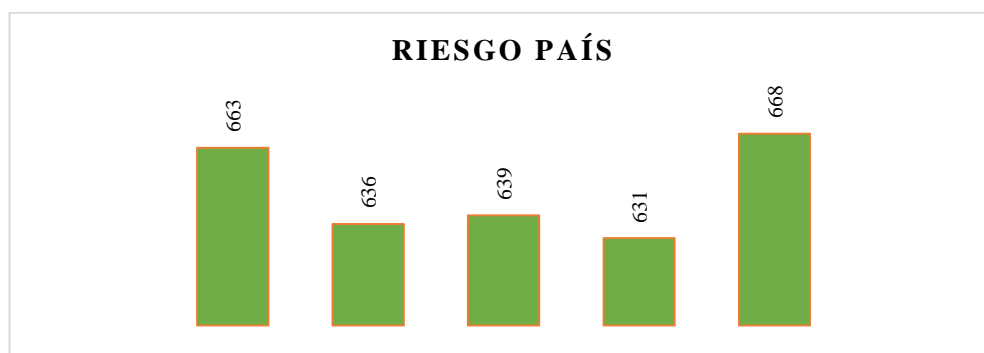


Figura 5 *Riesgo País*.

Fuente: B.C.E.

## ANÁLISIS.

Un acrecentamiento en Riesgo País es delicado ya que excede en la tasa de la economía y aumentará el interés de los préstamos que realizan las empresas en este caso como se observa en Ecuador el Riesgo País es alto, es por ello que este indicador es una amenaza para el proyecto y de seguir aumentando podría estar propenso a que se devalúe la moneda.

## 2.1.2 Factor Social.

### 2.1.2.1 Población.

Son todos los habitantes que existen en un espacio, comunidad, región, país o ciudad.

Tabla 6 Población.

Año	Población	% Variación	
		Diferencia	%
2012	3050	70	2%
2013	3271	221	7%
2014	3587	316	9%
2015	4500	913	25%
2016	5850	1350	30%

Fuente: INEC.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

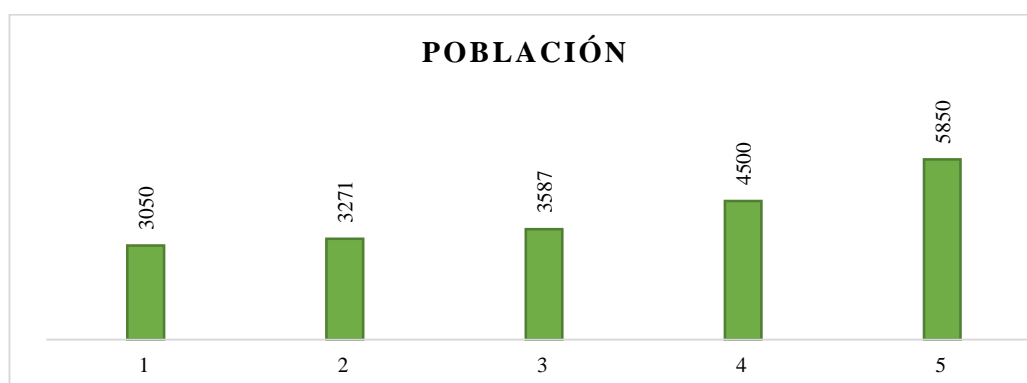


Figura 6 Población.

Fuente: INEC.

## ANÁLISIS

Para determinar la población se tomó en cuenta los datos del sector de Calacalí, donde va a funcionar la microempresa **GELATIN SHAKE**.

### 2.1.2.1.1 Población Potencial.

Es la sustracción entre la totalidad de la población y la población directa.

Tabla 7 Población Potencial.

Año	Población	% Variación	Población Directa	Población Potencial
2012	70050	10%	3050	67000
2013	73150	40%	3271	69879
2014	76077	40%	3587	72490
2015	79637	40%	4500	75137
2016	84660	60%	5850	78810

Fuente: INEC.

Elaborado por: INEC.

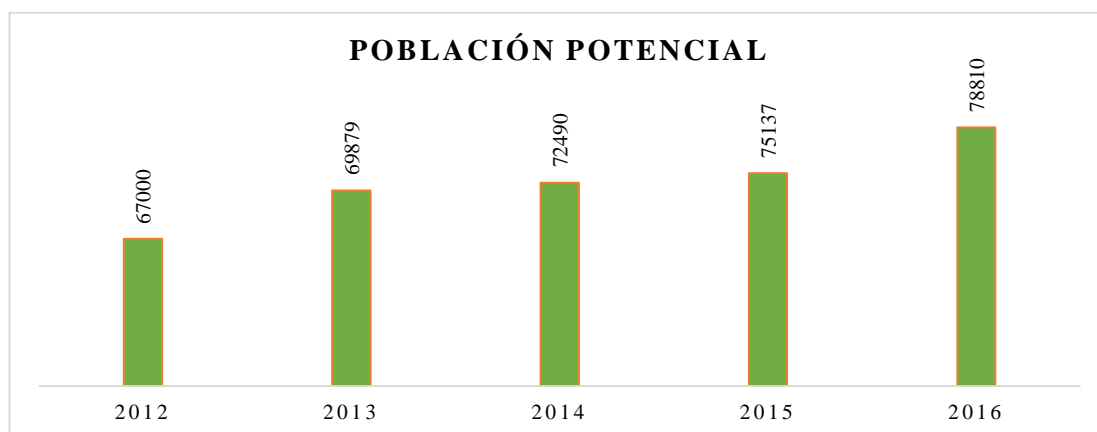


Figura 7 Población Potencial.

Fuente: INEC.

## ANÁLISIS

En la tabla N° 7 se refleja que la Población Potencial, en la mitad del mundo, incluido los sectores de Calacalí, San Antonio de Pichincha y Pomasqui, ha ido en constante crecimiento, lo que representa al proyecto un impacto positivo con un crecimiento en el año 2016 de 78810.

### 2.1.2.2 Población Económicamente Activa.

Son todas las personas que en un periodo sea este largo o corto cuentan con trabajo o están en actividad laboral.

Tabla 8 *Población Económicamente Activa.*

Año	PEA	% Variación
2012	24665	0,03%
2013	34689	41%
2014	47145	36%
2015	49374	0,05%
2016	57832	17%

Fuente: INEC.

Elaborado por: INEC.

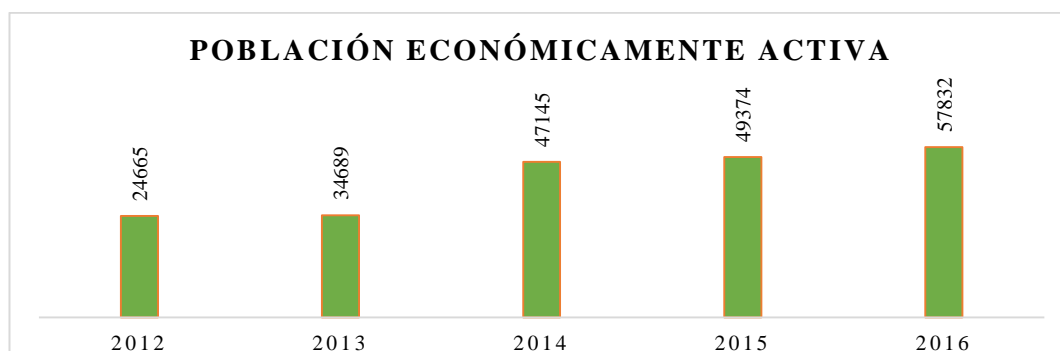


Figura 8 *Población Económicamente Activa.*

Fuente: INEC

### ANÁLISIS

La Población Económicamente Activa detallada en la tabla N°8, indica una oportunidad para el proyecto, ya que existe variabilidad desde el año 2012 al año 2016, en este último periodo el PEA es de 57832, con lo que se puede indicar que existe un incremento de personas económicamente activas que pueden acceder a un trabajo existiendo la probabilidad de que se conviertan clientes.

### 2.1.2.3 Tasa de Empleo

Son las personas que se encuentran en actividad laboral en esta tasa entran las personas que trabajan desde los 16 años de edad.

Tabla 9 Tasa de Empleo.

Año	Tasa Empleo	% Variación	Tasa Desempleo	%Variación
2012	46,50%	20%	4,43%	20%
2013	47,90%	30%	4,04%	0,91%
2014	49,30%	20%	3,22%	0,79%
2015	45,37%	0,92%	4,93%	53%
2016	40,00%	0,88%	9,14%	85%
<b>Proyección 2017</b>	<b>47,30%</b>	<b>18%</b>	<b>9,11%</b>	<b>1%</b>

Fuente: INEC.

Elaborado por: INEC.

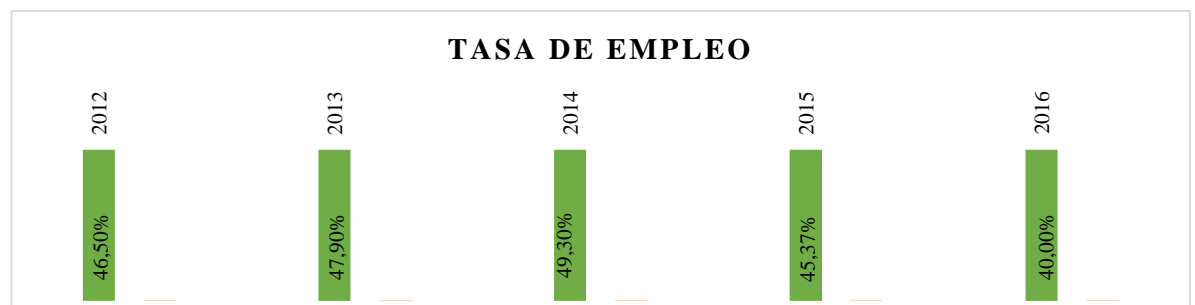


Figura 9 Tasa de Empleo.

Fuente: INEC.

## ANÁLISIS

Según los datos reflejados en la tabla N° 9, para el año 2016 la tasa de empleo decreció a un 40%, pero en el año proyectado 2017 la tasa de empleo sube a un 47,30% según la investigación indica que para este año se ha proyectado calidad y mejores estilos de trabajo.

### 2.1.2.4 Tasa de Desempleo.

Es la falta de trabajo que existe en un país, se incluye a las personas que están en busca de un empleo sin que este tenga un resultado positivo.

Tabla 10 *Tasa de Empleo.*

Año	Tasa Desempleo
2012	4,43%
2013	4,04%
2014	3,22%
2015	4,93%
2016	9,14%

Fuente: B.C.E.

Elaborado por: B.C.E.

Gráfico N° 10

*Tasa de Desempleo.*

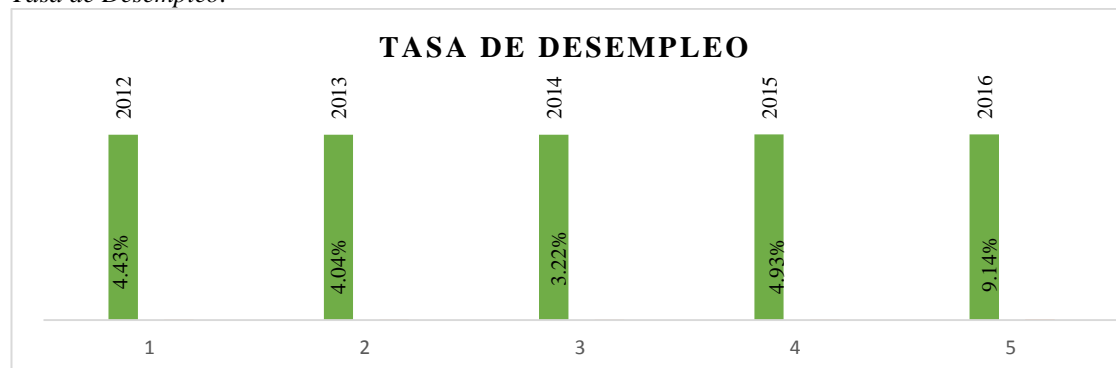


Figura 10 *Tasa de Desempleo.*

Fuente: B.C.E.

## ANÁLISIS

Como se puede observar en la gráfico N° 10, la tasa de desempleo podría constituirse en una amenaza para el presente proyecto, porque en el año 2016 existe un aumento del 9.14% a diferencia de los años anteriores que existe una disminución leve.



### 2.1.3 Factor Legal

Son las leyes establecidas por el Estado, las cuales se crearon para que las empresas se ajusten a ellas y se mantengan según lo dicte el Estado, para las empresas es necesario conocer dichas leyes para el funcionamiento de su actividad económica.

#### Requisitos.

#### R.U.C.

Es el documento mediante el cual el Servicio de Rentas Internas genera el control de los impuestos que se debe pagar por parte de las empresas.

#### 2.1.3.1 Requisitos para la Obtención del R.U.C.

- Presentar el original y copia de la cédula de identidad, Representante Legal o Agente de Retención, pasaporte.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo. (Internas)

#### 2.1.3.2 Requisitos a la Obtención de Permiso del Cuerpo de Bomberos de Quito.

El permiso de Bomberos en la ciudad de Quito se emite a todo local previo a la aprobación de su funcionamiento. Se otorga de acuerdo según el tipo de actividad y riesgo (Quito M. d., 2017).

**Tipo A:** Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes. (Quito M. d., 2017):

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del R.U.C.

### **2.1.3.3 Requisitos de Funcionamiento.**

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia título del profesional responsable en caso de industria y pequeña industria.
- Certificado del título profesional de la SENESCYT.
- Lista de productos a elaborar.
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio.
- Planos de la planta procesadora de alimentos con la distribución de las áreas.
- Croquis de ubicación de la planta procesadora.
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa otorgada por el SECAP.
- Documentar métodos y procesos de la fabricación, en caso de industria.
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
- Copia del RUC del establecimiento.
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

### 2.1.3.4 Requisitos para la obtención de la Patente Municipal de Quito.

La patente municipal es un requisito obligatorio que deben cumplir los trabajadores independientes para ejercer la actividad económica y poder obtener el RUC. El requisito está vigente desde 2010 y se lo obtiene a partir de un formulario. Las fechas límites de pago se establecen por el noveno dígito del RUC, y van del 10 al 28 de junio. (Quito M. d., 2017).

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección.
- Copia del R.U.C. en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas.
- Si el trámite lo realiza una tercera persona: Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica. (Quito M. d., Requisitos de funcionamiento, 2016).
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
- En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal. (Quito M. d., 2017)

### **Requisitos adicionales:**

- Copia de la licencia de conducir categoría profesional (En el caso de que realice actividades de transporte).
- En caso de discapacidad, copia del carné del CONADIS.
- En caso de artesanos, copia de la calificación artesanal vigente. (Quito M. d., 2017).

### **2.1.3.5 Requisitos para Obtener LUAE.**

Es el documento que permite a su representante ejercer su actividad económica.

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS).
  - Permiso Sanitario.
  - Permiso de Funcionamiento de Bomberos.
  - Rotulación (Identificación de la actividad económica).
  - Permiso Ambiental.
  - Licencia Única Anual de Funcionamiento.
  - Actividades Turísticas.
  - Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía.
- (Quito M. d., 2017).

### 2.1.3.6 Uso de Suelo.

IMPLANTACIÓN GRÁFICA DEL LOTE

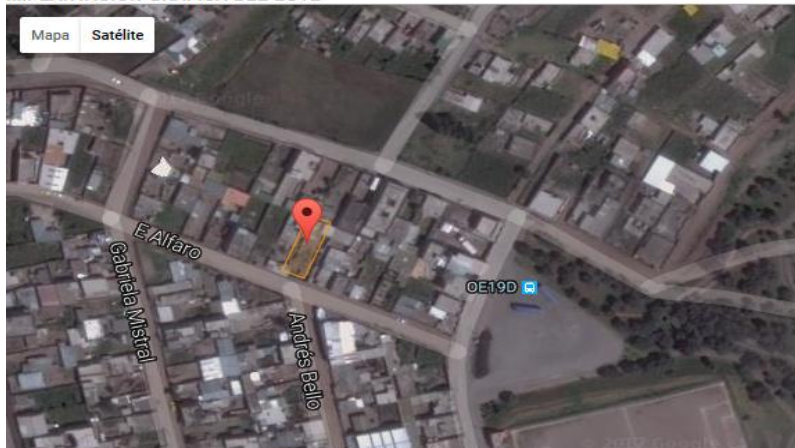


Figura 11 Ubicación de la Planta.  
Fuente: Quito Alcaldía.

## ANÁLISIS

Es una amenaza porque no se podrá implementar la empresa en el lugar que se requería si no que hay que ajustarse a la zona industrial donde permiten implementar la empresa por ejemplo en el sector de Calacalí la misma que todavía no es una parte residencial.

### 2.1.4 Factor Ambiental.

En este punto se hablara directamente de la contaminación que puede generar los residuos del producto presentado, el impacta ambiental que generara este producto no será alto ya que es una microempresa y no genere altos índices de contaminación.

#### 2.1.4.1 Ley De Gestión Ambiental.

**Gestión Ambiental.**- Conjunto de políticas, normas, actividades operativas y administrativas de planeamiento, financiamiento y control estrechamente vinculadas, que deben ser ejecutadas por el Estado y la sociedad para garantizar el DESARROLLO SUSTENTABLE y una óptima calidad de vida. Considerando, (Gomez, 2015).

La Constitución Política de la República del Ecuador, reconoce a las personas, el derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación; declara de interés público la preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país; establece un sistema nacional de áreas naturales protegidas y de esta manera garantiza un desarrollo sustentable. (AMBIENTAL, 2011).

#### ANÁLISIS

Se pudo analizar que las normas ambientales permiten regular el daño que se produce al medio ambiente lo que representa una oportunidad al proyecto ya que en la producción de gelatina de sabores de café, cerveza y gaseosa existe un porcentaje mínimo de contaminación hacia el medio ambiente.

#### 2.1.4 Factor Tecnológico.

Son los recursos tecnológicos que se utiliza dentro de la producción puede ser de manera directa o indirecta, para la elaboración del producto final.

### 2.1.5.1 Nivel De Desarrollo Tecnológico.

El Foro Económico Mundial ha elaborado el Ranking Mundial de Desarrollo Tecnológico midiendo “el entorno de los países en sus negocios, infraestructura, políticas y regulaciones, necesarios para desarrollar y asimilar tecnologías” así como “la disposición de sus gobiernos, negocios e individuos” con el mismo propósito. El estudio abarca a 127 países y corresponde al periodo 2007-2008. ¿Y cuál es la posición del Ecuador? Ocupamos el puesto 107, casi al final de la lista. En Latinoamérica Chile ocupa el puesto 34; México, 58; Brasil, 59; Panamá, 64; Colombia, 69. De nuevo, el pequeño Panamá, cuya gente no difiere de la nuestra, está bastante por encima de Ecuador. Ahora bien, ni Dinamarca, ni Singapur, ni Panamá, poseen nuestras abundantísimas biodiversidad y riquezas naturales. Pero acaso acicateados por sus carencias, y en tan solo unas décadas, los países mencionados han sabido optimizar su entorno de negocios, infraestructura, políticas, regulaciones y la disposición de sus gobiernos e individuos para prosperar decididamente. (Naranjo, 2008).

## ANÁLISIS

Según los datos obtenidos en las fuentes de información indican que Ecuador ocupa el puesto 107 de un total de 127 países en desarrollo en tecnología, lo que representa al proyecto una oportunidad ya que el país sigue avanzando se contara con tecnología necesaria para la producción de gelatinas.

## 2.2 ENTORNO LOCAL.

Es donde se va a poner en marcha la microempresa para desarrollar su actividad económica.

### 2.2.1 Cliente.

Es la persona o empresas que compran un producto o un servicio.

Tabla 11 *Cliente.*

#	Nombre Clientes	Producto	Valoración		Análisis	Estrategias
			$\Sigma$	<b>P</b>		
1	Micro mercado Yoli.	Gelatina de cerveza, café y gaseosa.	0,5	2	El Micro mercado Yoli, compra y vende al por mayor en el sector de San Antonio de Pichincha, en el mismo se va a distribuir el producto de Gelatin Shake.	Planificar y organizar el tiempo de entrega.
2	Micro mercado Sandy.	Gelatina de cerveza, café y gaseosa.	1,25	1	El Micro mercado Sandy, está ubicado en Pomasqui, el mismo se encuentra al alcance de la distribución que brinda la fábrica.	Establecer lugares de distribución correctos.
3	Micro mercado Dylan.	Gelatina de cerveza, café y gaseosa.	1,25	1	El Micro mercado Dylan, se encuentra disponible para la compra del producto por ser llamativo y saludable para las personas que lo adquieran.	Revisar constantemente el estado del producto.

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo.

Tabla 12 *Matriz de Valoración.*

	<b>E1</b>	<b>E2</b>	<b>E3</b>	$\Sigma$	<b>Prioridad</b>
<b>E1</b>	-	0,25	0,25	0,5	<b>2</b>
<b>E2</b>	0,75	-	0,5	1,25	<b>1</b>
<b>E3</b>	0,75	0,5	-	1,25	<b>1</b>

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo.



## ANÁLISIS

Un cliente es de vital importancia para una empresa es por ello que este proyecto se enfoca al mismo, lo que presenta una amenaza para la empresa ya que gracias al cliente se obtiene ingresos y la microempresa ingresa recién al mercado.

### 2.2.2 Proveedores.

Es la persona o empresa que provee de artículos, suministros, útiles, materia prima, para la elaboración de un producto.

Tabla 13 Proveedores.

#	Nombre Clientes	Producto	Valoración		Análisis	Estrategias
			$\Sigma$	P		
1	Supermercados Santa María.	Gaseosa, Crema, Gelatina, Grenetina, Leche evaporada y condensada	1,50	1	El supermercado Santa María se convierte en un proveedor por sus promociones al comprar al mayoreo los productos.	Comprar al mayoreo.
2	Mercado Municipal de Calacalí.	Café, limón, azúcar, Leche	0,75	2	En el Mercado de Calacalí, se puede adquirir varios ingredientes para el proceso de producción de las gelatinas a un precio cómodo. Este proveedor es importante ya que uno de los productos principales es la gelatina con sabor a cerveza y se adquiere a un precio cómodo por lo que los costos del producto no serían tan altos.	Verificar que los productos se encuentren en buen estado.
3	Cervecería Nacional	Cervezas.	0,75	2		Comprar directamente al proveedor, sin intermediarios.

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo.

Tabla 14 *Matriz de Valoración.*

	<b>E1</b>	<b>E2</b>	<b>E3</b>	$\Sigma$	<b>Prioridad</b>
<b>E1</b>	-	0,75	0,75	1,50	1
<b>E2</b>	0,25	-	0,5	0,75	2
<b>E3</b>	0,25	0,5	-	0,75	2

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

## ANÁLISIS

Según la tabla N° 13, se puede destacar como principal proveedor a Supermercados Santa María, ya que en el mismo se encuentra los ingredientes principales que se intervienen en la elaboración de las gelatinas, por lo que puede considerarse como una oportunidad para el presente proyecto por sus promociones y precios bajos cuando se compra más de 6 unidades.

### 2.2.3 Competidores.

Son personas o empresas que tienen productos iguales y que pueden sustituir al producto que se está elaborando.

Tabla 15 Competencia Directa.

#	Nombre Competencia	Producto	Valoración		Análisis	Estrategias
			$\Sigma$	P		
1	Toni	Gelatina	1,5	1	Toni es una empresa de producción de varios alimentos entre estos están las gelatinas, cuenta con una cobertura amplia para todo el país.	Planificar y organizar las actividades a realizar.
2	Royal	Gelatina en polvo	0,75	2	Royal es una empresa que produce gelatinas en polvo el mismo que tiene buena publicidad de su producto.	Establecer estudios de nivel de satisfacción para mantener a los clientes.
3	Gelagurt	Gelatina	0,75	2	Es un producto de gelatinas en envases pequeños y de sabores de fruta para los niños, la misma que tiene asegurada su imagen empresarial con sus clientes.	Actualizar y revisar los indicadores de gestión.

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo.

Tabla 16 Matriz de Valoración.

	E1	E2	E3	$\Sigma$	Prioridad
E1	-	0,75	0,75	1,5	1
E2	0,25	-	0,5	0,75	2
E3	0,25	0,5	-	0,75	2

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo.

## ANÁLISIS

En la tabla N° 15, existen dominantes muy competitivos y reconocidos por su marca, sabor, precio, entre otros, es por ello que hay que implementar varias estrategias para llegar a su nivel de excelencia.

Tabla 17 Competencia Indirecta.

#	Nombre Competencia	Producto	Comp. Indirecta		Estrategia
			$\Sigma$	>Impacto	
1	Toni	Gelatina	1	2	Se ofrece productos nuevos para que la clientela elija entre varios sabores y presentaciones un producto.
2	Royal	Gelatina en polvo	1,25	1	
3	Gelagurt	Gelatina	0,75	3	

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo.

Tabla 18 Matriz de Valoración.

	E1	E2	E3	$\Sigma$	Prioridad
E1	-	0,25	0,75	1	2
E2	0,75	-	0,5	1,25	1
E3	0,25	0,5	-	0,75	3

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo.

## ANÁLISIS

Una vez obtenido los datos de la investigación dada en la tabla N° 17 se ha podido encontrar que la competencia indirecta con fuerza, es Royal, ya que tiene las características con un impacto de factores mayor, para radicar esto se plantea estrategias competitivas respectivamente.

### 2.3 ANÁLISIS INTERNO.

En el análisis interno de una empresa, se debe identificar cuáles son las fortalezas y debilidades para poder resolver los problemas existentes en la empresa haciendo que sus debilidades disminuyan gracias a sus fortalezas.

### **2.3.1 Propuesta Estratégica.**

En el plan estratégico entra en camino la implementación de la empresa, la descripción de su actividad y la fijación de sus metas a corto y largo plazo, se detiene para analizar cada uno de los detalles que puedan entrar en la empresa, y esto puede generar varios cambios para mantenerse en el mercado.

#### **2.3.1.1 Misión.**

Es la razón de ser de la empresa, según con el crecimiento que tenga la empresa con los años, la misión puede ser reajutable.

Tabla 19 *Misión*

Idea	Razón 1	Razón 2	Razón 3	D. Misión
<p>GELAN SHAKE pretende entregar a la clientela un producto de perfección, basado en el valor alimenticio, reconociendo las necesidades nutricionales en cada etapa de la vida del ser humano y la salud de cada integrante de la familia, aportando con alto sentido de responsabilidad ambiental para poder plasmar la huella de la empresa en su lugar de operación.”</p>	<p>Es necesario que exista la microempresa porque el producto cuenta con beneficios nutricionales, teniendo en cuenta que la gelatina ayuda a la mujer a quemar grasas, ayuda a tener buena digestión, entre otros.</p>	<p>En la actualidad se fomenta mucho la matriz productiva lo cual permite generar empleo de calidad, elaborando productos con M.P. de aquí y transformarlos con un valor agregado lo que generaría ingresos para el país. <b>Decreto 1505</b></p>	<p>El producto de la fábrica proporcionara al cliente varias alternativas de sabores, cada uno de estos cuenta con nutrientes positivos para el organismo del ser humano.</p>	<p>“GELATIN SHAKE, pretende entregar a la clientela un producto de perfección, basado en el valor alimenticio, reconociendo las necesidades nutricionales en cada etapa de la vida del ser humano, aportando con alto sentido de responsabilidad ambiental y plasmar la huella de la empresa en su lugar de operación.”</p>

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo

### 2.3.1.2 Visión.

Es a dónde quiere llegar la empresa con el tiempo y la posición que desea tener en el mercado.

Tabla 20 *Visión.*

<b>Idea</b>	<b>Factibilidad 1</b>	<b>Factibilidad 2</b>	<b>Factibilidad 3</b>		<b>Visión</b>		
	<b>V</b>	<b>Análisis</b>	<b>V</b>	<b>T</b>	<b>Análisis</b>	<b>Análisis</b>	<b>Formula</b>
Proyecta ser en el año 2022, una empresa líder en producir y comercializar gelatinas de gaseosa, café y cerveza en forma de sus envases, abarcando al mercado local del sector de Calacalí, formando una cultura de calidad, después de los cinco años englobar a un mercado a nivel nacional.”.	1	Según las Fortalezas y Debilidades presentadas en la matriz FODA, se pudo desarrollar el análisis interno de GELATIN SHAKE, logrando disminuir el impacto de las debilidades con las fortalezas que se proyectaron para las mismas.	3	5 años.	Al poner en marcha la micro empresa, se pondrá a disposición todos los recursos para el funcionamiento de la misma, generando buen ambiente laboral y proporcionando bienestar en los empleados	Factibilidad permite generar que la visión sea alcanzable y analizar en relación a los factores internos y externos de la microempresa por lo que se pudo establecer la siguiente visión.	“GELATIN SHAKE Cía. Ltda., proyecta a ser en el año 2022, una empresa líder en producción y comercialización de gelatinas de gaseosa, café y cerveza en forma de sus envases, abarcando primero al mercado local del sector de Calacalí, siendo un gran aporte para el país, formando una cultura de calidad y soporte para después de los cinco años englobar a un mercado a nivel nacional.”.

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo.

Tabla 21 *Valoración.*

<b>Rango de Valoración</b>	
<b>5</b>	Cubre.
<b>3</b>	Equilibrada.
<b>1</b>	Debilidades y fortalezas.

Fuente: Investigación propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo.

### 2.3.1.3 Objetivos.

Un objetivo es una meta o finalidad a cumplir para la que se disponen medios determinados.

Tabla 22 *Objetivos Empresariales.*

<b>OBJETIVOS DE LA EMPRESA.</b>	
<b>OBJETIVOS GENERALES.</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS.</b>
1. Crecer y ser una marca reconocida en el mercado alimenticio.	1. En el sexto año de funcionamiento empresarial aumentar la eficiencia en la producción. 2. Incrementar las ventas. 3. Distribuir el producto a todo el Norte de Quito.
2. Obtener y generar rentabilidad y utilidades.	1. Obtener rentabilidad del 15% a partir del quinto año de funcionamiento de la Micro empresa. 2. Generar utilidades mayores a \$1500, en los próximos 5 años de funcionamiento.

Fuente: Investigación propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo.



Tabla 23 *Objetivos del Proyecto.*

---

<b>OBJETIVOS DEL PROYECTO.</b>	
<b>OBJETIVO GENERAL.</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS.</b>
1. Efectuar adecuadamente un estudio técnico de producción y comercialización de la gelatina de café, cerveza y gaseosa, por medio de la indagación de los indicadores, para determinar la oferta y la demanda que tenga el producto.	1. Ejecutar el análisis de los indicadores proyectados para evaluar la aceptación del producto.

---

Fuente: Investigación propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo.

### **2.3.1.4 Principios y Valores.**

#### **2.3.1.4 .1 Principios.**

Son los valores con los que cada persona, ser humano fue criado.

**Trabajo en Equipo:** Alcanzar integrar y potenciar todas las iniciativas de los empleados y también lograr ampliar sus conocimientos para que brinden un mejor servicio al cliente.

**Lealtad:** Mediante el mismo, creer en la marca con la que se inicia y defenderlo hasta el final, para lograr el camino al éxito.

**Mejora continua:** Aplicar todas las estrategias que se plantee para ir mejorando y que la empresa llegue a tener un auge importante, enfocándose al servicio al cliente.

#### 2.3.1.4.2 Valores.

Los valores permiten orientar al ser humano que camino escoger para su vida.

**Integridad.-** Relacionarse con las personas que integren la empresa y así presentar un producto legítimo sin necesidad de copiar a la competencia.

**Confianza.-** Motivar mediante la seguridad que se le a toda la empresa para su correcto desarrollo.

**Pasión.-** Impulsar a la organización para que tenga un mejor desenvolvimiento, motivándolo moralmente y psicológicamente.

#### 2.3.2 Gestión Administrativa.

Es el conjunto de funciones que tiene por finalidad el cumplimiento de los objetivos de una empresa. (Valdivieso, Contabilidad General, 2001)

##### 2.3.2.1 Planificación.

La planificación se la puede realizar mediante cronogramas, diagramas de Gantt, entre otros, esto servirá para saber cómo va avanzando o si se está cumpliendo con lo propuesto. Cuando se realiza una planeación permite llevar a cabo todas las actividades que constan en un proyecto de tal modo que se pueda tener un orden e ir progresando con el tiempo.

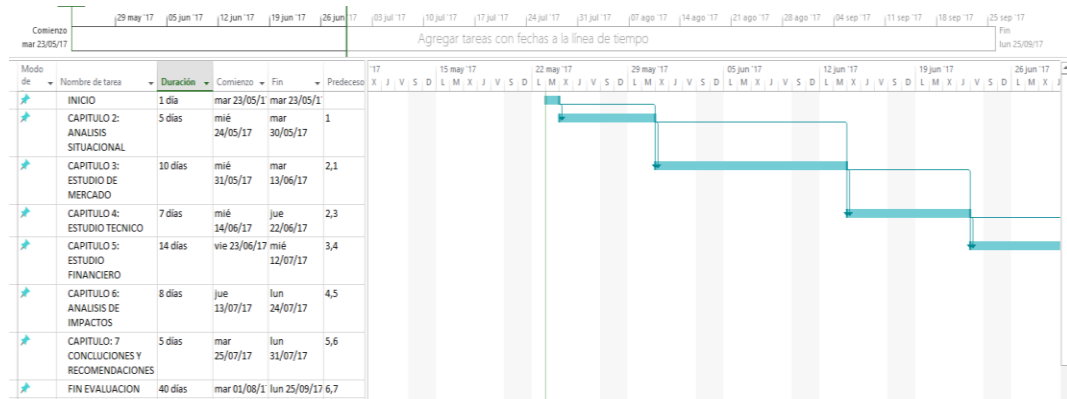


Figura 12 *Planificación.*  
Fuente: Investigación Propia.

### 2.3.2.2 Organizar.

Permite ordenar y agrupar las actividades realizadas asignando funciones respectivamente, con el fin de aprovechar el máximo los recursos materiales, técnicos y humanos con el fin de alcanzar los objetivos estratégicos.

#### 2.3.2.2.1 Organigrama.

Cuando se realiza un organigrama se permite tener muy claro cuáles son las áreas que le corresponde a cada uno de los colaboradores y cuando existe un desbalance se puede tener claro donde se generó el problema.



Figura 13 *Organigrama Estructural.*

**Fuente:** Investigación Propia.

### 2.3.2.2.2 Manual de Funciones.

Es la herramienta que se utiliza para asignar las funciones a cada área o personal de acuerdo a su cargo logrando un mejor desarrollo laboral evitando inconvenientes en un futuro.

Tabla 24 *Manual de funciones del Gerente Administrativo.*

<b>MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE ADMINISTRATIVO.</b>	
CÓDIGO:	01
DENOMINACIÓN:	Gerente Administrativo.
OBJETIVO:	Dirigir, organizar y controlar los procesos administrativos planeados en la organización.
<b>FUNCIONES.</b>	
	Formula y propone políticas y procedimientos para el buen funcionamiento de la empresa.
	Representar legalmente a la organización ante otras instituciones.
	Delegar funciones y elaborar cronograma de actividades a unidades administrativas de la organización.
	Aprobar y firmar la emisión de cheques para la adquisición de bienes y servicios.

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado Por:** Daysi Renjifo.

Tabla 25 *Manual de Funciones Jefe de Producción.*

**MANUAL DE FUNCIONES JEFE DE PRODUCCIÓN.**

CÓDIGO:	051
DENOMINACIÓN:	Jefe de Producción.
OBJETIVO:	Cumplir con el correcto funcionamiento, coordinación y organización del área de producción, cumpliendo con la producción establecida.

**FUNCIONES**

Optimizar los procesos de trabajo dentro de la planta de producción.
Organizar y planificar el aprovisionamiento de materia prima y la distribución y transporte del producto terminado.
Proporciona a los empleados el plan de fabricación de los productos y supervisar el personal a su cargo.

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado Por:** Daysi Renjifo.

Tabla 26 *Manual de Funciones Jefe de Ventas – Vendedor.*

**MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE DE VENTAS - VENDEDOR.**

Código:	068
Denominación:	Jefe de Ventas.
Objetivo:	Cumplir con las metas de ventas determinadas por la gerencia a través de la eficiente administración del cargo y su fuerza de ventas.

**FUNCIONES**

Negociar personalmente los contratos comerciales con los clientes, vender los productos.
Elaborar presupuesto de ventas.
Desarrollar estrategias de ventas, objetivos y planes para el equipo de trabajo.

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado Por:** Daysi Renjifo.

Tabla 27 *Manual de funciones de los Operarios.*

<b>MANUAL DE FUNCIONES DE LOS OPERARIOS.</b>	
CÓDIGO:	0511
DENOMINACIÓN:	Jefe de Ventas.
OBJETIVO:	Controla y realiza los procesos de recepción, manipula, transforma y elabora los productos terminados.
<b>FUNCIONES</b>	
	Recibe un plan de fabricación con los parámetros que tiene que controlar; temperatura, documentación a registrar, entre otros.
	Identifica, recibe, comprueba y registra lotes de materia prima, ingredientes, productos intermedios y terminados, materiales, envases sean los que intervienen en el proceso.
	Realiza las operaciones de transformación establecidas en un plan de fabricación de los productos.
<b>Fuente:</b> Investigación Propia.	
<b>Elaborado Por:</b> Daysi Renjifo.	

### 2.3.2.3 Dirección.

En la organización se va a implementar el liderazgo democrático ya que este se caracteriza por crear entusiasmo entre los trabajadores logrando así la participación de todos para el cumplimiento de metas y objetivos propuestos, tomando en cuenta las opiniones, haciendo que todos se sientan parte de la empresa y de los cambios que se pueden generar. De esta manera se logra tener un mejor desempeño laboral.

### 2.3.2.4 Control.

Una vez que las metas y objetivos se definieron en un orden jerárquico es necesario vigilar que las cosas marchen bien esto es para legalizar lo que se está llevando acabo y de ser necesario para corregir si existiera algún tipo de error.

## Kardex.

Para llevar un registro de inventario se utilizara una Kardex, como el que se presenta a continuación:

		ENTRADA		SALIDA			EXISTENCIAS			
FECHA	DESCRIPCION	UNIT	COSTO	TOTAL	UNIT	COSTO	TOTAL	UNIT	COSTO	TOTAL

Figura 14 Kardex.

Fuente: Investigación Propia.

## Hoja de Registro.

Para llevar un control adecuado de unidades producidas se contará con una hoja de registro, como el que se presenta a continuación:

TIPO	REGISTRO	SUBTOTAL

Figura 15 Hoja de Registro

Fuente: Investigación Propia.

**TOTAL**

### 2.3.3 Gestión Operativa.

Es una parte importante de la empresa permitiendo alcanzar las políticas y objetivos que se han establecido, ya que no solo se aplica a un proceso sino también al producto, a las personas, a los recursos y al entorno en sí, También la gestión involucra una estructura organizacional interna, sistemas de roles y funciones así como la metodología para promover una constante mejora de estrategias procesos, ya que tiene que ver con acciones correctivas y preventivas.

#### CADENA DE VALOR

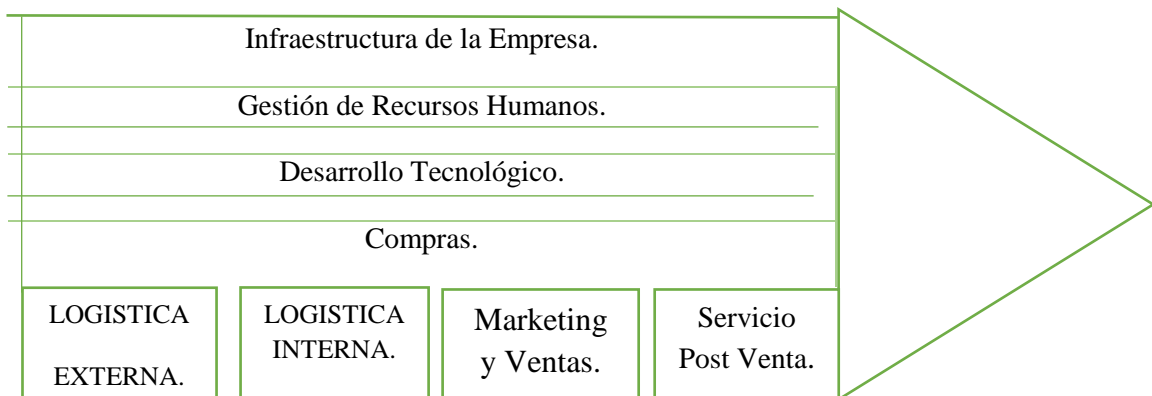


Figura 16 Cadena de Valor.  
**Fuente:** Investigación Propia.

### 2.3.4 Gestión Comercial.

La gestión comercial es muy importante, ya que todo lo que se planifica se debe hacer para poder lograr los objetivos reales con los objetivos rentables para la empresa.



## Estrategia de Marca.

La empresa GELATIN SHAKE, tiene en sus productos su propia marca y lo que se lograra es que la marca se implante en el mercado.



Figura 17 Imagen de Producto.  
Fuente: Investigación Propia.

## LOGOTIPO.



Figura 18 Tarjetas de Presentación, Parte delantera.  
Fuente: Investigación Propia.



Figura 19 Tarjetas de Presentación, Parte Trasera.  
Fuente: Investigación Propia.

### Significado de los Colores Elegidos:

**Amarrillo:** Energía y brillantes.

**Rojo:** Atracción, amor, pasión

**Rosado:** Observar bien lo que cada persona es capaz de hacer.

**Lila:** Poder, ambición.

### SLOGAN.

**"UN SUEÑO HECHO DULCE".**

### Estrategia de Embalaje.

Para transportar el producto del área de producción al área de ventas, se utilizara cartón para evitar que el producto llegue contaminado y se pueda mantener en buen estado la presentación de nuestro producto.

La presentación de las cajas de cartón tendrá una dimensión de 25×15 cm, con una capacidad máxima de 15 unidades de gelatinas.



Figura 20 *Presentación.*  
Fuente: Investigación Propia.

## PAGINA WEB



Figura 21 *Página Web del Producto.*  
Fuente: Investigación Propia.

### 2.3.4.1 Producto.

Es el bien tangible que se vende en un cierto lugar y es para el consumo de los seres vivos.

#### Característica.

- El producto se venderá en la forma de los 3 envases y con el sabor a café, cerveza y gaseosa.
- Una vez abierto el producto se servirá al instante.
- El producto se debe mantener en un lugar seco y fresco.

Tabla 28 *Productos.*

Gelatina de Cerveza.



Gelatina de Café.



Gelatina de Gaseosa.



**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado Por:** Daysi Renjifo.

#### 2.3.4.2 Precio.

Es el dinero que se gasta para adquirir un producto o servicio.

- Establecer precios bajos de acorde con los costos que se obtenga.
- Lanzar al mercado un producto nuevo, hacerlo conocer para ser mejores que la competencia.
- Distribución por canales directos sin intermediarios.
- Ofrecer descuentos por volumen o por temporada.

En el capítulo 5 se determinó el precio para cada gelatina

Gelatina de Cerveza: \$ 6.00

Gelatina de Café: \$ 5.50

Gelatina de Gaseosa: \$ 5.50

### 2.3.4.3 Plaza.

Son los puntos de venta donde se venderá el producto o servicio.



Figura 22 Mapa Calacalí.  
Fuente: D.M.Q.

### 2.3.4.4 Promoción.

Es el instrumento que se utiliza para dar a conocer el producto nuevo para que los posibles clientes lo adquieran.



Figura 23 Promoción Camisetas.  
Fuente: Google Imágenes.



Figura 24 Promoción Esferos.  
Fuente: Google Imágenes.



Figura 25 *Publicidad Facebook.*

Fuente: Facebook.

## 2.4 ANALISIS FODA.

Tabla 29 FODA.

#	Fortalezas Proyectadas	Oportunidad	Relación F-O			Relación F-D			Relación O-D			Estrategias	Objetivos
			Emp.	$\Sigma$	Prioridad	Emp.	$\Sigma$	Prioridad	Emp.	$\Sigma$	Prioridad		
1	Mejoramiento continuo del proceso productivo.	Factor Social, Salud.	F1 O1	2,5	1	F1 D1	1,5	3	O1 D1	2	2	* Elaborar una lista de requerimiento de clientes.	* Conseguir objetivos de mejora para en base a indicadores del mejoramiento continuo productivo.
2	Aceptación al cambio por parte de los trabajadores.	Factor Social, PEA.	F2 O2	1,75	2	F2 D2	2,25	1	O2 D2	2,25	1	* Generar productos a bajo costos pero de buena calidad.	
3	Poca elaboración de productos no conformes.	Inflación.	F3 O3	1	3	F3 D3	1,75	2	O3 D3	1,75	3		

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

Tabla 30 *Matriz FODA.*

#	Debilidades Proyectadas	Amenazas	Relación D-A			Relación F-A			Relación O-A			Estrategias	Objetivos
			Emp.	$\Sigma$	Prioridad	Emp.	$\Sigma$	Prioridad	Emp.	$\Sigma$	Prioridad		
1	Exceso de tiempos muertos en el área de producción.	Cambio en políticas estatales.	D1 A1	2,25	1	F1 A1	2,5	1	O1 A1	1,75	2	* Ser flexibles a los cambios que se pueden presentar con el pasar del tiempo.	Establecer un espacio adecuado para lograr un orden en los materiales que intervienen en la elaboración del producto.
2	Falta de comunicación del área de empaque y distribución.	Clima del país.	D2 A2	1,75	3	F2 A2	1,75	2	O2 A2	2,5	1	* Crear un clima y cultura organizacional en la empresa, fomentando el compañerismo	
3	Falta de trazabilidad.	Leyes y normas.	D3 A3	2	2	F3 A3	1,25	3	O3 A3	1,25	3	.	

**Fuente:** Investigación Propia.  
**Elaborado por:** Daysi Renjifo



Tabla 31 *Factor Crítico.*

F+O						D+A					
	O1	O2	O3	Σ	Prioridad		A1	A2	A3	Σ	Prioridad
F1	1	0,75	0,75	2,5	1	D1	1	0,5	0,75	2,25	1
F2	0,25	1	0,5	1,75	2	D2	0,25	1	0,5	1,75	3
F3	0,25	0,5	0,25	1	3	D3	0,25	1	0,75	2	2
F+D						F+A					
	D1	D2	D3	Σ	Prioridad		A1	A2	A3	Σ	Prioridad
F1	0,75	0,25	0,5	1,5	3	F1	0,50	1	1	2,50	1
F2	0,25	1	1	2,25	1	F2	0,25	0,75	0,75	1,75	2
F3	0,25	1	0,5	1,75	2	F3	0,25	0,5	0,5	1,25	3
O+D						O+A					
	D1	D2	D3	Σ	Prioridad		A1	A2	A3	Σ	Prioridad
O1	0,25	0,75	1	2	2	O1	0,25	0,75	0,75	1,75	2
O2	0,75	0,5	1	2,25	1	O2	1	0,50	1	2,5	1
O3	0,25	0,5	1	1,75	3	O3	0,25	0,5	0,5	1,25	3

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

## ANÁLISIS

En la presente matriz se pudo identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que existen para el desarrollo de la microempresa **Gelatin Shake**. Las fortalezas y debilidades se hicieron proyectadas al futuro, logrando así tener más fortalezas, minimizar las debilidades y aprovechar las oportunidades que tiene la microempresa.

## CAPITULO III

### ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio de mercado se debe implementar antes para estudiar el lugar donde se va a poner el negocio no se debe implementar mucho dinero si no tiempo para que los resultados sirvan primero se debe identificar el objetivo.

#### 3.1 Análisis del Consumidor.

Son los análisis de las necesidades, deseos y varias características que observa cada consumidor al momento de adquirir un producto con diferentes elementos como son: el poder adquisitivo, clase social, educación, ocupación y la edad, esto ayuda a analizar los factores internos y externos.

##### 3.1.1 Consumidor y Cliente.

###### Consumidor.

Las personas se convierten en consumidores al momento de comprar cualquier producto o servicio.

###### Cliente.

Es la persona más importante de una organización, ya que el cliente es quien ayuda a la empresa a crecer o desaparecer.

Tabla 32 *Matriz Cliente y Consumidor.*

<b>Relación con el Proyecto</b>	
Cliente	Consumidor
Padres de familia	Turistas
Adultos	Población de Calacalí

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado Por:** Daysi Renjifo.

### 3.2 Población y Muestra.

#### 3.2.1 Población.

Se denomina al total de habitantes de un lugar específico, es como cualquier organismo de otra especie donde ocupan un espacio en particular, formando parte de la comunidad. (Arcos P. F., 2013).

Tabla 33 *Matriz Población.*

<b>MATRIZ POBLACIÓN</b>			
<b>Población Referencial.</b> D.Q.M.	<b>Población Potencial.</b> Norte de Quito		<b>Población Real.</b> Calacalí
<b>Año</b>	<b>Población Proyectada</b>	<b>Población Potencial</b>	<b>Población Real</b>
2012	77055	67000	3050
2013	102410	69879	3271
2014	106508	72490	3587
2015	111492	75137	4500
2016	135456	78810	5850
Total	<b>532921</b>	<b>363316</b>	<b>20258</b>

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado Por:** Daysi Renjifo.

## ANÁLISIS

La población referencial del proyecto está relacionada con el macro sector, planificado para la implementación del proyecto, el mismo que constituye de población proyectada, potencial y real, para adquirir estos datos se tomó como referencia el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

### 3.2.2 Muestra.

Es una pequeña parte que se toma de la población.

Tabla 34 *Datos.*

n	Muestra.	
N	Población Real.	20258
Z	Nivel de Confianza.	1.96%
P	Probabilidad de éxito.	50% (0.50)
Q	Probabilidad de no éxito.	50% (0.50)
E	Nivel de Error.	5% (0.05)

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Daysi Renjifo.

### Fórmula Población Infinita

$$n = \frac{N * P * Q * Z^2}{(N) e^2 + P * Q * Z^2}$$

$$n = \frac{20258 * 0.50 * 0.50 (1.96)^2}{(20258) (0.05)^2 + 0.50 * 0.50 (1.96)^2} = 385$$

## ANÁLISIS

Teniendo una población real de 20258 se deben realizar 385 encuestas para la obtención de la demanda y oferta del proyecto.

### **3.3. Técnicas de Obtención de Información.**

En esta etapa del proyecto se ha decidido implementar la técnica de obtención de información de la encuesta ya que se investigara si el producto será o no aceptado por los posibles clientes.

#### **3.3.1 Investigación de Campo.**

Se utiliza el método científico el cual permite tener nuevos conocimientos sobre la realidad social, estudiar una situación para diagnosticar las necesidades y problemas para de la sociedad y poder resolverlos con veracidad.

#### **Aplicación al Proyecto.**

En el presente proyecto se aplicó este tipo de investigación ya que el proyectista se acerca a obtener datos reales con veracidad, el mismo que permite conocer las necesidades del cliente y poder satisfacer sus necesidades.

#### **3.3.2 Investigación Bibliográfica.**

En este tipo de investigaciones se pueden utilizar fuentes secundarias tales como bibliografías, consultas, documentos, entre otros.

### **Aplicación en el Proyecto.**

En el proyecto se utilizó elementos económicos, los mismos que son investigados en consultas, también este tipo de investigación se aplicó en el estudio de mercado ya que se tomó como referencia de consulta documentos ya establecidos anteriormente.

### **3.3.3 Encuesta.**

Es el instrumento que se utiliza para saber si las personas encuestadas están dispuestas a aceptar algún nuevo producto o servicio en su sector.

### **Aplicación en el Proyecto.**

Recolectar información para estar al tanto de cuál es la opinión de la ciudadanía mediante una tabulación del tema de producción y elaboración de gelatinas con sabor a café, cerveza y gaseosa.



Encuesta del estudio de factibilidad para la implementación de una MICRO PYME productora y comercializadora de gelatinas de gaseosa, café y cerveza en forma de sus envases, ubicada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, año 2017.

**Código: 001**

**Instructivo:** Marque con una X una sola respuesta.

**Sector:** \_\_\_\_\_

**Fecha:**

**Género:** M  F

1. ¿Consume usted comúnmente gelatinas?

Sí  No

2. ¿Con que frecuencia usted adquiere gelatina?

Semanal  Quincenal  Mensual

3. ¿En qué lugar usted obtiene la gelatina?

Tienda  Supermercado

4. ¿Qué tipo de sabores estaría dispuesto a consumir?

Café  Cerveza  Gaseosa



5. ¿Qué características considera usted al momento de adquirir la gelatina?
- Precio     Marca     Sabor     Innovación
6. ¿En qué presentación usted consumiría la gelatina?
- Vaso     en forma de sus envases     Funda
7. ¿Tiene usted alguna marca o proveedor de preferencia?
- Sí     No
8. ¿Cuáles son los beneficios que usted ve al momento de consumir la gelatina?
- Nutrientes     Colágeno     Ninguna
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la gelatina de en forma de sus envases?
- \$5.00 a 6.00     \$6.25 a 7.00     \$7.25 o más
10. Aceptaría usted la implementación de una empresa dedicada a la producción y distribución de gelatinas de gaseosa, café y cerveza en forma de sus envases.
- Sí     No

### 3.3.4 Análisis de la Información.

1. ¿Consume usted comúnmente gelatinas?

Tabla 35 Tabulación Pregunta 1.

# Pregunta	# Población Encuestada	Si	No	% Si	% No
1	385	355	30	92%	8%

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

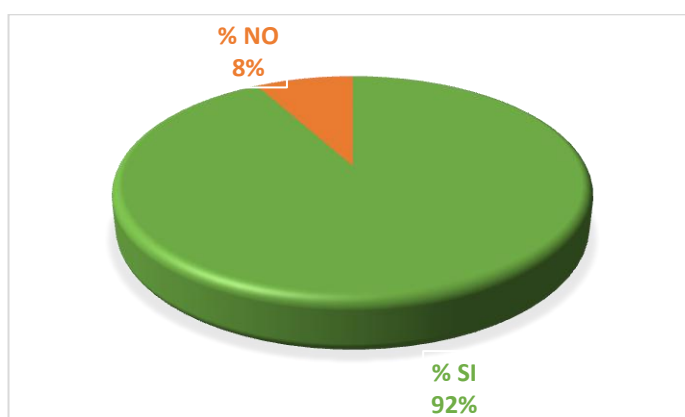


Figura 26 Pregunta 1.

Fuente: Investigación Propia.

## ANÁLISIS

Según los datos arrojados en las encuestas realizadas a las personas de la Mitad del Mundo del sector de Calacalí, indican que consumen gelatina el 92% de la población, esto se da por los beneficios que tiene la gelatina o puede ser por sus sabores variados y que gustan a las personas.

## 2. ¿Con que frecuencia adquiere usted gelatina?

Tabla 36 *Tabulación Pregunta 2.*

# Pregunta	# Población Encuestada	Semanal	Quincenal	Mensual	% Semanal	% Quincenal	% Mensual
2	385	70	100	215	19%	25%	56%

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

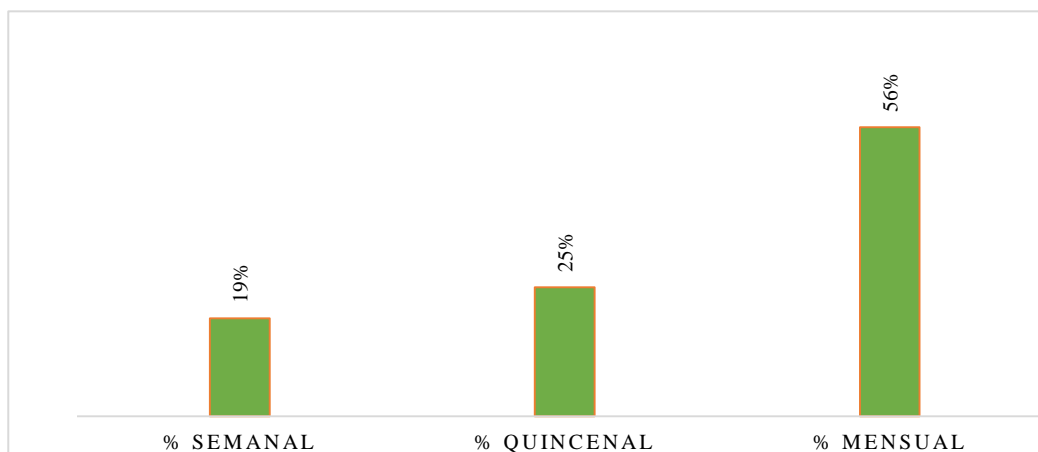


Figura 27 *Pregunta 2*

**Fuente:** Investigación Propia.

## ANÁLISIS

Según los datos de la tabla N° 36, indica que las personas encuestadas adquieren la gelatina de forma mensual ya que en fin de mes cobran sus sueldos y pueden darse un gusto para su paladar.

3. ¿En qué lugar usted obtiene la gelatina?

Tabla 37 Tabulación Pregunta 3.

# Pregunta	# Población Encuestada	Tienda	Supermercado	% Tienda	% Supermercado
3	385	50	335	13%	87%

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

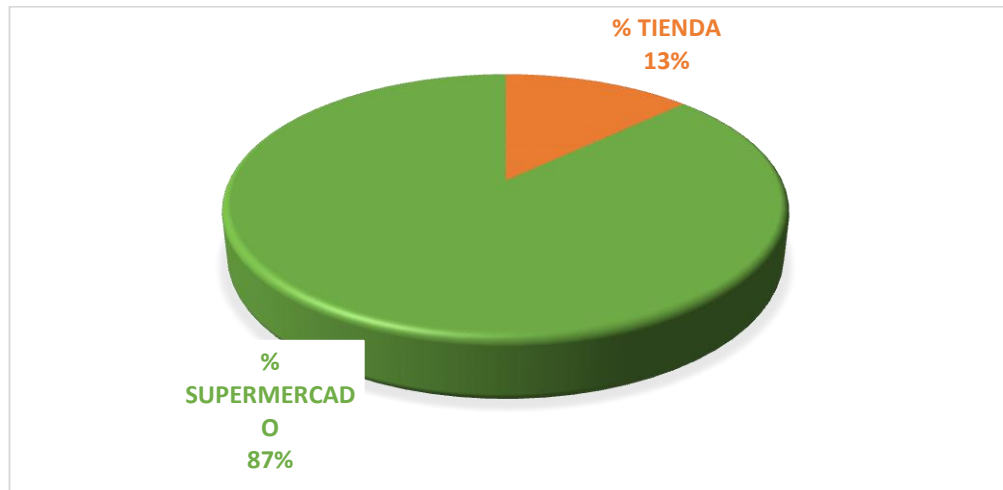


Figura 28 Pregunta 3.

Fuente: Investigación Propia.

## ANÁLISIS

En la tabla N° 37 al analizar los datos, se ha obtenido que las personas adquieran el producto en el supermercado de su preferencia, ya que a mayor cantidad que compren existe un descuento y el mismo tiene varias promociones que favorece a sus bolsillos.

4. ¿Qué tipo de sabores estaría dispuesto a consumir?

Tabla 38 Tabulación Pregunta 4.

# Pregunta	# Población Encuestada	Café	Cerveza	Gaseosa	% Café	% Cerveza	% Gaseosa
4	385	95	190	100	25%	49%	26%

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo

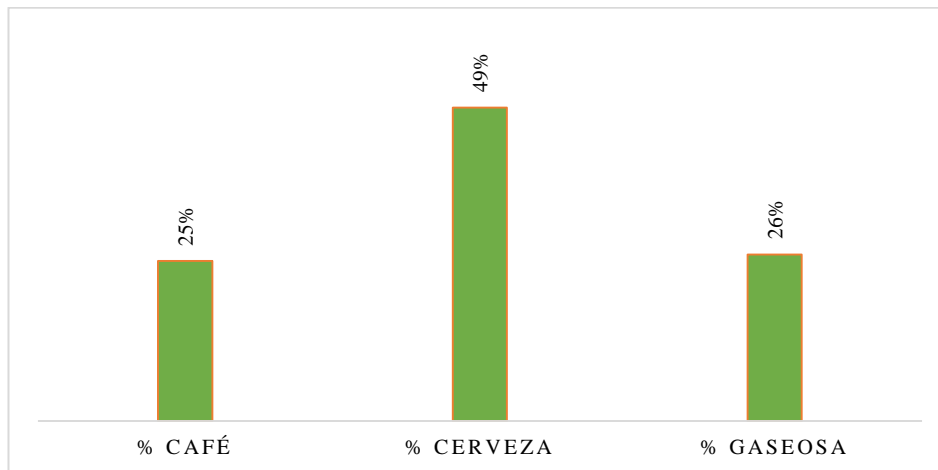


Figura 29 Pregunta 4.

**Fuente:** Investigación Propia.

## ANÁLISIS

Para las personas encuestadas fue algo novedoso el preguntar que sabores de gelatinas estaría dispuesto a consumir, ya que ellos pensaron que serían los tradicionales, al escuchar los distintos sabores cada uno de ellos eligió su sabor de preferencia, el favorecido fue el de cerveza ya que a la mayoría de personas les gusta y desean probar que sabor tiene en una gelatina.

5. ¿Qué características considera usted al momento de adquirir la gelatina?

Tabla 39 Tabulación Pregunta 5.

# Pregunta	# Población Encuestada	Precio	Marca	Sabor	Innovación	% Precio	% Marca	% Sabor	% Innovación
5	385	150	76	139	20	39%	20%	36%	5%

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

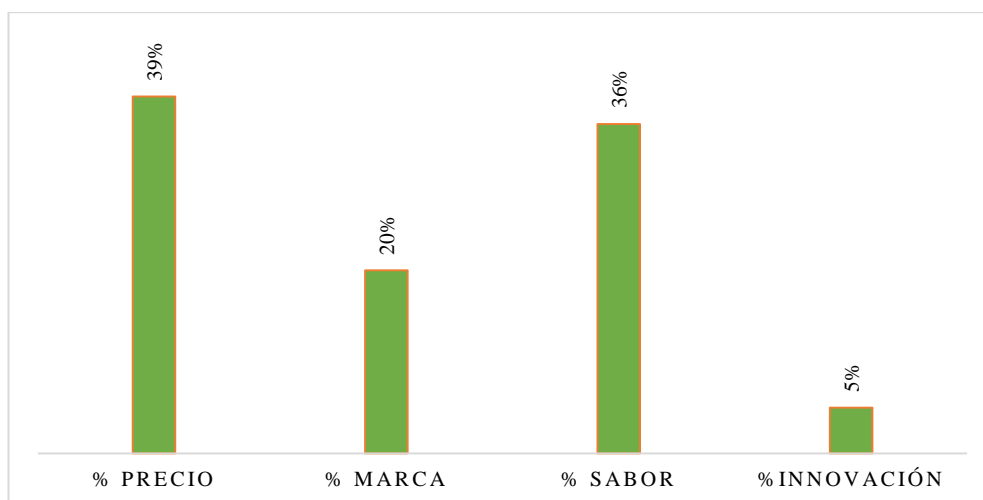


Figura 30 Pregunta 5.

Fuente: Investigación Propia.

## ANÁLISIS

Los datos de la tabla N° 39 indica que las personas miran el precio para adquirir cualquier tipo de producto, ya que tienen necesidades principales como los alimentos para su hogar, pero deciden adquirir productos para dar un gusto a toda la familia.

6. ¿En qué presentación usted consumiría la gelatina?

Tabla 40 Tabulación Pregunta 6.

# Pregunta	# Población Encuestada	Vaso	En Forma de sus Envases	Funda	% Vaso	% En Forma de sus Envases	% Funda
6	385	50	289	46	13%	75%	12%

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

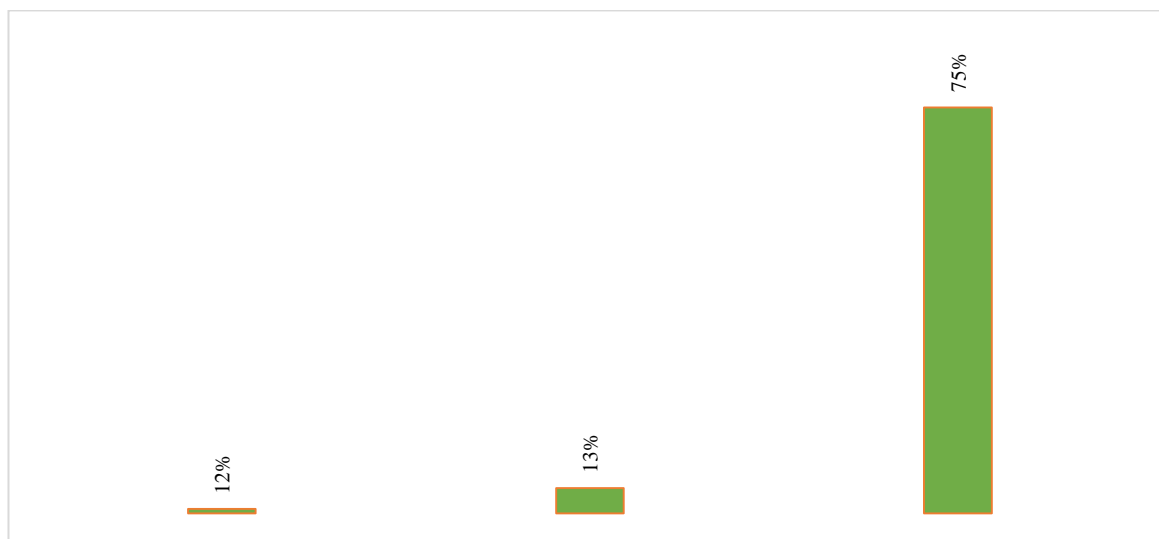


Figura 31 Pregunta 6.

Fuente: Investigación Propia.

## ANÁLISIS

En la tabla N° 40, las personas desean consumir la gelatina en la forma de sus envases, ya que no han consumido una gelatina igual a las nombradas y sería algo novedoso para ellos.

7. ¿Tiene usted alguna marca o proveedor de preferencia?

Tabla 41 Tabulación Pregunta 7.

# Pregunta	# Población Encuestada	Si	No	% Si	% No
7	385	310	75	81%	19%

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

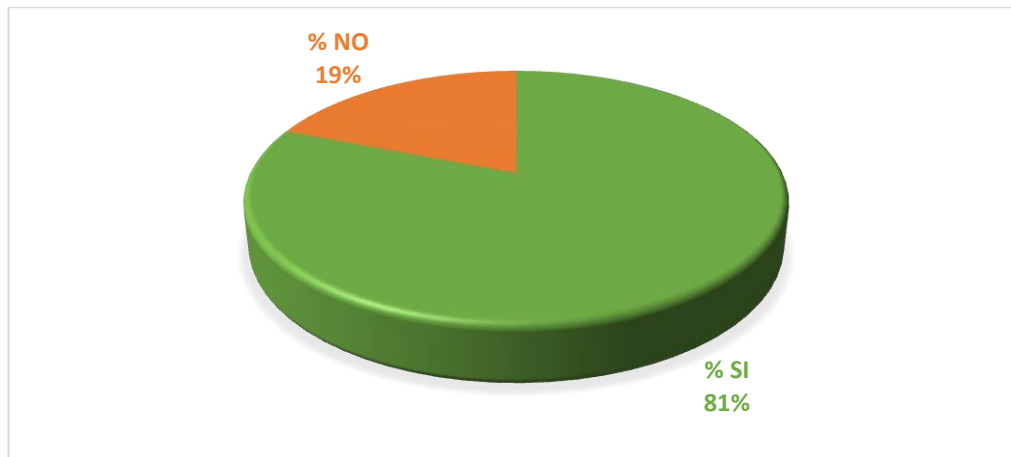


Figura 32 Pregunta 7.

Fuente: Investigación Propia.

## ANÁLISIS

Las personas tienen ya una marca escogida al momento de comprar un producto, ya sea por su precio o por su sabor, para ello el nuevo producto tiene una amplia publicidad para dar a conocer a las personas y que lo consideren como su primera opción al momento de lanzarlo al mercado.



8. ¿Cuáles son los beneficios que usted ve al momento de consumir la gelatina?

Tabla 42 Tabulación Pregunta 8.

# Pregunta	# Población Encuestada	Nutrientes	Colágeno	Ninguno	% Nutrientes	% Colágeno	% Ninguno
8	385	65	185	135	17%	48%	35%

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

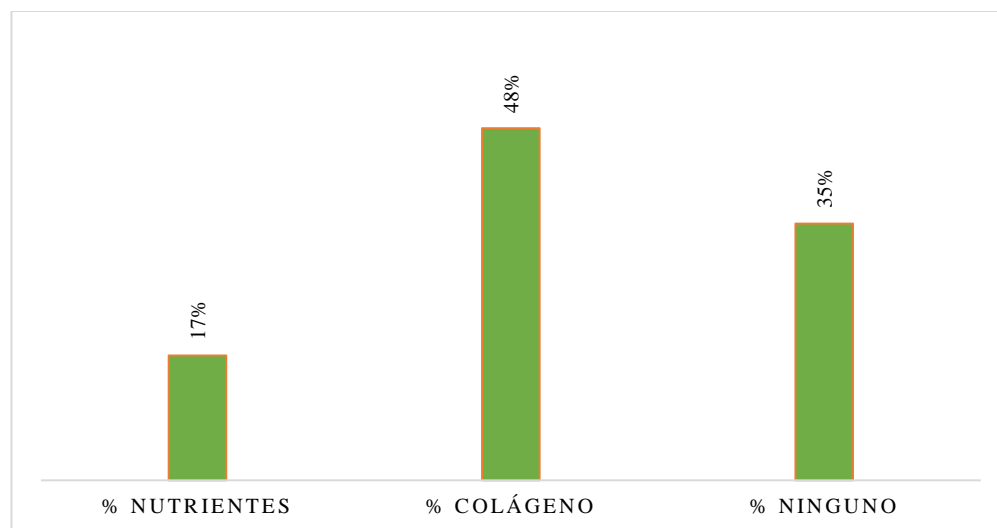


Figura 33 Pregunta 8.

Fuente: Investigación Propia.

## ANÁLISIS

Este producto está dirigido para todas las edades, es por ello que las personas se enfocaron en la opción del colágeno, ya que a una cierta edad los huesos se tornan frágiles por la falta de este líquido y con la ayuda de la gelatina lo pueden ir consumiendo para su mejor estilo de vida.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la gelatina de sus envases?

Tabla 43 Tabulación Pregunta 9.

# Pregunta	# Población Encuestada	\$ 5.00 -	\$ 6.25 -	7.25 o más	% 5.00 -	% 6.25 -	% 7.25 o más
		\$ 6.00	\$ 7.00		6.00	7.00	
9	385	305	61	19	79%	16%	5%

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

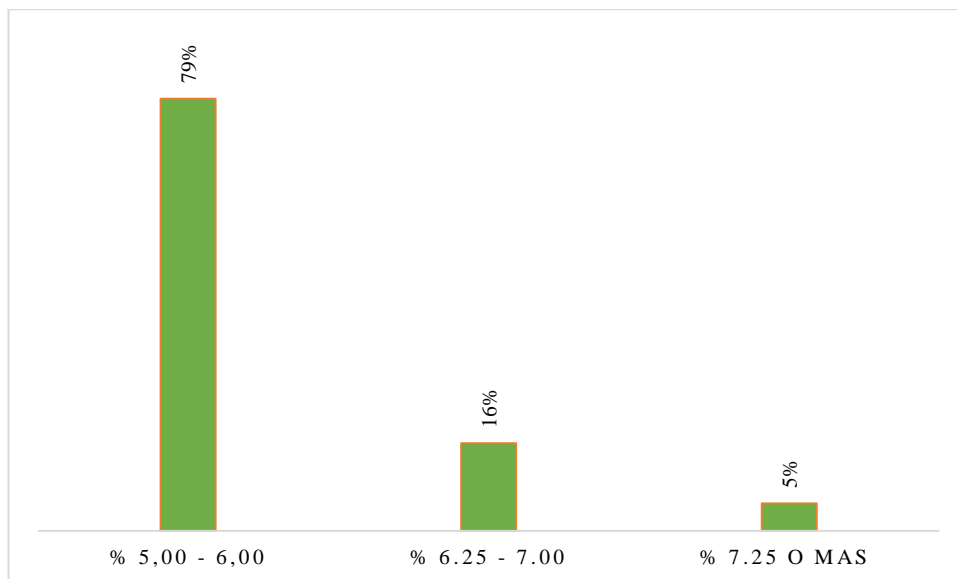


Figura 34 Pregunta 9.

Fuente: Investigación Propia.

## ANÁLISIS

Según las personas encuestadas, están dispuestas a pagar de \$ 5.00 – \$ 6.00 por las gelatinas en forma de sus envases, ya que son sabores nuevos y les gustaría deleitarse con cada uno de ellos.

10. Aceptaría usted la implementación de una empresa dedicada a la producción y distribución de gelatinas de café, cerveza y gaseosa en forma de sus envases.

Tabla 44 Tabulación Pregunta 10.

# Pregunta	# Población Encuestada	Si	No	% Si	% No
10	385	380	5	99%	1%

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

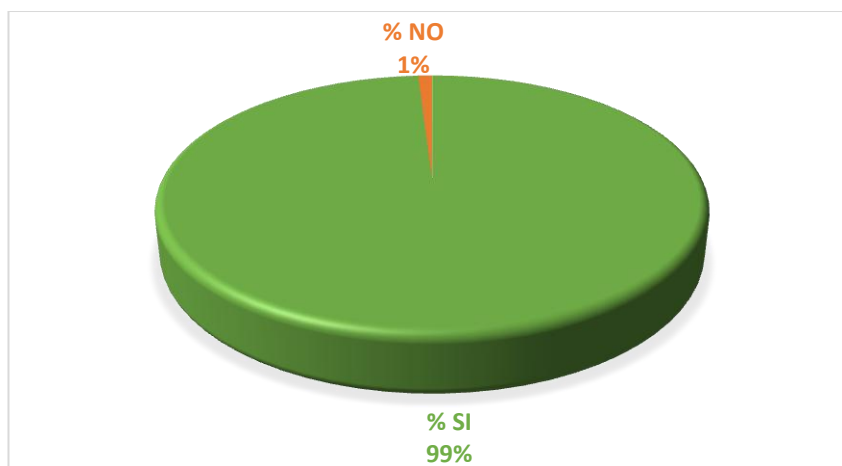


Figura 35 Pregunta 10.

Fuente: Investigación Propia.

## ANÁLISIS

En un 99% las personas aceptan que se implemente una micro empresa de gelatinas ya que se les comento al momento de realizarles la encuesta cual sería el producto que se elaborará y que no genera mayor impacto ambiental en su sector.

## 3.2 OFERTA Y DEMANDA.

### 3.2.1 Oferta.

La oferta es la cantidad de productos o servicios que los productores están dispuestos a vender, a un precio dado y en un periodo determinado. (Abad, 2014).

#### Impacto al Proyecto.

El propósito de establecer la oferta es para saber cuánto vamos a vender y conocer a qué precio se lo va hacer, a lo que está dispuesto a pagar el cliente.

#### 3.2.1.1 Oferta Histórica.

Para el cálculo de la oferta histórica se toma en cuenta como factor de proyección a la inflación en los últimos 5 años.

Tabla 45 Oferta Histórica.

Año	# Competidores	Oferta	Variación	
			Q	%
2012	5	1478	197	15%
2013	9	1645	167	11%
2014	12	1751	106	0,6%
2015	15	1869	118	0,7%
2016	20	1972	103	0,6%

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

### 3.2.1.2 Oferta Actual.

Tabla 46 *Oferta Actual.*

Año	Competencia	Oferta	Variación		Observación
			Q	%	
2016	20	1972	103	0,6%	Este dato se tomó de la oferta histórica para calcular al año 2017 y obtener la oferta actual
2017	25	1993	21	0,1%	

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

## ANÁLISIS

La cantidad y el porcentaje de variación está relacionado con el año 2016, el mismo que se utilizó como dato base para el cálculo de la oferta proyectada y obtener el dato para el año 2017.

### 3.2.1.3 Oferta Proyectada.

Tabla 47 *Oferta Proyectada.*

Año	Oferta Proyectada
2016	1972
2017	1993
2018	2014
2019	2035
2020	2056
2021	2078

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

## ANÁLISIS

Tomando la referencia inicial, por la particularidad del desarrollo del proyecto, se tomó como base los años 2016 y 2017 para calcular la oferta proyectada, según la matriz realizada, nos permite analizar cómo podría estar la oferta del mercado al lanzar el producto, la misma que tiene una variación desde el año 2016 al 2021 en este último se tendrá una oferta de 2078.

### 3.2.2 Demanda.

Es la cantidad de bienes que los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado. (Solarte, 2013)

#### Impacto en el Proyecto.

Con la demanda podemos saber qué cantidad de productos se debe realizar para vender a los clientes, pero hay que tener en cuenta que no se va a producir más de lo que el personal de producción puede hacerlo, ni más de lo que la máquina pueda producir.

#### 3.2.2.1 Demanda Histórica.

Tabla 48 *Demanda Histórica.*

Año	Demanda Histórica
2012	19421
2013	19627
2014	19835
2015	20045
2016	20258

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

### 3.2.2.2 Demanda Actual.

Tabla 49 *Demanda Actual.*

Año	Demanda Actual
2016	20258
2017	20471

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

## ANÁLISIS

En la demanda actual se considera para el proyecto lo determinado en el año 2016 – 2017, considerando que el año 2017 se está iniciando.

### 3.2.2.3 Demanda Proyectada.

Tabla 50 *Demanda Proyectada.*

Año	Demanda Proyectada
2017	20471
2018	20686
2019	20903
2020	21122
2021	21344

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

### 3.2.2.4 Balance Demanda Insatisfecha.

Tabla 51 *Demanda Proyectada.*

BALANCE DEMANDA - OFERTA				
Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha	Factibilidad De Demanda
2016	1972	20258	-18286	Negativo
2017	1993	20471	-18478	Negativo
2018	2014	20686	-18672	Negativo
2019	2035	20903	-18868	Negativo
2020	2056	21122	-19066	Negativo
2021	2078	21344	-19266	Negativo

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

## ANÁLISIS

Cuando se resta la oferta y la demanda da el resultado negativo y significa que la oferta no cubre a la demanda siendo esto positivo porque se tendría clientes potenciales que demande el producto de este proyecto y convirtiéndose el proyecto en factible ya desde este punto.



## CAPITULO IV

### 4.1 Tamaño del Proyecto.

Es la elección o decisión de la capacidad instalada del proyecto y del volumen óptimo de producción, servicio o ventas por periodo o unidad de tiempo, que el proyecto puede lanzar al mercado competitivo, de tal manera que maximice sus utilidades y minimice sus costos.

#### 4.1.1 Equipo, Maquinaria y Mobiliario.

Tabla 52 *Equipo, Maquinaria y Mobiliario.*

#	Equipo	Q	C.V	C.T.	Ocupamiento Espacial
1	Trampa magnética	1	\$ 350,00	\$ 350,00	4 m <sup>2</sup>
2	Montacargas Eléctricos	1	\$ 150,00	\$ 150,00	3 m <sup>2</sup>
3	Marmita	3	\$ 6.500,00	\$ 19.500,00	3 m <sup>2</sup>
<b>Maquinaria</b>					
4	Mezcladora Semi industrial	3	\$ 4.500,00	\$ 13.500,00	4 m <sup>2</sup>
5	Enfriador	1	\$ 350,00	\$ 350,00	3 m <sup>2</sup>
<b>Mobiliario</b>					
6	Mesas y Sillas	10	\$ 25,00	\$ 75,00	3 m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 11.875,00</b>	<b>\$ 33.925,00</b>	<b>20 m<sup>2</sup></b>

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

#### 4.1.2 Infraestructura.

Tabla 53 *Infraestructura.*

Ocupamiento Espacial	Instalación Física	Instalación de Contingencia	Análisis De Infraestructura	
20 m <sup>2</sup>	<b>Macro proceso</b>	<b>Proceso Inst. Física</b>		
	Producción	Recepción de M.P.	1m <sup>2</sup>	31 m <sup>2</sup>
		4 m <sup>2</sup> Almacenamiento M.P.		
		4 m <sup>2</sup>	1m <sup>2</sup>	
		Limpieza, cocinado y Mezclado	1m <sup>2</sup>	
		10m <sup>2</sup> Cuajado y Almacenado	1m <sup>2</sup>	
		4 m <sup>2</sup>		
Comercialización	Personal de ventas	1m <sup>2</sup>		
<b>TOTAL</b>	4 m <sup>2</sup> <b>26 m<sup>2</sup></b>	<b>5 m<sup>2</sup></b>		

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

#### ANÁLISIS

El espacio que se necesita para la elaboración de las gelatinas de cerveza, café y gaseosa en forma de sus envases, es de **31 m<sup>2</sup>**, por lo que se recomienda ocupar la medida detallada anteriormente.

#### 4.2 Personal de Producción.

Es el personal que interviene en el área de producción para realizar un proceso productivo con un producto terminado siguiendo los estándares de la empresa o planta en la que este.

### 4.3 Capacidad Productiva Instalada.

Es la máxima producción que puede alcanzar una empresa bajo determinadas condiciones de operación. Es el resultado de la decisión de inversión adoptada en su oportunidad, en la que se ha tomado en cuenta sus pronósticos o predicciones de ventas del producto seleccionado. (Mantilla, 2012)

Tabla 54 *Capacidad Productiva Instalada.*

Macro proceso	Proceso	Q Talento Human o	Horario			Análisis
			H. Día	H. Mes	H. Año	
Producción	Recepción de M.P.	2	8	160	1920	En todo el proceso se requiere 2 operarios para que ejecuten la producción de la gelatina en una jornada de 8h diarias.
	Almacenamiento M.P.					
	Limpieza, cocinado y Mezclado.					
	Cuajado y almacenado.					
Comercialización	Personal de ventas.					

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

### 4.3. 1 Capacidad Óptima.

Tabla 55 Capacidad Óptima.

Equipo	Maquinaria		Infraestructura			Talento Humano			Capacidad Producida Óptima						
	C. P. D.	C. P. A.	C. P. D.	C. P. A.	Infra.	C. P. Min.	C. P. Max.	Variación	Q	Proceso	Diario	Anual	Diario	Año	
Trampa Magnética 50mm	500 kg	6000 kg	Mezcladora Semi industrial	300 kg	3600 kg						Recepción de M. P.				
Montacargas Eléctrico	400 kg	4800 kg	Enfriador	250 lt	3000 lt	26m <sup>2</sup>	26m <sup>2</sup>	31m <sup>2</sup>	5	2	Almacenamiento M.P.	8	1920	8	11520
Marmita Eléctrica	365 kg	4380 kg									Limpieza, cocinado y mezclado				
											Cuajado y Almacenamiento				

**Fuente:** Investigación Propia.  
**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

### 4.3.2 Determinación de uso Óptimo de Instalación de Equipo.

Tabla 56 *Determinación de Uso de Óptimo de Instalación de Equipo.*

Instalación	Equipamiento /Maquinaria	Determinación de Uso Óptimo
4m <sup>2</sup>	Trampa Magnética 50mm.	17 m <sup>2</sup>
3m <sup>2</sup>	Montacargas Eléctrico.	
4m <sup>2</sup>	Mezcladora Semi industrial.	
3m <sup>2</sup>	Marmitas.	
3m <sup>2</sup>	Enfriador.	

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo

Tabla 57 *Producción.*

Detalle	Q
Q Personal	2
Q Equipamiento y Maquinaria	5
<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
Diaria	56
Mensual	1120
Anual	13440

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

## ANÁLISIS

Conforme con los datos obtenidos en la tabla N° 57, se pudo identificar que la Producción Óptima según el equipo, la maquinaria y el personal detallado será diario: 56, mensual 1120 y anual 13440.

### 4.3.3 Número de Personal Productivo Óptimo.

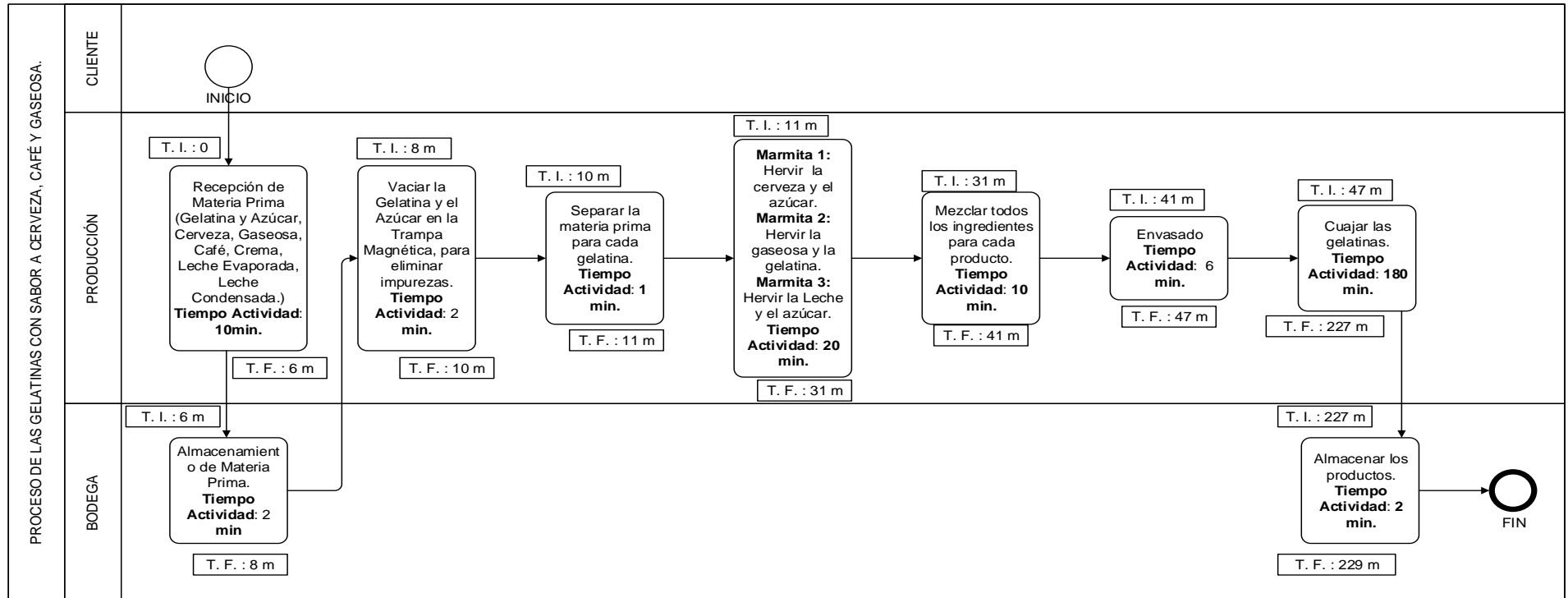


Figura 36 Proceso Productivo Gelatina de Cerveza, Café y Gaseosa.

Fuente: Investigación Propia.

## ANÁLISIS.

Para la elaboración de las gelatinas con sabor a cerveza, café y gaseosa, se propuso trabajar con 1 operador que labora 8 horas (480 minutos) diarias, pero el tiempo final de producción genera 229 minutos (4 horas y 21 minutos), para determinar cuántos operarios se necesitara se ha realizado una división entre los minutos del día sobre el tiempo final de producción lo que ha dado como resultado 2.09 lo que quiere decir que un solo empleado no cubre el proceso de producción es por ello que se implementara otro operador y se trabajara con dos empleados.

### 4.3.4 Producción Óptima.

Se determina que la producción óptima en el proceso de elaboración de la gelatina es: 56 diarios, 1300 mensuales y 15600 anuales, para poder realizar el respectivo proceso se ha determinado que se necesitara 2 operadores como se lo presenta en el gráfico N° 30.

## 4.4 Localización.

Se puede determinar que el lugar óptimo para el funcionamiento de la empresa, basado en el total del área que se detalló en la tabla N° 56, por su fácil llegada para los clientes y por su cultura, se ha podido definir que será el sector de Calacalí el lugar donde se pondrá en funcionamiento la microempresa **GELATIN**

### **SHAKE.**

---

LA MOTIVACIÓN Y LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL: APORTAR AL SECTOR ALIMENTICIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROPYME PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS DE GASEOSA, CAFÉ Y CERVEZA EN FORMA DE SUS ENVASES, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

#### 4.4.1 Macro localización.

Tabla 58 Matriz de Macro localización.

Macro sector Propuesto	Factores de Valoración	Ponderación	Análisis	$\Sigma$	Prioridad
El Condado	Social	0,5	En la Mitad del Mundo, existe mayores oportunidades para que la microempresa <b>GELATIN SHAKE</b> genere mayores ingresos por varios factores que se detallan a continuación: <b>Económico:</b> En la Mitad del Mundo existe mayor Población Económicamente Activa por lo que esto ayudaría a generar mayores ventas a la micro empresa, colocando una ponderación muy alta, <b>Seguridad:</b> Según la investigación hecha, demuestra que existe una reducción de peligros en este sector gracias a los planes de acción de la policía comunitaria. <b>Movilidad:</b> Existe variedad de transporte para llegar a la Mitad del Mundo, con sus vías adecuadas y sin daños, lo que permite que facilite la llegada de los clientes. <b>Cultural:</b> Según las encuestas que se realizaron, arrojaron que la población tiende a consumir gelatinas, por lo que se puede presentar como un factor clave muy alto. <b>Productivo:</b> En la Mitad del Mundo, existen varias empresas pero no de gelatinas o no como las que se presentan en este proyecto, por lo que se le dio una ponderación alta.	3,8	2
	Económico	0,75			
	Seguridad	0,75			
	Movilidad	1,00			
	Cultural	0,50			
Mitad del Mundo	Productivo	0,25			
	Social	0,5			
	Económico	1,0			
	Seguridad	0,75			
	Movilidad	1,0			
Cotocollao	Cultural	1,0	5	1	
	Productivo	0,75			
	Social	0,5			
	Económico	0,75			
	Seguridad	0,5			
Cotocollao	Movilidad	0,75	3,75	3	
	Cultural	1,0			
	Productivo	0,25			

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.



Tabla 59 *Valoración.*

Valoración	
Detalle	Especificación
0,1	Muy Bajo
0,25	Bajo
0,5	Medio
0,75	Alto
1	Muy Alto

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

#### 4.4.2 Micro localización.

Tabla 60 *Micro Localización.*

Sector Propuesto	Factor de Valoración	Ponderación	Análisis	$\Sigma$	Prioridad del sector
Calacalí	Transporte	1	En el sector de Calacalí existen varias alternativas de transporte y eso facilita el acceso a los clientes sin tener ningún inconveniente. Los servicios básicos en el sector son accesibles para la población. El crecimiento económico en el sector, ha ido superándose año tras año, como lo indica la tabla N°, lo que es muy positivo para la microempresa por lo que se ha ponderado en un valor muy alto. La seguridad en el sector es muy positiva ya que gracias a los planes de acción comunitaria los índices de peligrosidad están minimizándose. Para los proveedores existe un acceso fácil para llegar ya que las vías de la carretera están en buen estado. Según los resultados de las encuestas, indican que el 99% de la población aceptan el producto y se puede deducir que serán futuros clientes para la microempresa.	5,25	1
	Servicios Básicos	1			
	Crecimiento Económico	1			
	Seguridad	0,75			
	Proveedores	0,75			
Pomasqui	Cientes Potenciales	0,75			
	Transporte	1			
	Servicios Básicos	1			
	Crecimiento Económico	0,75			
	Seguridad	0,75			
San Antonio de Pichincha	Proveedores	0,75			
	Cientes Potenciales	0,75			
	Transporte	1			
	Servicios Básicos	0,75			
	Crecimiento Económico	0,75			
	Seguridad	0,75			
	Proveedores	0,75			
	Cientes Potenciales	0,75			

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

## 4.5 Ingeniería del Proyecto.

Se basa en la cantidad y la información de la economía que se va a brindar de acuerdo a un proyecto que se lleve a cabo. (Maria, 2013)

### 4.5.1 Definición Bien y Servicio.

En el presente proyecto se pudo identificar como bien a la gelatina de cerveza, café y gaseosa, en forma de sus envases, mediante el proceso de elaboración con diferentes ingredientes, los mismos que permiten tener un resultado muy delicioso para el paladar de los clientes este proceso está constituido por: la elección de la materia prima para los diferentes sabores detallados a continuación: Gelatina de cerveza; cerveza, grenetina o gelatina sin sabor, agua azúcar y jugo de limón, para la gelatina de café: café soluble, leche, azúcar, agua, grenetina, leche evaporada y leche condensada, para la gelatina de gaseosa: gaseosa de fresa, gelatina con sabor a fresa y crema.

Con la unión de todos los ingredientes y con la maquinaria que será utilizada en el proceso de la gelatina, permitirá la obtención de un producto que agrada a los clientes del sector de la Mitad del Mundo, el mismo que se constituye como el macro sector del proyecto, el lugar principal donde se venderá la gelatina será el sector de Calacalí.

#### 4.5.2 Distribución Lógica de Planta.

#### MATRIZ SLP (Layout).

##### Grados de Cercanía.

A= Absolutamente Necesaria.  
E= Especialmente importante.  
I= Importante.  
O= Importancia Ordinaria.  
U= Uniportante (sin importancia).  
X= Indeseable.  
XX Muy Indeseable.

=====  
=====  
=====  
=====  
=====  
=====  
=====  
^^^^^^  
^^^^^^  
^^^^^^

##### Razones de Cercanía.

- 1 Flujo de la información.
- 2 Concepto.
- 3 Higiene.
- 4 Seguridad.
- 5 Convivencia.

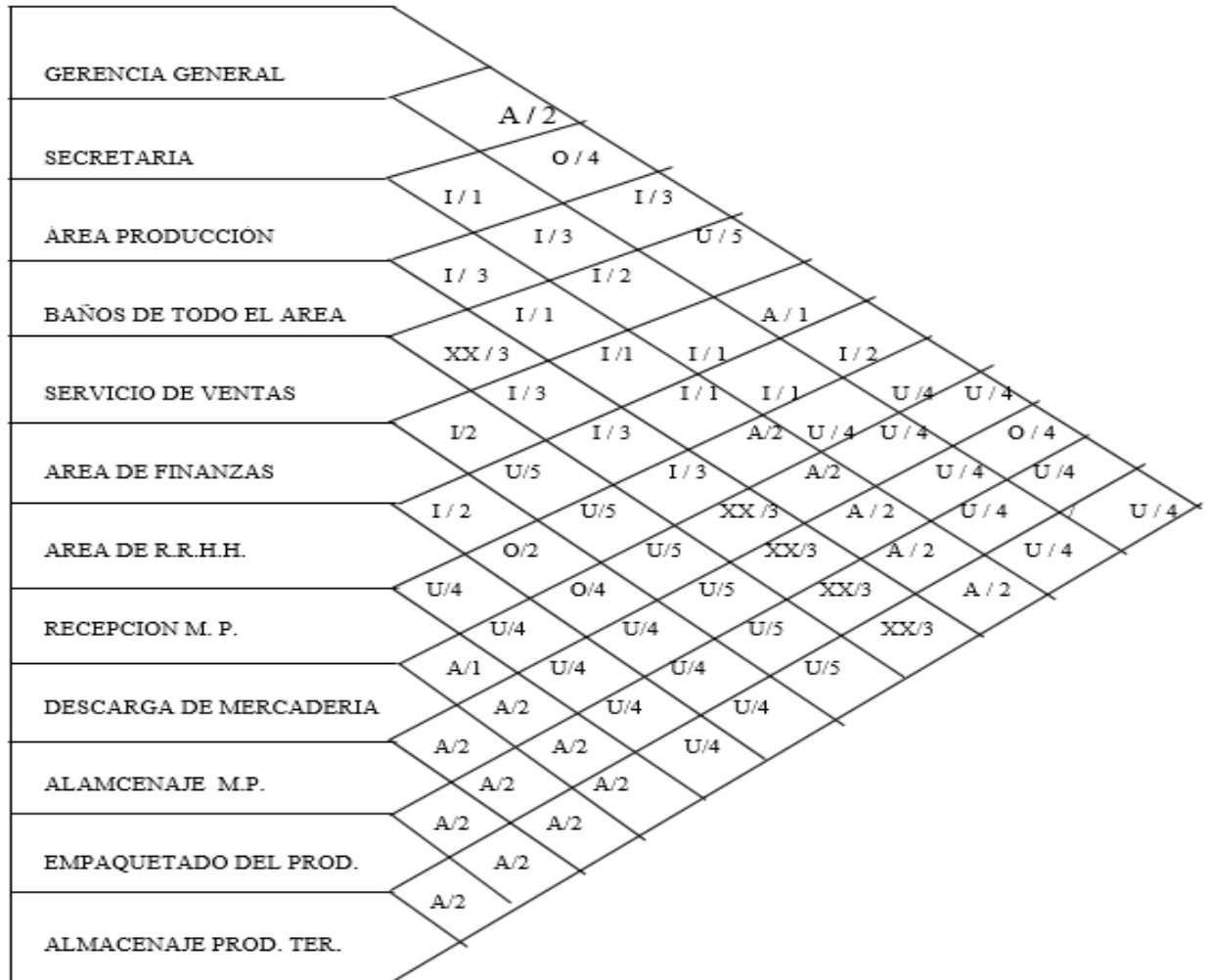


Figura 37 Matriz de Layout.  
Fuente: Investigación Propia.

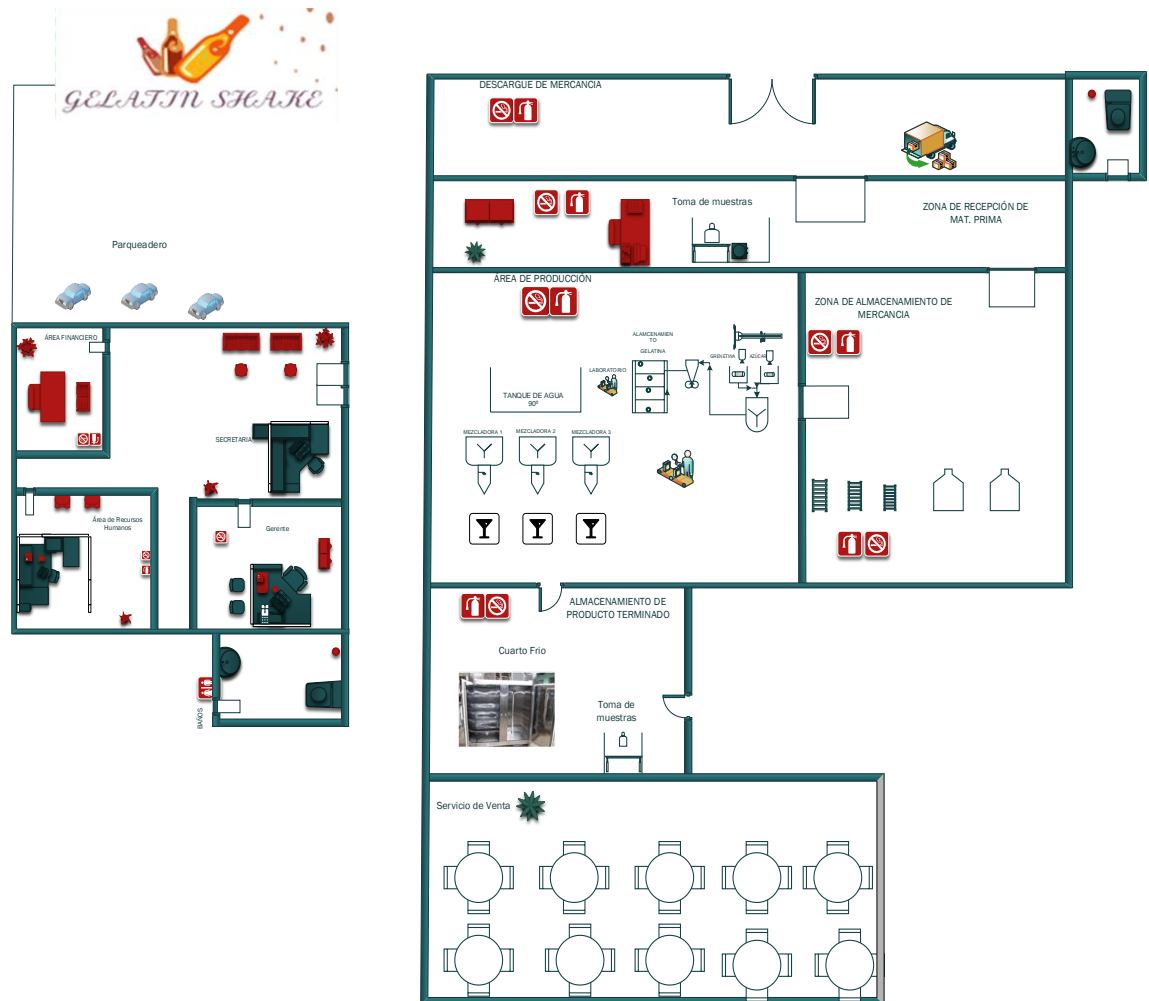


Figura 38 Distribución Lógica de la Planta.  
Fuente: Investigación Propia.

## ANÁLISIS

En base a lo realizado se ha determinado el espacio apropiado para cada área, lo que se pudo destacar es la atención al cliente ya que se ofrecerá los servicios de venta en la fábrica y este espacio estará abierto al público en un área de 3m \* 4 m.

### 4.5.3 Proceso Productivo.

El proceso productivo consta de varias etapas que van en secuencia donde se aplican diferentes procesos para la transformación de materia prima con un solo objetivo, el de obtener un producto terminado.

#### 4.5.3.1 Mapa de Procesos.

Es una herramienta que se utiliza para saber cuál es el proceso que se usa para elaborar el producto.

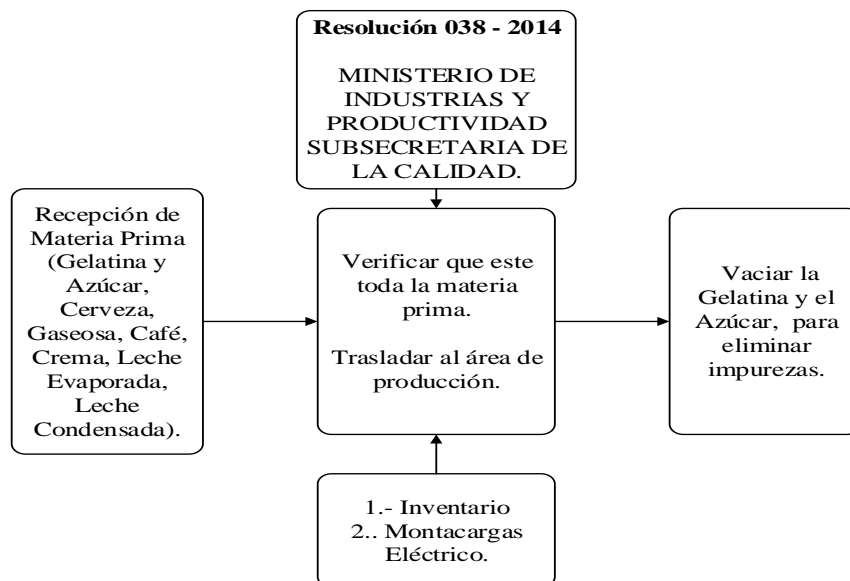


Figura 39 *Proceso 1.*

**Fuente:** Investigación Propia.

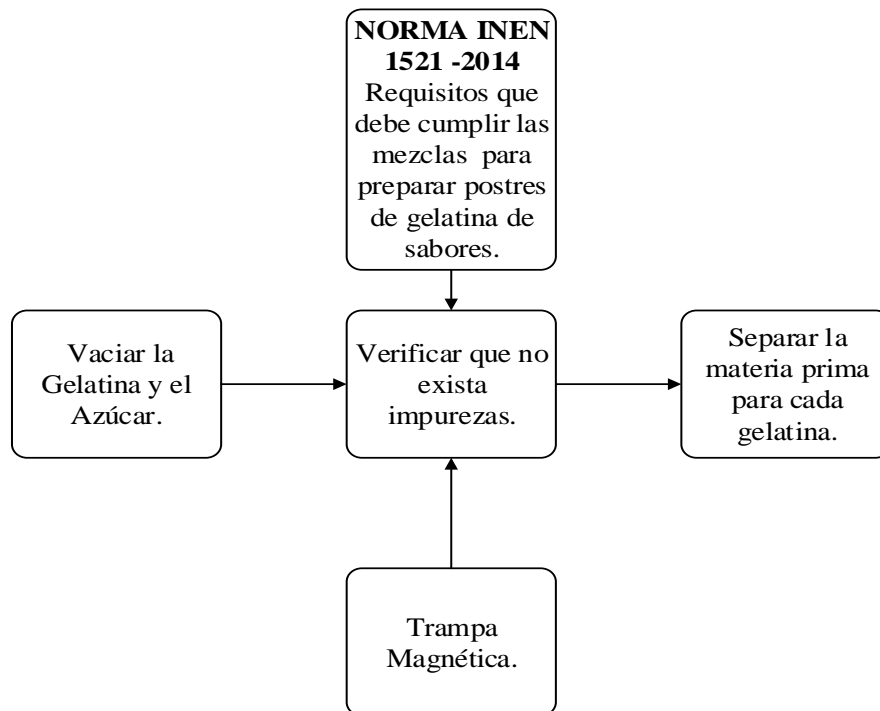


Figura 40 *Proceso 2.*  
Fuente: Investigación Propia.

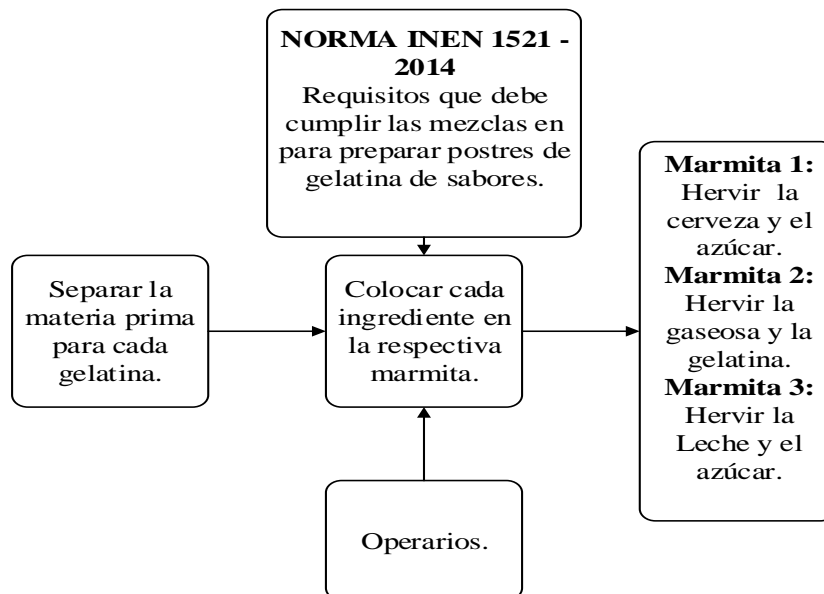


Figura 41 *Proceso 3.*  
Fuente: Investigación Propia.

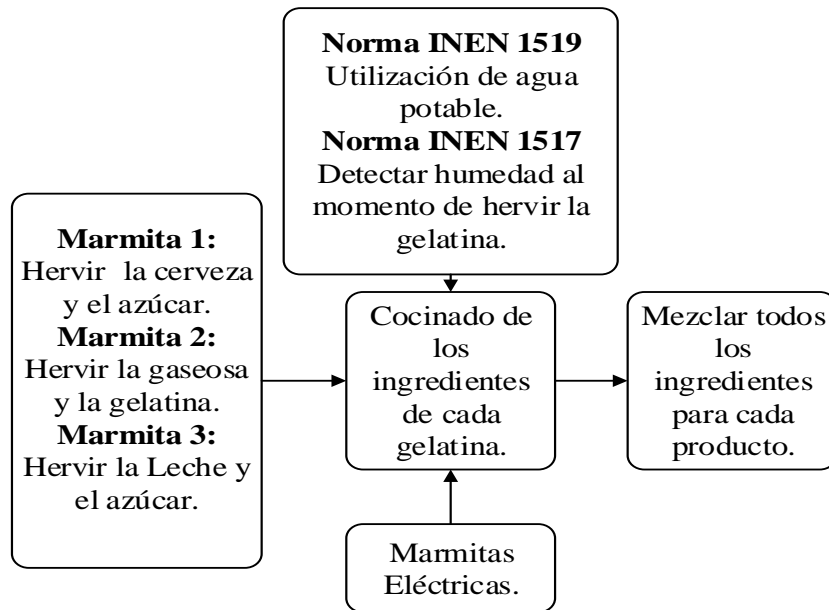


Figura 42 *Proceso 4.*  
Fuente: Investigación Propia.

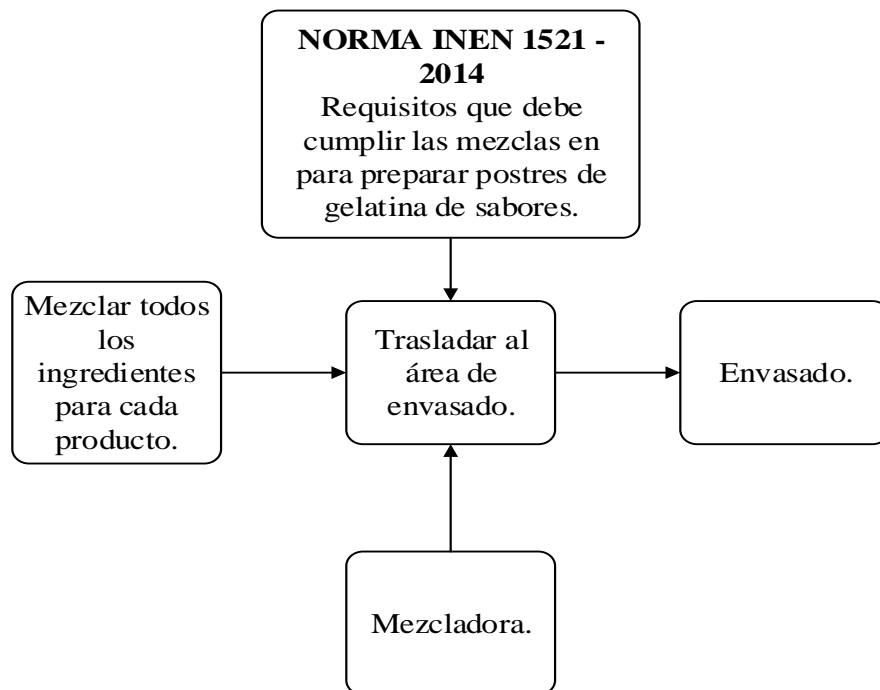


Figura 43 *Proceso 5.*  
Fuente: Investigación Propia.



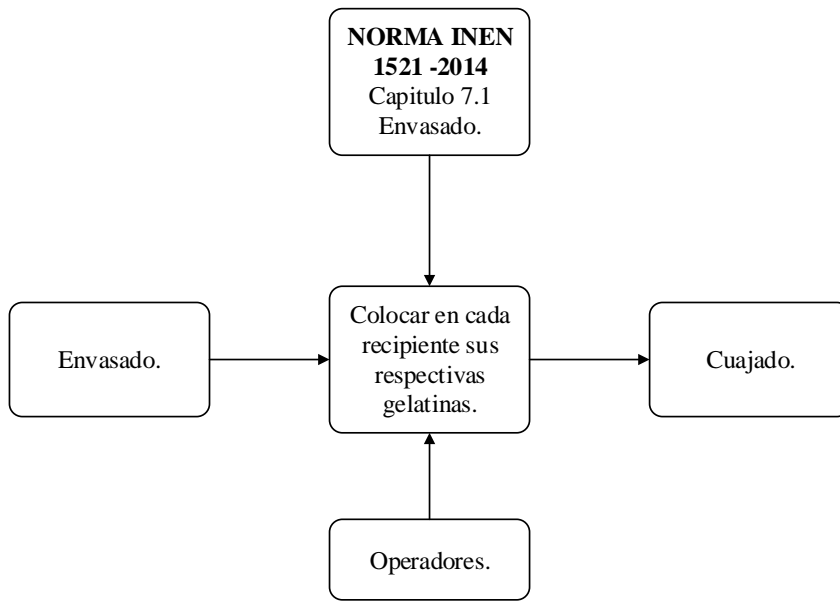


Figura 44 *Proceso 6.*  
**Fuente:** Investigación Propia.

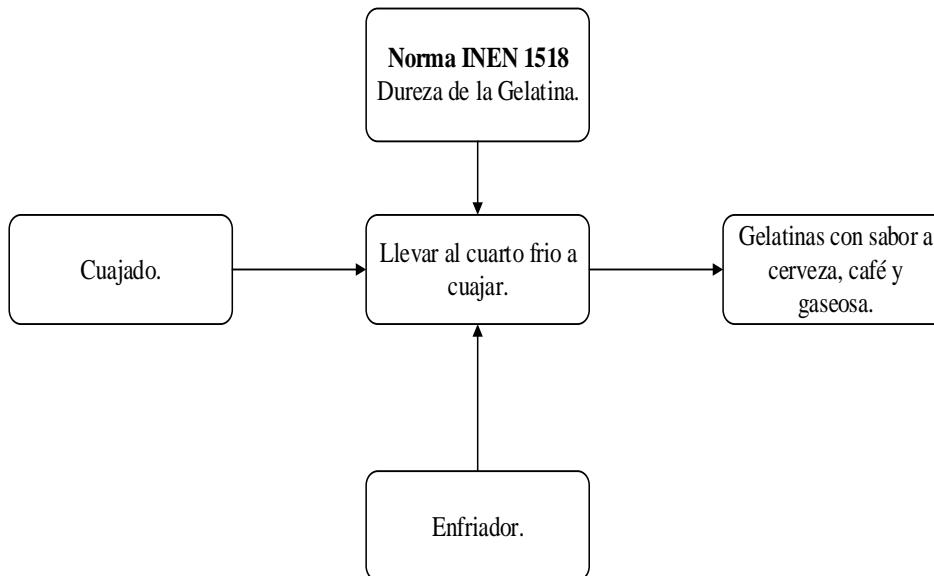


Figura 45 *Proceso 7.*  
**Fuente:** Investigación Propia.

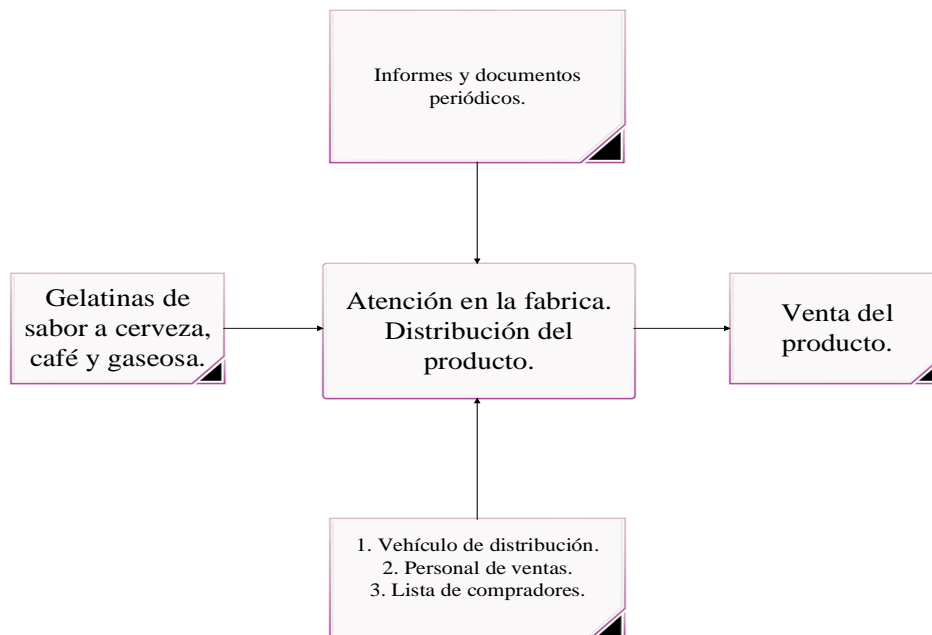


Figura 46 *Proceso 8.*

**Fuente:** Investigación Propia.

#### 4.5.3.2 Flujo de Proceso.

Es una herramienta donde se detalla en forma secuencial el proceso de las actividades y los tiempos que intervienen en la elaboración de un producto, en este caso de la gelatina.

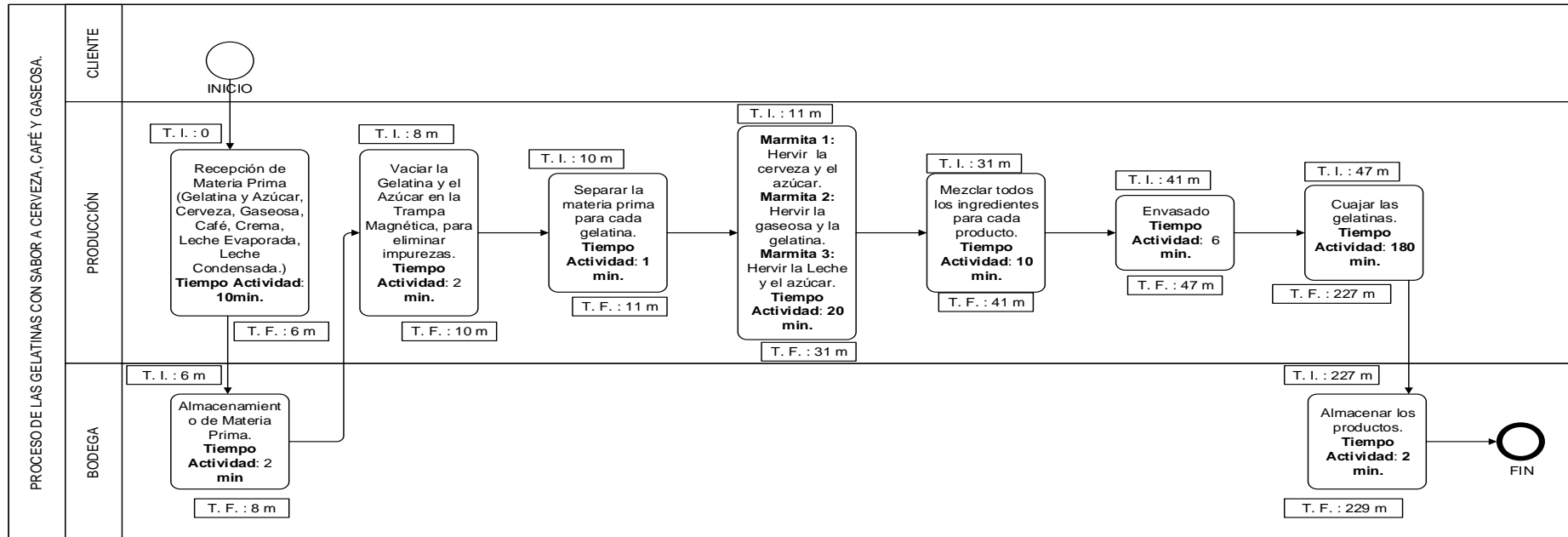


Figura 47 Flujo del Proceso de Producción.

Fuente: Investigación Propia.

Flujo Comercial.

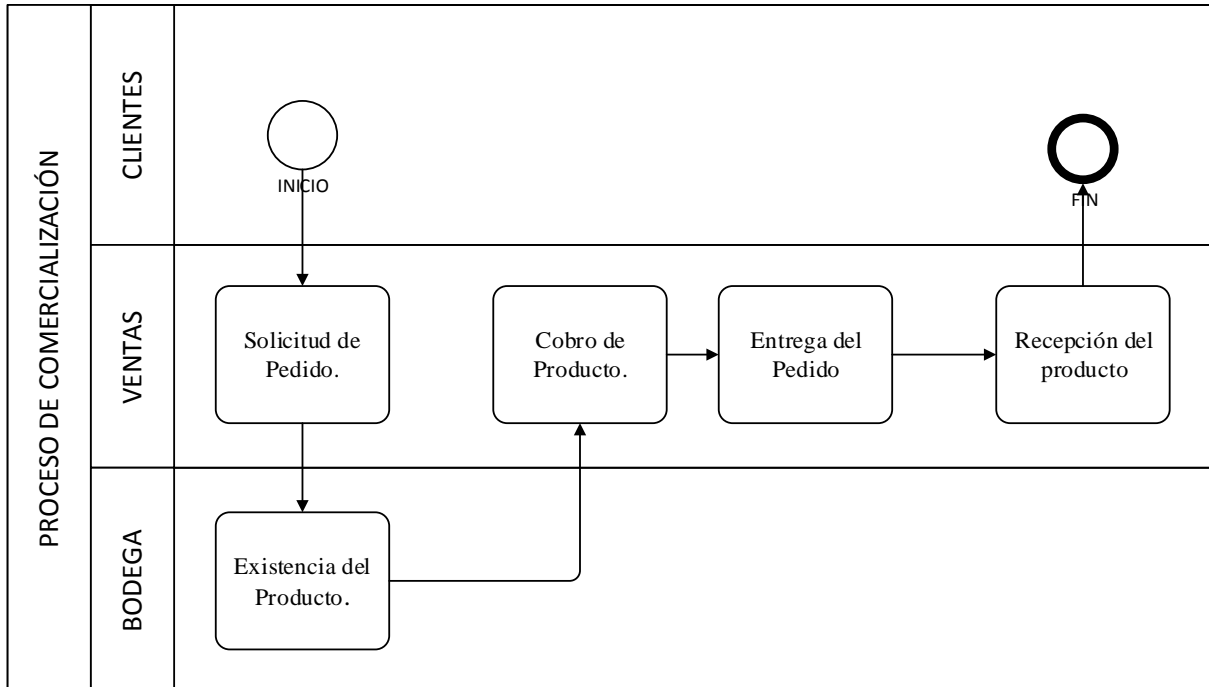


Figura 48 Flujo grama Comercial.

Fuente: Investigación Propia.

#### 4.5.4. Infraestructura.

Es la base de una organización que es necesario en la producción.

#### 4.5.4.1 Estudio de Infraestructura.

Tabla 61 Estudio de Infraestructura.

Físicos	Bioquímicos	Ambientales	Seguridad	Análisis
Para el factor físico en la microempresa, se utilizara una estructura metálica, la misma que estará con un espacio cubierto, para evitar la entrada de polvos e insectos. La maquinaria ocupara 17 m <sup>2</sup>	Para la elaboración de la gelatina se utilizara agua potable, ya que uno de los ingredientes es el agua y no se debe ocupar agua insalubre para la elaboración de la misma porque perjudicaría a la salud de los clientes que consumirán el producto.	En la planta de producción, se tendrá lugares específicos para colocar la basura y evitar que se propague la contaminación del medio ambiente, para ello se colocara botes de basura de distintos colores: rojo para los desechos peligrosos, negro para la basura en general, estos desechos <b>no son reutilizables</b> . Color amarillo para los metales, verde para los vidrios, azul para el papel y el cartón, blanco para el plástico, café para los desechos orgánicos estos <b>si se pueden reutilizar</b> .	El personal de producción tendrá que usar los EPP, es una de las reglas que se obligaran a cumplir, ya que este es un área de peligro, para mantener una buena higiene se utilizara cascos y gorros para que el cabello no se caiga, para la protección del personal se utilizara gafas de seguridad, overoles y botas punta de acero. Para el cuarto frio se utilizara guantes, chompas y pantalones aislantes de frio. También debe existir en cada área un botiquín, extintor para apagar el fuego en caso de incendios.	Una vez realizado el estudio de infraestructura, se determina que para la elaboración de la gelatina se utilizara una estructura metálica que es aquella que cumple con las especificaciones necesarias para poner en funcionamiento las maquinarias, y poder almacenar bien la gelatina en el cuarto frio y con las medidas adecuadas para el cuidado del personal a cargo.

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

#### 4.5.4.2 Establecimiento y Definición de Infraestructura.

Una vez realizado el estudio de infraestructura, se determina que para la elaboración de la gelatina se utilizara una estructura metálica que es aquella que cumple con las especificaciones necesarias para poner en funcionamiento las maquinarias, y poder almacenar bien la gelatina en el cuarto frio y con las medidas adecuadas para el cuidado del personal a cargo.

**Factor Físico.**- Para el factor físico en la microempresa, se utilizara una estructura metálica, la misma que estará con un espacio cubierto, para evitar la entrada de polvos e insectos. La maquinaria ocupara  $17 m^2$ .

**Factor Bioquímicos.**- Para la elaboración de la gelatina se utilizara agua potable, ya que uno de los ingredientes es el agua y no se debe ocupar agua insalubre para la elaboración de la misma porque perjudicaría a la salud de los clientes que consumirán el producto.

**Factor Seguridad.**- El personal de producción tendrá que usar los EPP, es una de las reglas que se obligaran a cumplir, ya que este es un área de peligro, para mantener una buena higiene se utilizara cascos y gorros para que el cabello no se caiga, para la protección del personal se utilizara gafas de seguridad, overoles y botas punta de acero. Para el cuarto frio se utilizara guantes, chompas y pantalones aislantes de frio. También debe existir en cada área un botiquín, extintor para apagar el fuego en caso de incendios.

**Factor Ambiental.**- En la planta de producción, se tendrá lugares específicos para colocar la basura y evitar que se propague la contaminación del medio ambiente, para ello se colocara botes de basura de distintos colores: rojo para los desechos peligrosos, negro para la basura en general, estos desechos **no son reutilizables**. Color amarillo para los metales, verde para los vidrios, azul para el papel y el cartón, blanco para el plástico, café para los desechos orgánicos estos **si se pueden reutilizar**.

## CAPITULO V

### ESTUDIO FINANCIERO.

#### 5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales.

##### 5.1.1 Ingresos Operacionales.

Es el dinero percibido por las actividades que se han realizado en una empresa.

##### 5.1.2 Ingresos No Operacionales.

Son aquellos que no se relacionan en forma directa con las principales actividades del negocio. (Valdivieso, Contabilidad General, 2001, pág. 168)

Por el momento la microempresa **GELATIN SHAKE** no tendrá ingresos operacionales.

#### 5.2 Costos.

Son aquellos que se convierten en un gasto de fabricación de un producto o servicio, pero a un tiempo corto se lo puede recuperar.



Tabla 62 Costos.

Costos de Producción	Unidades Anuales	Costo Unitario	MP	MO	CIF	C. ANUAL	C.P. MENSUAL	C.P. M.P. MENSUAL
Cerveza	5300	4,22	\$ 13.886,00	\$ 4.596,91	3.860,55	\$ 22.343,47	1861,96	1.157,17
Café	5200	3,00	\$ 9.880,00	\$ 4.510,18	1.212,86	\$ 15.603,04	1300,25	823,33
Gaseosa	5100	1,10	\$ 8.670,00	\$ 4.423,44	1.189,53	\$ 14.282,98	1190,25	722,50
<b>Total</b>	<b>15600</b>	<b>8.32</b>	<b>\$ 32.436,00</b>	<b>\$ 13.530,54</b>	<b>\$ 6.262,95</b>	<b>\$ 52229,48</b>	<b>\$ 4.352,46</b>	<b>\$ 2.703,00</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

Tabla 63 Costo Variable Unitario.

**Gelatina de Cerveza.**

Costos Fijos	20.870,25	34%
Costos Variables	22.343,47	
Costos Variables Unitario	<b>4,22</b>	

**Gelatina De Café.**

Costos Fijos	20.870,25	33%
Costos Variables	15.603,04	
Costos Variables Unitario	<b>3,00</b>	

**Gelatina De Gaseosa.**

Costos Fijos	20.870,25	33%
Costos Variables	14.282,98	
Costos Variables Unitario	<b>2,80</b>	1,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

### 5.2.1 Costo Directo.

Es todo lo que interviene directamente con la producción de un producto.

Tabla 64 *Gelatina de Cerveza.*

<b>Materia Prima</b>	<b>Unidad</b>	<b>2,62</b>
Cerveza (botella)	\$ 0,90	
Grenetina (sobre)	\$ 0,45	
Agua (Botellón)	\$ 1,00	
Azúcar (libras)	\$ 0,25	
Limón	\$ 0,02	
<b>Mano de Obra</b>		<b>0,87</b>
Sueldo Operador	0,87	
<b>C.I.F</b>		
Servicio básico	0,07	<b>0,73</b>
Arriendo	0,66	
<b>Costo Producción</b>		<b>4,22</b>
Porcentaje Costo Producción		70,26%
<b>Margen de Contribución</b>		<b>\$ 1,78</b>
Porcentaje utilidad		29,74%
<b>Precio venta</b>		<b>\$ 6,00</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

Tabla 65 *Gelatina de Café.*

<b>Materia Prima</b>	<b>Unidad</b>	<b>1,90</b>
Café Soluble (sobre)	\$ 0,25	
Leche (Funda)	\$ 0,75	
Leche Evaporada (lata)	\$ 0,50	
Leche Condensada (lata)	\$ 0,40	
<b>Mano de Obra</b>		<b>0,87</b>
Sueldo Operador	\$ 0,87	
<b>C.I.F</b>		<b>0,23</b>
Servicio Básico	\$ 0,07	
Arriendo	\$ 0,16	
<b>Costo Producción</b>		<b>3,00</b>
Porcentaje Costo Producción		50,01%
<b>Margen de Contribución</b>		<b>\$ 3,00</b>
Porcentaje utilidad		49,99%
<b>Precio venta</b>		<b>\$ 6,00</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

Tabla 66 *Gelatina de Gaseosa.*

<b>Materia Prima</b>	<b>Unidad</b>	<b>1,70</b>
Gaseosa de fresa 1lt (Botella)	\$ 0,50	
Gelatina de fresa 85g (sobre)	\$ 0,40	
Crema (lata)	\$ 0,80	
<b>Mano de Obra</b>		<b>0,87</b>
Sueldo Operador	\$ 0,87	
<b>C.I.F</b>		<b>0,23</b>
Servicio Básico	\$ 0,07	
Arriendo	\$ 0,16	
<b>Costo Producción</b>		<b>1,10</b>
Porcentaje Costo Producción		18,34%
<b>Margen de Contribución</b>		<b>\$ 4,90</b>
Porcentaje utilidad		81,66%
<b>Precio venta</b>		<b>\$ 6,00</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

Tabla 67 Rol de Producción.

	<b>Cargo</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Aporte patronal IESS</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Fondos de Reserva</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
									\$
<b>Trabajador</b>	Producción	\$ 375,00	\$ 41,81	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 15,63	\$ 526,19	12.628,50
<b>Total Sueldo</b>		<b>375,00</b>	<b>41,81</b>	<b>31,25</b>	<b>31,25</b>	<b>31,25</b>	<b>15,63</b>	<b>526,19</b>	<b>12.628,50</b>

**Fuente:** Investigación Propia.  
**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

Tabla 68 Mano de Obra.

<b>Concepto</b>	<b>Sueldo Anual</b>	<b>Mes</b>	<b>Semana</b>	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Minutos por x producto</b>
Trabajador 1	12.628,50	1052,38	242,86	48,57	6,07	1,01

**Fuente:** Investigación Propia.  
**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

Tabla 69 Unidades Producidas.

<b>Horas Día</b>	<b>Unidades Día</b>	<b>Semanal</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
8:00:00	56	280	1300	15600

**Fuente:** Investigación Propia.  
**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

Tabla 70 *Costo de Mano de Obra.*

Costo Unidad	Día	Semanal	Mensual	Anual
0,87	48,57	242,86	1.052,38	12.628,50

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

### 5.2.2 Costo Indirecto.

Es todo lo que interviene indirectamente con la producción de algún producto.

Tabla 71 *Costo Indirecto.*

Descripción	Mes	Unidades Día	Costo Unitario
Arriendo	200	56	\$ 0,16
Servicios Básicos	83	56	\$ 0,07

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

### 5.2.3 Gastos Administrativos.

Son aquellos que se atribuyen al área administrativa en un emprendimiento. (Tamayo, 2016, pág. 25)

Tabla 72 *Gastos Administrativos.*

Ítem	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Personal Administrativo	Gerente Administrativo	\$ 526,19	\$ 6.314,28
Personal de Producción	2 Operarios	\$ 526,19	\$ 6.314,25
Gasto de Constitución	Gastos Legales	\$ 100,00	\$ 100,00
Gastos de Equipo Mobiliario	3 Mesas	\$ 18,00	\$ 18,00
	3 Sillas	\$ 7,00	\$ 7,00
Equipo de Computo	Computadora G. Adm.	\$ 300,00	\$ 300,00
Servicios Básicos	Agua	\$ 15,00	\$ 180,00
	Luz	\$ 40,00	\$ 480,00
	Teléfono	\$ 10,00	\$ 120,00
	Internet	\$ 18,00	\$ 216,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.560,38</b>	<b>\$ 14.049,53</b>

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

Tabla 73 Rol de Pagos de Administración.

	Sueldo Mensual	Aporte Patronal IESS	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos De Reserva	Vacaciones	Valor Mensual	Valor Anual
Administrador	375,00	41,81	31,25	31,25	31,25	15,63	526,19	6314,25
<b>TOTAL</b>	<b>375,00</b>	<b>41,81</b>	<b>31,25</b>	<b>31,25</b>	<b>31,25</b>	<b>15,63</b>	<b>526,19</b>	<b>6314,25</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Daysi Renjifo.

## 5.2.4 Costo de Venta.

Estos costos se generan solo cuando vendes si no hay ventas no se generan.

Tabla 74 Costo de Venta.

Ítem	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Personal de Ventas	Vendedor	\$ 526,19	\$ 6.314,25
Publicidad	Tarjetas	\$ 15,00	\$ 15,00
	Camisetas	\$ 20,00	\$ 20,00
	Esferos	\$ 6,50	\$ 6,50
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 567,69</b>	<b>\$ 6.355,75</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

## 5.2.5 Costo Financiero.

Es el costo real de un crédito que se realizó en cualquier entidad bancaria aprobada por la Superintendencia de Bancos.

## Capital Propio.

Tabla 75 Capital Propio.

Descripción	Valorado
Venta Terrenos	\$ 50.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50.000,00</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

Fuente: El total del capital propio es de \$ 50000, este valor se obtuvo de la venta de dos propiedades de mi esposo; una en la ciudad de Quito y la otra en Latacunga.

### Necesidad de Financiamiento.

Tabla 76 Necesidad de Financiamiento.

Descripción	Valorado
Capital Propio	50.000,00
Inversión	45.347,33
<b>TOTAL</b>	<b>4.652,67</b>

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

### ANÁLISIS

Según los resultados obtenidos en la tabla N° 77, se refleja que se debe contar con una inversión mínima de \$45.385,13 para poner en marcha la microempresa y un préstamo pequeño para cubrir cualquier problema que se llegue a dar en la microempresa.

Se va a realizar un préstamo de \$ 5000 en una entidad financiera aprobada por la Superintendencia de Bancos a un tiempo de 2 años (24 meses)

Tabla 77 Financiamiento.

Financiamiento	Fuente	Valor Proyectado	
		Mensual	Valor Anual
\$ 5.000,00	Banco del Pichincha	\$ 234,97	\$ 2.819,64

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

## **5.2.6 Costos Fijos y Variables.**

### **5.2.6.1 Costo Fijo.**

Gelatina de Cerveza: 20.870,25

Gelatina de Café: 20.870,25

Gelatina de Gaseosa: 20.870,25

### **5.2.6.2 Costo Variable.**

Gelatina de Cerveza: 22.343,47

Gelatina de Café: 15.603,04

Gelatina de Gaseosa: 14.282,98

Este Costo se obtuvo de la suma de la materia prima, mano de obra y los CIF, los cuales están calculados a un año.



### 5.3 Inversión.

Tabla 78 Inversión.

CUADRO DE INVERSIONES			
Concepto	Uso de fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
<b>Inversiones en Activos Fijos</b>			
Maquinaria y Equipo	\$ 33.850,00	\$ 33.850,00	
Muebles y Enseres	\$ 25,00	\$ 25,00	
Equipo de Computación	\$ 350,00	\$ 350,00	
<b>Total de Activos Fijos</b>	<b>\$ 34.225,00</b>	<b>\$ 34.225,00</b>	
<b>Activos Diferidos</b>			
Gasto de Constitución	\$ 100,00	\$ 100,00	
<b>Total de Activos Diferidos</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	
<b>Capital de trabajo</b>			
Materia Prima	\$ 2.703,00		\$ 2.703,00
Mano de Obra	\$ 526,19	\$ 526,19	
Arriendos	\$ 600,00	\$ 600,00	
Servicios Básicos	\$ 249,00	\$ 249,00	
Mantenimiento	\$ 100,00	\$ 100,00	
Gasto Administrativo	\$ 526,19		\$ 526,19
Costo de Ventas	\$ 6.355,75	\$ 6.355,75	
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>\$ 11.060,13</b>	<b>\$ 7.830,94</b>	<b>\$ 3.229,19</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 45.385,13</b>	<b>\$ 42.155,94</b>	<b>\$ 3.229,19</b>
<b>PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$ 1,00</b>	<b>\$ 0,93</b>	<b>\$ 0,08</b>
<b>PARTICIPACIÓN</b>	<b>100%</b>	<b>93%</b>	<b>8%</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

#### 5.3.1 Inversión Fija.

Tabla 79 Inversión Fija.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipo	-33.850,00					16.925,00
Muebles y Enseres	-25,00					12,50
Equipos de Computación	-350,00			-350,00		116,67
<b>TOTAL</b>	<b>-34.225,00</b>			<b>-350,00</b>		<b>17.054,17</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

### 5.3.2 Capital de Trabajo.

Tabla 80 *Capital de Trabajo.*

<b>Descripción</b>	<b>1 año</b>	<b>TOTAL</b>
Materia Prima	\$ 2.703,00	\$ 2.703,00
Mano de Obra	\$ 526,19	\$ 526,19
Arriendos	\$ 18,00	\$ 18,00
Servicios Básicos	\$ 83,00	\$ 83,00
Mantenimiento	\$ 100,00	\$ 100,00
Gasto Administrativo	\$ 13.053,53	\$ 13.053,53
Gasto Ventas	\$ 6.355,75	\$ 6.355,75
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 16.483,72</b>	<b>\$ 22.839,47</b>

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

### 5.3.3 Fuentes de Financiamiento.

El préstamo se realizó en la entidad financiera del Banco del Pichincha,

con los siguientes datos:

Tabla 81 *Fuentes de Financiamiento.*

<b>Descripción</b>	<b>Valores</b>
Cantidad Financiada	5.000,00
Tiempo	24 meses
Tasa de Interés %	11,23%
Cuota Mensual	\$ 234,97

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

### 5.3.4 Fuentes de Información y Uso.

Los Equipos y Maquinaria detallada en la tabla N° 52, se la adquirió por vía internet, en la página de Mercado Libre de Ecuador ya que se pudo encontrar a precios cómodos y en buen estado cada implemento.

### 5.3.5 Amortización.

Tabla 82 Amortización.

Cuota	Capital	Interés	Valor Cuota	Saldo
0	0	0	0	\$ 5.000,00
1	\$ 185,68	\$ 47,65	\$ 233,33	\$ 4.814,32
2	\$ 187,51	\$ 47,46	\$ 234,97	\$ 4.626,81
3	\$ 189,36	\$ 45,61	\$ 234,97	\$ 4.437,45
4	\$ 191,22	\$ 43,75	\$ 234,97	\$ 4.246,23
5	\$ 193,11	\$ 41,86	\$ 234,97	\$ 4.053,12
6	\$ 195,01	\$ 39,96	\$ 234,97	\$ 3.858,11
7	\$ 196,94	\$ 38,03	\$ 234,97	\$ 3.661,17
8	\$ 198,88	\$ 36,09	\$ 234,97	\$ 3.462,29
9	\$ 200,84	\$ 34,13	\$ 234,97	\$ 3.261,45
10	\$ 202,82	\$ 32,15	\$ 234,97	\$ 3.058,63
11	\$ 204,82	\$ 30,15	\$ 234,97	\$ 2.853,81
12	\$ 206,84	\$ 28,13	\$ 234,97	\$ 2.646,97
13	\$ 208,88	\$ 26,09	\$ 234,97	\$ 2.438,09
14	\$ 210,93	\$ 24,04	\$ 234,97	\$ 2.227,16
15	\$ 213,01	\$ 21,96	\$ 234,97	\$ 2.014,15
16	\$ 215,11	\$ 19,86	\$ 234,97	\$ 1.799,04
17	\$ 217,23	\$ 17,74	\$ 234,97	\$ 1.581,81
18	\$ 219,38	\$ 15,59	\$ 234,97	\$ 1.362,43
19	\$ 221,54	\$ 13,43	\$ 234,97	\$ 1.140,89
20	\$ 223,72	\$ 11,25	\$ 234,97	\$ 917,17
21	\$ 225,93	\$ 9,04	\$ 234,97	\$ 691,24
22	\$ 228,16	\$ 6,81	\$ 234,97	\$ 463,08
23	\$ 230,40	\$ 4,57	\$ 234,97	\$ 232,68
24	\$ 232,68	\$ 2,29	\$ 234,97	(\$ 0,00)

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

### 5.3.6 Depreciación.

Tabla 83 Depreciación.

Ítem	Depreciación	Vida Útil	Valor Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Depreciación Acumulada	Valor Residual
<b>ACTIVOS FIJOS</b>										
Equipo y Maquinaria	Trampa Magnética		500,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	250,00	250,00
	Montacargas Eléctrico		150,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	75,00	75,00
	Marmita Eléctrica	10	6500,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	3250,00	3250,00
	Mezcladora		4500,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	2250,00	2250,00
	Enfriador		350,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	350,00	0,00
Bienes Muebles	Mesas	10	18,00	1,80	1,80	1,80	1,80	1,80	9,00	9,00
	Sillas		7,00	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	3,50	3,50
Equipo de Computo	Computadora P.	3	350,00	116,67	116,67	116,67	0,00	0,00	350,00	0,00
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>										
Gasto de Constitución	Gastos legales	5	100,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	100,00	0,00
<b>TOTAL</b>			<b>12475,00</b>	<b>1374,17</b>	<b>1374,17</b>	<b>1374,17</b>	<b>1257,50</b>	<b>1257,50</b>	<b>6637,50</b>	<b>5837,50</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

### 5.3.7 Estudio de Factibilidad Proyectada.

#### 5.3.7.1 Estado de Situación Inicial.

Tabla 84 *Estado de Situación Inicial.*

#### MICROEMPRESA GELATIN SHAKE

#### ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL

<b>ACTIVOS</b>		
<b>Activo Corriente</b>		<b>11.060,13</b>
Bancos	11.060,13	
<b>Activo no Corriente</b>		<b>34.325,00</b>
Maquinaria y Equipo	33.850,00	
Muebles y Enseres	25,00	
Equipo de Computación	350,00	
Gasto de Constitución	100,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>45.385,13</b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>Pasivos no Corrientes</b>		<b>3.229,19</b>
Préstamo Bancario por pagar	3.229,19	
<b>PATRIMONIO</b>		<b>42.155,94</b>
Capital	42.155,94	
<b>TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO</b>		<b>45.385,13</b>

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

### 5.3.7.2 Estado de Resultados.

Tabla 85 Estado de Resultados.

<b>MICROEMPRESA GELATIN SHAKE</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	88.450,00	91.811,10	95.299,92	98.921,32	102.680,33
(-) Costo de Ventas	52.229,48	52.814,45	53.405,97	54.004,12	54.608,97
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>36.220,52</b>	<b>38.996,65</b>	<b>41.893,95</b>	<b>44.917,20</b>	<b>48.071,36</b>
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	14.049,53	14.517,38	15.000,81	15.500,33	16.016,50
Gastos de Ventas	6.355,75	6.567,40	6.786,09	7.012,07	7.245,57
Gastos Financiero	464,97	172,67	0,00	0,00	0,00
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>15.350,27</b>	<b>17.739,20</b>	<b>20.107,05</b>	<b>22.404,80</b>	<b>24.809,30</b>
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) UTILIDAD A.P.E.I.</b>	<b>15.350,27</b>	<b>17.739,20</b>	<b>20.107,05</b>	<b>22.404,80</b>	<b>24.809,30</b>
(-) 15 % Participación Laboral	2.302,54	2.660,88	3.016,06	3.360,72	3.721,39
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE I.R.</b>	<b>13.047,73</b>	<b>15.078,32</b>	<b>17.090,99</b>	<b>19.044,08</b>	<b>21.087,90</b>
(-) Impuesto a la Renta <b>PNOC</b>	87,89	223,83	425,10	641,49	886,75
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>12.959,84</b>	<b>14.854,49</b>	<b>16.665,89</b>	<b>18.402,59</b>	<b>20.201,15</b>
(+) Depreciaciones	1.374,17	1.374,17	1.374,17	1.257,50	1.257,50
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) EXCEDENTE OPERACIONAL</b>	<b>14.334,00</b>	<b>16.228,66</b>	<b>18.040,06</b>	<b>19.660,09</b>	<b>21.458,65</b>

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

### 5.3.7.3 Flujo de Caja.

Tabla 86 Flujo de Fondos Proyectados.

MICROEMPRESA GELATIN SHAKE						
FLUJO DE FONDOS PROYECTADOS						
DETALLE	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>A) FLUJO DE BENEFICIOS</b>						
Ventas Netas		88.450,00	91.811,10	95.299,92	98.921,32	102.680,33
Valor residual de activos						5.837,50
<b>TOTAL FLUJO DE INGRESOS (1)</b>		<b>88.450,00</b>	<b>91.811,10</b>	<b>95.299,92</b>	<b>98.921,32</b>	<b>108.517,83</b>
<b>B) FLUJO DE COSTOS</b>						
Inversión en Activos	12.475,00					
Inversión en Capital de trabajo	22.839,47					
Costo de Ventas		52.229,48	52.814,45	53.405,97	54.004,12	54.608,97
Gastos Administrativos *		12.877,53	13.021,76	13.167,60	13.315,08	13.464,21
Gastos de Ventas		41,50	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Financieros		464,97	172,67	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL FLUJO DE COSTOS</b>	<b>35.314,47</b>	<b>65.613,48</b>	<b>66.008,88</b>	<b>66.573,57</b>	<b>67.319,20</b>	<b>68.073,17</b>
<b>TOTAL FLUJO ECONOMICO (A-B)</b>	<b>-35.314,47</b>	<b>22.836,52</b>	<b>25.802,22</b>	<b>28.726,35</b>	<b>31.602,12</b>	<b>40.444,66</b>
(+) Préstamo	5.000,00					
(-) 15% Participación Trabajadores		-2.302,54	-2.660,88	-3.016,06	-3.360,72	-3.721,39
(-) Impuesto a la Renta		87,89	223,83	425,10	641,49	886,75
<b>FLUJO FINANCIERO</b>	<b>-30.314,47</b>	<b>20.621,87</b>	<b>23.365,17</b>	<b>26.135,39</b>	<b>28.882,89</b>	<b>37.610,01</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

## 5.4 Evaluación Financiera.

### 5.4.1 Tasa de Descuento.

Esta tasa está relacionada con la tasa activa, para la obtención de este dato se ha tomado la media del primer semestre del año en curso arrojando un resultado de 7.95%.

#### 5.4.1.1 Tasa Activa.

En el capítulo 5.4.1 se detalla cual es la tasa activa con la que se trabajará en el proyecto.

#### 5.4.1.2 T- MAR.

$$\mathbf{T-MAR = i + f + (i * f)}$$

i = Inflación	0,0086
f = Costo de Oportunidad	0,0875

$$\mathbf{TMAR = 0,0086 + 0,0875 + ( 0,0086 * 0,0875 )}$$

$$\mathbf{TMAR = 0,0961 + (0,0007525)}$$

$$\mathbf{TMAR = 0,0969}$$

$$\mathbf{TMAR = 9,69\%}$$



## 5.4.2 VAN

Tabla 87 *Valor Actual Neto.*

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-45.385,13					
Excedente Operacional		14.334,00	16.228,66	18.040,06	19.660,09	21.458,65
<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>-45.385,13</b>	<b>14.334,00</b>	<b>16.228,66</b>	<b>18.040,06</b>	<b>19.660,09</b>	<b>21.458,65</b>

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

$$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -45.385,13 + \frac{14.334,00}{1,0968525} + \frac{16.228,66}{1,20308541} + \frac{18.040,06}{1,31960724} + \frac{19.660,09}{1,4474145} + \frac{21.458,65}{1,58760021}$$

$$VAN = -45.385,13 + 13.068,31 + 13.489,20 + 13.670,78 + 13.582,90 + 13.516,41$$

$$VAN = -45.385,13 + 67.327,60$$

$$VAN = 21.942,47$$

### 5.4.3 TIR

$$\text{TIR} = 25,79\%$$

### 5.4.4 Periodo de Recuperación.

Tabla 88 *Periodo de Recuperación.*

<b>Periodos de Recuperación a Valores Actualizados</b>		
<b>Tiempo</b>	<b>Ingresos</b>	<b>Inversión a Recuperar</b>
Año 1	13.068,31	-32.316,82
Año 2	13.489,20	13.412,13
Año 3	13.670,78	27.082,91
Año 4	13.582,90	40.665,81
1 mes	1.131,91	41.797,72
2 mes	1.131,91	42.929,63
3 mes	1.131,91	44.061,54
4 mes	1.131,91	45.193,45
5 mes	1.131,91	46.325,35

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Daysi Renjifo.

## ANÁLISIS

El tiempo en que se recupera la inversión es en 4 años y 5 meses, con estos resultados se decide poner en marcha la microempresa.

### 5.4.5 Relación Costos Beneficio.

### 5.4.6 Punto de Equilibrio.

#### Gelatina de Cerveza.

$$P.E. = \frac{C.F.}{P. - C.V.U.}$$

PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN. 49,00%

#### Costos Fijos:

Gastos Administrativos	14.049,53	6.884,27
Gastos de Ventas	6.355,75	3.114,32
Gasto Financiero	464,97	227,84
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>20.870,25</b>	<b>10.226,42</b>

Precio de Venta unitario 6

**Costo Variable Unitario 4,22**

$$P.E. = \frac{CF}{p - C.V.U.} = \frac{10.226,42}{1,78} = 5.731 \text{ Unidades}$$

$$P.E. = 5.731 \times 6,00 = 34.388,95 \text{ Ventas}$$

#### ESTADO DE RESULTADOS.

<b>VENTAS</b>	<b>34.388,95</b>
Costo de Producción	24.162,53
Margen de Contribución	10.226,42
Costos Fijos	10.226,42
Utilidad / Pérdida	-

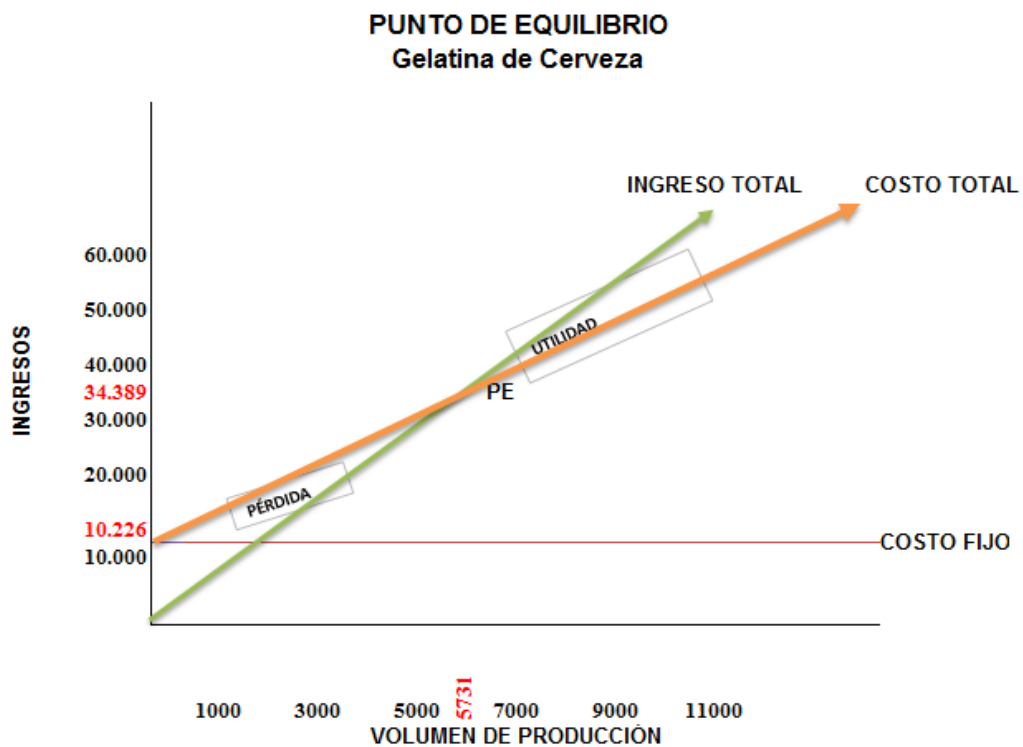


Figura 49 *Punto de Equilibrio Gelatina de Cerveza.*  
Fuente: Investigación Propia.

## PUNTO DE EQUILIBRIO.

### Gelatina de Café.

$$P.E. = \frac{C.F.}{P. - C.V.U.}$$

PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN		49,00%
<b>Costos Fijos:</b>		
Gastos Administrativos	14.049,53	6.884,27
Gastos de Ventas	6.355,75	3.114,32
Gasto Financiero	464,97	227,84
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>20.870,25</b>	<b>10.226,42</b>
Precio de Venta unitario	<b>5,50</b>	
<b>Costo Variable Unitario</b>	<b>3,00</b>	

$$P.E. = \frac{CF}{P - C.V.U} = \frac{10.226,42}{2,50} = \mathbf{4.092 \text{ Unidades}}$$

$$P.E. = 4.092 \quad \times \quad 5,50 \quad = \mathbf{20.503,38 \text{ Ventas}}$$

### ESTADO DE RESULTADOS.

<b>VENTAS</b>	<b>20.503,38</b>
Costo de Producción	<u>12.276,96</u>
Margen de Contribución	10.226,42
Costos Fijos	<u>10.226,42</u>
Utilidad / Pérdida	<u><u>-</u></u>

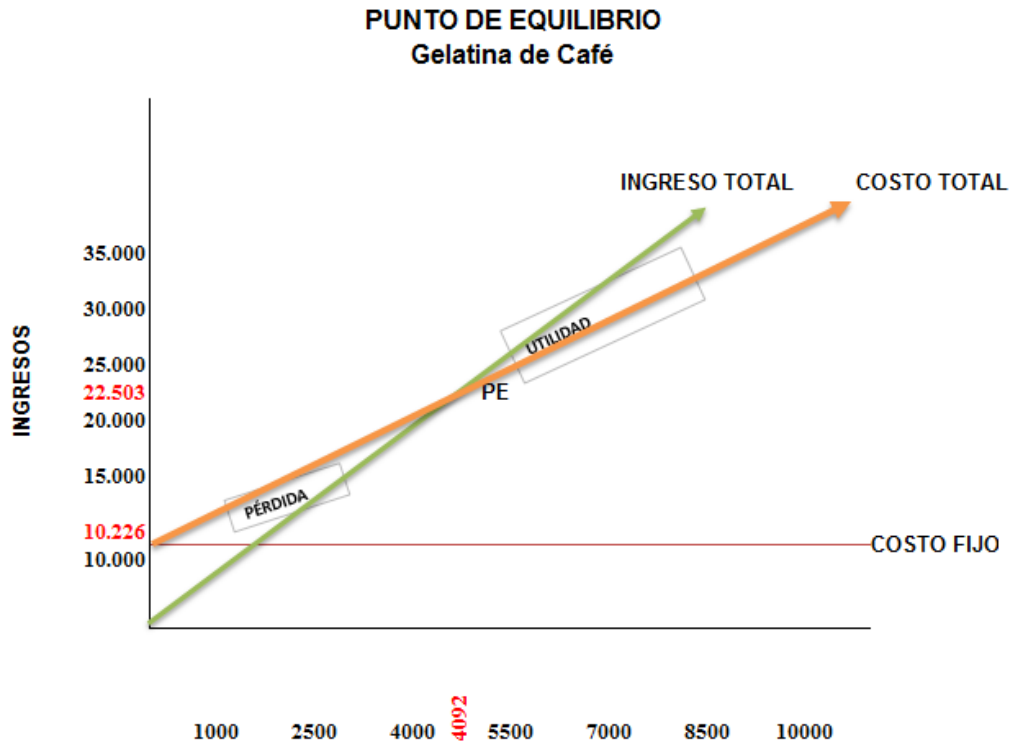


Figura 50 *Punto de Equilibrio Gelatina De Café.*  
Fuente: Investigación Propia.

**PUNTO DE EQUILIBRIO**  
**Gelatina de Gaseosa**

$$P.E. = \frac{CF}{p - C.V.U.}$$

PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN. 49%

**Costos Fijos:**

Gastos Administrativos	14.049,53	6.884,27
Gastos de Ventas	6.355,75	3.114,32
Gasto Financiero	464,97	227,84
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>20.870,25</b>	<b>10.226,42</b>

Precio de Venta unitario **5,50**

**Costo Variable Unitario 2,80**

$$P.E. = \frac{CF}{P - C.V.U.} = \frac{10.226,42}{2,70} = 3.788 \text{ Unidades}$$

$$P.E. = 3.788 \times 5,50 = 20.836,11 \text{ Ventas}$$

**ESTADO DE RESULTADOS.**

<b>VENTAS</b>	<b>20.836,11</b>
Costo de Producción	<u>10.609,68</u>
Margen de Contribución	10.226,42
Costos Fijos	<u>10.226,42</u>
Utilidad / Pérdida	<u><u>-</u></u>

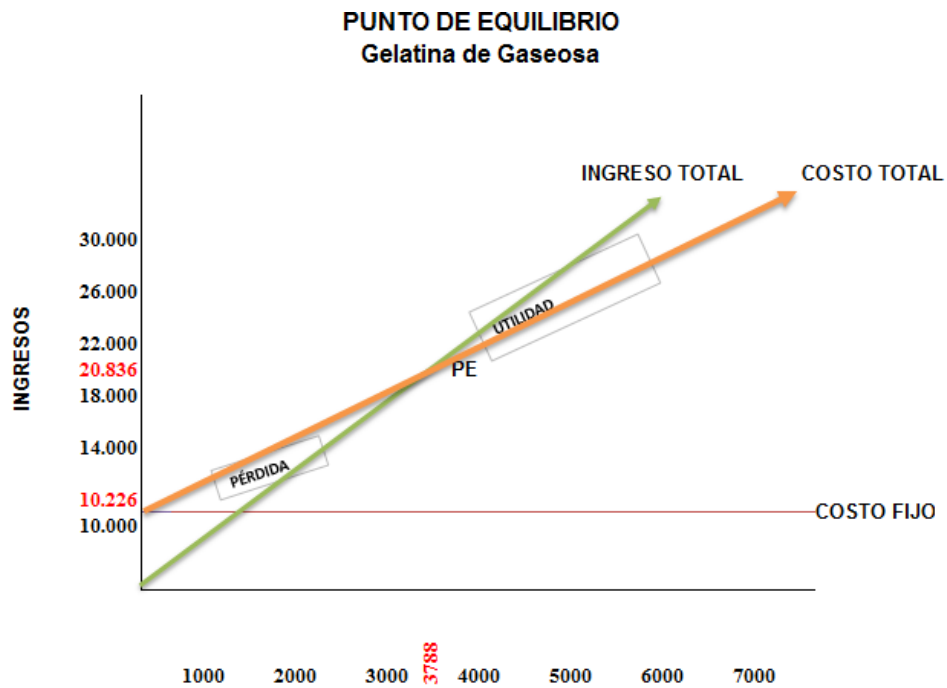


Figura 51 *Punto de Equilibrio Gelatina de Gaseosa.*  
Fuente: Investigación Propia.



## 5.4.7 Análisis Financiero.

### 5.4.7.1 Indicadores Financieros.

#### INDICADORES DE RENTABILIDAD.

##### Rentabilidad Sobre El Patrimonio.

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

$$\text{R.O.E} = \frac{12.959,84}{50.000,00}$$

$$\text{R.O.E} = 0,26$$

$$\text{R.O.E.} = \mathbf{26\%}$$

##### Rentabilidad Sobre Activos.

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{12.959,84}{34.225,00}$$

$$\text{R.O.A} = \mathbf{0,38\%}$$

$$\text{R.O.A} = \mathbf{38\%}$$

### 5.4.7.2 Sensibilidad Financiera.

Una vez hechos los cálculos de la sensibilidad financiera del proyecto, al bajar los ingresos a \$75000 y aumentando los costos a 50000 da como resultado un VAN negativo de -17481,36 y la T.I.R. negativa también de -5,28%.

## CAPITULO 6

### ANALISIS DE IMPACTO.

#### 6.1 Impacto Ambiental.

La microempresa **GELATIN SHAKE** se dedica a la elaboración de gelatinas con sabor a cerveza, café y gaseosa, esta producción no genera mayor impacto ambiental ya que no es una fábrica extensa y utiliza materia prima que no genera contaminación.

#### 6.2 Impacto Productivo.

Tabla 89 *Impacto Productivo.*

Ítem	Valoración				
	1	2	3	4	5
Impacto Sociocultural			X		
Impacto Económico			X		
Impacto Ambiental		X			
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>2</b>		

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

Tabla 90 *Ponderaciones.*

Descripción	Ponderación
Muy bajo	1
Bajo	2
Medio	3
Alto	4
Muy Alto	5

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

LA MOTIVACIÓN Y LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL: APORTAR AL SECTOR ALIMENTICIO, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROPYME PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GELATINAS DE GASEOSA, CAFÉ Y CERVEZA EN FORMA DE SUS ENVASES, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

## ANÁLISIS

GELATIN SHAKE causa un impacto sociocultural medio ya que permite a la gente de la zona norte tener a su alcance un lugar donde disfrutar de un postre delicioso con sabores nuevos y que a la mayoría de personas les gusta.

### 6.3 Impacto Económico.

Tabla 91 *Impacto Económico.*

Ítem	Valoración				
	1	2	3	4	5
Hábito de Consumo		X			
Incremento de Empresas Competitivas	X				
Giro del Negocio		X			
Satisfacción		X			
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>3</b>			

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

Tabla 92 *Ponderación.*

Descripción	Ponderación
Muy bajo	1
Bajo	2
Medio	3
Alto	4
Muy Alto	5

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaborado por:** Daysi Renjifo.

## ANÁLISIS

GELATIN SHAKE, espera generar buenos hábitos de consumo entre las personas que ya que los productos se generan con materia prima dañina para la salud, si no que esta microempresa está enfocada a cuidar la salud del consumidor, porque hay productos como la cerveza, el café y la gaseosa que generan descontrol al ser consumido, pero si se lo tomo con precaución y no en cantidades altas estas podrían generar buenos beneficios.

## CAPITULO 7

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

#### 7.1 Conclusiones.

- a) Una vez realizado el estudio de mercado, yo concluyo que existe mucha competencia para el producto que se va a realizar.
- b) En esta tesis se incrementarían las ventas después de los 5 años.
- c) Yo concluyo que según los resultados obtenidos en los indicadores financieros, este proyecto es factible y viable.

## 7.2 Recomendaciones.

a) Se recomienda que se debe hacer una amplia publicidad en sitios web como lo es Facebook y hacer promociones para lograr posesionarse en el mercado.

b) Se recomienda utilizar estrategias de venta, para alcanzar la meta establecida que se ha proyectado en un tiempo de 5 años.

d) Se recomienda la ejecución de este proyecto, ya que la inversión aplicada se recuperara en 4 años y 5 meses.

## Bibliografía

Abad, V. (06 de 02 de 2014).

AMBIENTAL, L. D. (9 de Abril de 2011). *Gestión ambiental*. Obtenido de [http://gestionambientaleda.blogspot.com/2011/04/legislacion-ambiental-en-ecuador\\_09.html](http://gestionambientaleda.blogspot.com/2011/04/legislacion-ambiental-en-ecuador_09.html)

Internas, S. d. (s.f.). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

Pérez, C. (2008). *NATURVIDA*. Obtenido de <https://www.natursan.net/author/christianperez/>

Naranjo, P. (29 de Julio de 2008). *DIARIO EL UNIVERSO*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2008/07/29/0001/21/D1AA34B606AE4663A05A0318CAF6596A.html>

Quito, C. d. (2017). *LUAE*. Quito.

Quito, M. d. (s.f.). Obtenido de <http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/permisos-ambientales2>

Quito, M. d. (2016). *Requisitos de funcionamiento*. Quito.

Quito, M. d. (23 de 05 de 2017). Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permisos-de-bomberos>

Rocha, S. (2010). *Gelatina Dura: Historias Encomendadas a los 80*. Obtenido de <https://m.casadelibro.com>

Tamayo, W. M. (2016). *Emprendimiento y Gestion*. Quito: Maya Ediciones C. LTDA.

Valdivieso, M. B. (2001). *Contabilidad General*. Quito: NuevoDia.

Valdivieso, M. B. (2001). *Contabilidad General*. Quito: NuevoDia.

Vivir., P. N. (2013). *Ecuador Patente n° ISBN978-9942-07-848-5*.