



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BANCA Y FINANZAS

**REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE YOGURT
A BASE DE AGUACATE PARA INCENTIVAR EL CONSUMO DE BEBIDAS
SANAS, UBICADO EN LA PARROQUIA DE PUEMBO, DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015-2016**

Proyecto de investigación previo de título de tecnóloga en Administración Banca y Finanzas

Actor: Collaguazo Gualpa Mayra Patricia

Tutor: Ing. Ángela Pimbo

Quito Mayo 2016

DECLARATORIA

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

Mayra Patricia Collaguazo Gualpa

CC 172545703-8

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **MAYRA PATRICIA COLLAGUAZO GUALPA** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1725457038 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE YOGURT A BASE DE AGUACATE PARA INCENTIVAR EL CONSUMO DE BEBIDAS SANAS, UBICADO EN LA PARROQUIA DE PUEMBO, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015-2016** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA

NOMBRE

Mayra Patricia Collaguazo Gualpa

CEDULA

1725457038

Quito, a los 25 días de Abril 2016

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento es primero a Dios por darme muchos días de vida y sabiduría en mis estudios, al Instituto Cordillera por abrirme las puertas, a mis padres Ramón e Hilda a mi hermana Verónica por siempre apoyarme a mi tutora a todos los profesores que me compartieron sus conocimientos con honestidad y respeto durante los seis semestres.

DEDICATORIA

El presente proyecto realizado con esfuerzo y dedicación, para mis padres ya que ellos siempre han estado conmigo apoyándome económicamente y motivándome a seguir adelante las veces que eh caído ellos me han levantado para seguir adelante.

A mi hermana mayor que siempre me ha demostrado su cariño y motivándome a seguir adelante.

Al Instituto Cordillera el cual me abrió sus puertas para estudiar brindándome conocimientos y valores formándome como profesional y dama.

A mis maestros por compartirme sus conocimientos y su amistad.

1 Índice general

DECLARATORIA.....	II
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	III
CAPITULO I.....	1
1 INTRODUCCION	1
1.1 JUSTIFICACION	2
1.2 ANTECEDENTES.....	3
CAPITULO II	7
2 ANALISIS SITUACIONAL.....	7
2.1 AMBIENTE EXTERNO.....	7
2.1.1 Factor económico:.....	7
2.1.2 Inflación.....	8
2.1.2.2 RIESGO PAIS.....	9
2.1.2.3 Tasa de interés.....	10
2.1.2.4 Tasa de interés activa	10
2.2 FACTOR SOCIAL.....	12
2.2.1 CRECIMIENTO POBLACIONAL.....	13
2.2.2 Población económicamente activa.....	13
2.2.3 Tasa desempleo.....	14
2.3 FACTOR LEGAL	14
2.4 FACTOR TECNOLOGICO.....	16
2.5 ENTORNO LOCAL	16
2.5.1 Clientes	16
2.5.2 Proveedores.....	18
2.5.3 Competidores	19
2.6 ANALISIS INTERNO	20
2.6.1 Propuesta estratégica.....	21
2.6.2 Objetivos.....	24
2.6.2.1 Objetivo general.....	24
2.6.2.2 Objetivos específicos	24

2.6.2.3 Principios o valores.....	24
2.6.5 GESTION ADMINISTRATIVA.....	25
2.6.5 GESTION OPERATIVA.....	32
2.6.6 GESTIÓN COMERCIAL.....	35
2.6.7 Logotipo.....	36
2.6.8 Slogan:	36
2.6.9 PAPELERÍA CORPORATIVA	37
2.7 ANALISIS FODA.....	40
CAPITULO III.....	42
3 ESTUDIO DE MERCADO	42
3.1 ANÁLISIS DE CONSUMIDOR	42
3.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	43
3.3 DETERMINACION DE LA POBLACION Y MUESTRA	43
3.3.1 POBLACIÓN	43
3.3.2 Muestra	44
3.4 TECNICAS DE LA OBTENCION DE LA INFORMACION.....	44
3.5 ENCUESTA:.....	45
3.5.1 Modelo de la encuesta.....	45
3.6 ANALISIS DE LA INFORMACION	48
3.6.1 Datos generales	48
3.6.2 Desarrollo de las preguntas.....	50
3.7 OFERTA	64
3.7.1 Oferta histórica	64
3.7.2 Oferta actual.....	64
3.7.3 Oferta proyectada.....	65
3.8 DEMANDA	65
3.8.1 Demanda histórica	66
3.8.2 Demanda Actual	66
3.8.3 Demanda proyectada.....	67
3.9 BALANCE OFERTA-DEMANDA.....	68
3.9.1 Balance Actual.....	68
3.9.2 BALANCE PROYECTADO.....	68

CAPITULO IV	69
4 ESTUDIO TECNICO	69
4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	69
4.1.1 Capacidad instalada	69
4.1.2 Capacidad óptima	70
4.2 LOCALIZACIÓN	71
4.2.1 Macro localización.....	71
4.2.2 Micro localización	72
4.2.3 Localización óptima.....	73
4.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	74
4.3.1 Definición del producto y servicio.....	74
4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	75
4.5 MATRIZ TRIANGULAR.....	76
4.5.1 Tabulacion de la matriz.....	76
4.6 PROCESO PRODUCTIVO	79
4.7 DESCRIPCIÓN DEL FLUJO GRAMA	81
4.8 MÁQUINARIA Y EQUIPO	82
CAPITULO V	84
5 ESTUDIO FINANCIERO.....	84
5.1 Ingresos operacionales y no operacionales	84
5.2 Costos directos	86
5.3 COSTOS INDIRECTOS	88
GASTOS ADMINISTRATIVOS	88
5.5 COSTO DE VENTA.....	90
5.6 COSTOS FINANCIEROS	90
5.7 COSTOS FIJOS Y VARIABLES	91
5.8 INVERSIONES	91
5.10 INVERSIÓN FIJA.....	93
5.11 ACTIVOS FIJOS	93
5.12 ACTIVOS NOMINALES	95
5.13 CAPITAL DE TRABAJO.....	95
5.14 FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS	96

5.15 AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO (TABLA DE AMORTIZACIÓN).....	98
5.16 DEPRECIACIONES (TABLA DE DEPRECIACIÓN).....	99
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	99
5.18 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS (A CINCO AÑOS)	101
FLUJO DE CAJA	102
EVALUACIÓN.....	103
5.20.1 Tasa de descuento	103
5.20.2 VAN.....	103
5.20.3 TIR.....	104
5.20.4 (Periodo de recuperación de la inversión)	105
5.20.5 RBC (Relación conto beneficio).....	107
5.20.6 Punto de equilibrio.....	108
5.20.7 Análisis de índices financieros	110
5.20.8 ANÁLISIS DE ÍNDICES FINANCIEROS Y DE RENTABILIDAD.....	112
CAPITULO VI.....	114
6 ANÁLISIS DE IMPACTOS	114
6.1 IMPACTO AMBIENTAL.....	114
6.2 IMPACTO ECONÓMICO	115
6.3 IMPACTO PRODUCTIVO	115
6.4 IMPACTO SOCIAL	116
CAPITULO VII	117
7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	117
7.1 CONCLUSIONES.....	117
7.2 RECOMENDACIONES	118
8 BIBLIOGRAFÍA	119

Índice de Tablas

Tabla 1 Inflación	8
Tabla 2 Interés Activo	11
Tabla 3 Tasa Pasiva.....	12
Tabla 4 PEA	13
Tabla 5 Tasa de Desempleo	14
Tabla 6 Oportunidades y Amenazas	40
Tabla 7 Fortalezas y Debilidades	41
Tabla 8 Tamaño del Universo	43
Tabla 9 Género	48
Tabla 10 Oferta Actual.....	64
Tabla 11 Proyección de la Oferta.....	65
Tabla 12 Demanda Actual.....	65
Tabla 13 Demanda en Dólares	66
Tabla 14 Demanda Actual.....	67
Tabla 15 Demanda Proyectada.....	67
Tabla 16 Balance Actual	68
Tabla 17 Balance Proyectado.....	68
Tabla 18 Capacidad Instalada	70
Tabla 19 Capacidad Optima.....	70
Tabla 20 Localización	73
Tabla 21 Distribucion de la Planta	75
Tabla 22 Maquinaria	82
Tabla 23 Muebles y Enseres	82
Tabla 24 Equipo de Oficina	83
Tabla 25 Equipo de Computación.....	83
Tabla 26 INGRESOS OPERACIONALES	85
Tabla 27 INGRESOS PROYECTADOS	85
Tabla 28 Materia Prima.....	86
Tabla 29 Rol de Pagos de Producción.....	87

Tabla 30 Mano de Obra.....	87
Tabla 31 Mano de Obra por Unidad	87
Tabla 32 CIF	87
Tabla 33 Unidades Producidas.....	88
Tabla 34 Costo de Producción	88
Tabla 35 Gastos Administrativos	89
Tabla 36 Rol de Pagos de Administración y Ventas.....	89
Tabla 37 Gastos de Ventas.....	90
Tabla 38 Costos Fijos.....	91
Tabla 39 Costos Variables	91
Tabla 40 Inversión.....	92
Tabla 41 Equipos de Oficina.....	93
Tabla 42 Equipo de Computación.....	93
Tabla 43 Muebles y Enseres	94
Tabla 44 Maquinaria y Herramientas.....	94
Tabla 45 Activos Fijos	95
Tabla 46 activos nominales.....	95
Tabla 47 Capital de Trabajo.....	96
Tabla 48 Fuentes de Financiamiento.....	97
Tabla 49 Amortización.....	98
Tabla 50 Depreciaciones	99
Tabla 51 Estado de Situación Financiera	100
Tabla 52 Estado de Resultados	101
Tabla 53 Flujo de Caja	102
Tabla 54 VAN.....	103
Tabla 55 TIR	104
Tabla 56 PRI	105
Tabla 57 Relación Costo Beneficio	107
Tabla 58 Punto de Equilibrio	108
Tabla 59 ROA	110
Tabla 60 ROE.....	111
Tabla 61 Indicadores de Rentabilidad.....	112
Tabla 62 ROI.....	112

Índice de Gráficos

Gráfico 1 PIB	9
Gráfico 2 Riesgo País.....	10
Gráfico 3 Crecimiento Poblacional.....	13
Gráfico 4 Organigrama	27
Gráfico 5 Flujo grama de Producción	33
Gráfico 6 Flujo grama de Servicio	34
Gráfico 7 Logotipo.....	36
Gráfico 8 Material POP.....	39
Gráfico 9 Genero.....	48
Gráfico 10 Edad	49
Gráfico 11 Actividad Económica.....	49
Gráfico 12 A usted le gusta el aguacate	50
Gráfico 13 ¿con que frecuencia consume aguacate?.....	51
Gráfico 14 A usted le gusta el yogurt.....	52
Gráfico 15 ¿Con que frecuencia consume yogurt?	53
Gráfico 16 ¿Conoce alguna microempresa de yogurt de aguacate?	54
Grafico 17 Estaría dispuesto a probar un yogurt de aguacate	55
Gráfico 18 Le gustaría una microempresa de yogurt de aguacate	56
Gráfico 19 Cuanto estaría dispuesto a pagar por un yogurt de aguacate	57
Gráfico 20 Que marca de yogurt consume mas	58
Gráfico 21 Porque medio le gustaría enterarse del yogurt de aguacate	60
Gráfico 22 ¿Qué características observa al adquirir un yogurt?	61
Grafico 23 Se siente satisfecho con los productos que ofrece la competencia	62
Grafico 24 Que presentación le gustaría adquirir el yogurt	63
Gráfico 25 Mapa de Quito	72
Gráfico 26 Mapa del sector de Puembo	72
Gráfico 27 Matriz Triangular	76
Gráfico 28 Área de Administración	76
Gráfico 29 Área de Producción.....	77

Gráfico 30 Área de Ventas	77
Gráfico 31 Bodega	78
Gráfico 32 Plano	79
Gráfico 33 Punto de Equilibrio	109

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se basa en la implementación de una microempresa productora y comercializadora de yogurt a base de aguacate en el sector de Puembo Distrito Metropolitano de Quito lo que se busca es satisfacer las necesidades de los clientes ,mejorar su calidad alimenticia ya que el yogurt como el aguacate posee grandes beneficios, mediante este proyecto de factibilidad se ha realizado todos los estudios necesarios sobre todo los indicadores financieros el cual se determinó que el proyecto es factible, el contribuirá en la matriz productiva para el crecimiento económico del país disminuyendo el desempleo y generando ingresos.

En el cual se realizó estudio financiero para ver las variables a la que se enfrenta el proyecto el estudio del mercado para ver cuál es la demanda insatisfecha que existe en el proyecto para así cumplir las expectativas del cliente , el estudio técnico se pudo determinar la macro localización del proyecto .

Los indicadores financieros del proyecto realizado se pudieron observar y determinar que el proyecto es viable y que la inversión se recuperara en un lapso de 2 años y 2 meses.

Se determinó que los impactos ambiental económico, productivo y social que interviene el proyecto son positivo ya que aporta a la matriz productiva y al desarrollo de la economía del país y cuidando el medio ambiente.

ABSTRACT

The following project is based on the implementation of a micro enterprise, which will produce and commercialize yogurt made of avocado. It will be located in Puembo, Metropolitan District of Quito. Its main objectives will be to satisfy all the customer needs, and at the same time, improve their alimentary quality. In this manner, we will use the highest nutritional benefits that the yogurt and avocado have. Additionally, all the main studies have been correctly implemented in this feasible project. Studies, such as the financial indicators, have proved that this project is feasible. Hence, it will contribute to the productive matrix in order to support the national economic growth, reduce unemployment, and also generate income.

In which financial study to see the variables to which the project faces market research to see what the unmet demand that exists in the project in order to meet customer expectations, the technical study could determine the macro location of the project.

Financial indicators of the project made could be observed and determine that the project is viable and that the investment is recovered over a period of 2 years and 2 months.

It was determined that the economic, social and environmental impacts production involving the project are positive since it contributes to the production model and the development of the economy and protecting the environment.

CAPITULO I

1 INTRODUCCION

La matriz productiva en el Ecuador está ayudando a desarrollar y mejorar el sector productivo del país. Incentivando a la implementación de productos innovadores en el mercado es por este motivo se realiza la producción de yogurt a base de aguacate ya que es un producto innovador para el mercado ya que posee buenos beneficios, de esa manera también contribuirá al desarrollo del país a través de la generación de oportunidades de empleo en el país, impulsando al comercio nacional y más adelante internacional.

En el Ecuador existe industrias lácteas como es la empresa Toni dedicada al yogurt de variedades de frutas, excepto de aguacate que no existe en el mercado es por lo cual que lo realizare para la calidad alimenticia de los clientes y que el aguacate se ha consumido de diferente manera y así ayudaremos incentivar a los agricultores de nuestra provincia a seguir cultivando el árbol de aguacate ya que así generaríamos un círculo de productividad agrícola de producción y comercia beneficiando al país.

La propuesta que es la implementación de yogurt a base de aguacate en el mercado la ubicación será en la ciudad de Quito en el sector de Puembo determinando el análisis financiero para que la microempresa sea sustentable, viable y rentable en el tiempo ya que este estudio financiero es muy importante para la inversión del proyecto. El estudio técnico es muy importante ya que sus variables son la tecnología, disponibilidad de insumos valoración del riesgo la transformación de materia prima e insumos etc.

1.1 Justificación

Observando el mercado se determinó la inexistencia de yogurt a base de aguacate debido al desconocimiento de los beneficios que posee el mismo como son las vitaminas, magnesio, ácido fólico, omega 3, proteínas, fibra y nutrientes, que son necesarias en la diaria alimentación de las personas, además que es una fuente de energía y salud, ayuda a combatir además de múltiples enfermedades y acogiendo el objetivo 3 del plan nacional del buen vivir que es mejorar la calidad de vida de la población y así incentivando a los agricultores de la provincia a seguir cultivando el árbol de aguacate ya que así generaría un círculo de productividad tanto agrícola, de producción y comercial que beneficiaría a la economía por lo cual la realización de este estudio de factibilidad es de interés, por cuanto es un proyecto innovador con la decisión de proporcionar un producto en el medio al instalar una microempresa productora y comercializadora de yogurt a base de aguacate, aprovechando tantos buenos beneficios que posee tanto en yogurt como el aguacate para mejorar la salud, uno de los principales es su poder de mejorar la flora intestinal, y así contribuir a una vida saludable, se ha tomado en cuenta esta oportunidad para elaborar este ambicioso proyecto que dará las facultades necesarias para satisfacer una nueva necesidad para el mercado, además de que no existe yogurts a base de aguacate, lo que ayuda con más facilidad a continuar con la expectativa en el yogurt a base de aguacate radicando en su contribución al desarrollo del país a través de la generación de oportunidades de empleo y así eliminando el desempleo en el país y obteniendo ingresos económicos impulsando al comercio nacional e internacional

1.2 Antecedentes

Según (Caballero, 2002) menciona:

El origen del yogurt se sitúa en Turquía aunque también hay quien lo ubica en los Balcanes, Bulgaria o Asia Central. Su nombre tiene el origen en un término búlgaro: "jaurt". Se cree que su consumo es anterior al comienzo de la agricultura.

Los pueblos nómadas transportaban la leche fresca que obtenían de los animales en sacos generalmente de piel de cabra. El calor y el contacto de la leche con la piel de cabra propiciaba la multiplicación de las bacterias ácidas fermentaban la leche. La leche se convertía en una masa semisólida y coagulada. Una vez consumido el fermento lácteo contenido en aquellas bolsas, éstas se volvían a llenar de leche fresca que se transformaba nuevamente en leche fermentada gracias a los residuos precedentes.

El yogurt se convirtió en el alimento básico de los pueblos nómadas por su facilidad de transporte y conservación. Sus saludables virtudes eran ya conocidas en la Antigüedad. Unos siglos más tarde se descubriría su efecto calmante y regulador intestinal. **Metchnikoff**, que recibió el premio Nobel en 1908, fue el primer científico en intuir los efectos del yogurt en la **flora intestinal**. Demostró que el yogurt contenía bacterias capaces de convertir el azúcar de la leche -lactosa- en ácido láctico y que este ácido hacía imposible el desarrollo de bacterias dañinas en el intestino derivadas de la descomposición de los alimentos. También descubrió la enorme cantidad de vitaminas del grupo B que contiene el yogurt.

El yogur es un producto popular entre los consumidores, que se obtiene de la fermentación de la leche por microorganismos específicos

(streptococcus, thermophilus y lactobacilos bulgaricus). Tiene la característica de ser altamente nutritivo sabroso y fácil digestión. Su consumo en la actualidad se ha llevado en aumento por lo que el mercado lo demanda. El yogur hace la leche más digestiva y así, encontraremos personas que no pudiendo tolerar la leche de vaca, pueden comerse un yogur tranquilamente, sin que les afecte.

El yogur es una buena fuente de calcio, magnesio y fósforo que son los minerales más importantes para nuestros huesos, lo curioso es que estos minerales están en mayor cantidad en el yogur que en la leche. Por cada 100 gr. de yogur obtenemos 180 mg de calcio, 17 de magnesio, 240 de potasio y 7140 mg de fósforo.

Se puede elaborar, tanto a nivel industrial, como a nivel casero, aquí tratamos ambos para que, de acuerdo a los recursos disponibles seleccionemos una manera de llevarlo a práctica. De hecho el proceso es el mismo, únicamente cambia el equipo en el cual se elabora.

Los aguacates son nativos de América Central y Sudamérica y han sido cultivados en estas regiones desde el año 8000 AC. En la mitad del siglo 17, fueron introducidos a Jamaica y se extendieron por las regiones tropicales de Asia a mediados del siglo 19.

El cultivo en Estados Unidos, específicamente en la Florida y California, se inició en el siglo 20. Aunque los aguacates son cultivados en la mayoría de países tropicales y subtropicales, los grandes productores comerciales son los Estados Unidos (Florida y California), México, República Dominicana, Brasil y Colombia.

El **aguacate** o **palta** es un fruto con una carne verde y mantecosa que procede de Perú y México. Son uno de los frutos más completos y saludables

El aguacate es un alimento beneficioso para nuestra salud. Ayuda a mantener el corazón saludable, mejora la absorción de carotenoides y sus fitonutrientes ayudan a prevenir el cáncer oral y otros tipos de cánceres.

Propiedades del aguacate o palta:

Según el actor (Caballero S. G., 2004) **indica:** “Son ricos en **Vitamina E**, por lo que son muy beneficiosos para retrasar el envejecimiento.”

El contenido en **omega 3** del aguacate cuida nuestro sistema cardiovascular. La palta es rica en grasas saludables (monoinsaturadas) y evitan que acumulemos grasas perjudiciales que puedan causarnos enfermedades.

El aguacate posee **vitaminas** tan importantes como la **A, C, D, K** y del grupo **B**

Su contenido en **magnesio** favorece el correcto funcionamiento del sistema nervioso, muscular, así como el del intestino delgado. También es importante para el sistema inmunológico.

Contiene **ácido fólico**, por lo que está muy recomendado durante el embarazo para evitar malformaciones.

El aguacate es rico en **potasio** (conteniendo mucho más que el plátano), muy importante para un favorable funcionamiento muscular y nervioso, además de evitar la retención de líquidos.

Al ser rico en fibra, regula los niveles de azúcar en sangre. (pág. 9)

BONDADES DEL AGUACATE

- ❖ Contienen grasas mono insaturadas que ayudan a eliminar el nivel de colesterol en la sangre.
- ❖ Fortalece los huesos.
- ❖ Mejora la visión
- ❖ Evita la formación de gases intestinales
- ❖ Tiene efectos beneficiosos en resfriados, catarros, jaquecas
- ❖ Su aceite se emplea como uso externo para afecciones reumáticas y dolores de la gota.
- ❖ Estimula el apetito
- ❖ Tonifica el sistema nervioso
- ❖ Regula la menstruación y alivia los síntomas pre menstrual.
- ❖ Alivia la tos
- ❖ Durante el embarazo es beneficioso para la formación del tubo neural del feto

CAPITULO II

2 ANALISIS SITUACIONAL

(Enrique, 2004) Menciona: “Es un estudio a profundidad de la organización en el que se logran identificar elementos internos como las fortalezas y debilidades y elementos externos como amenazas y oportunidades”. (pág. 23)

2.1 Ambiente externo

Conforme (Griffin & Ebert, 2005): “Está constituido por todo lo existente fuera de las fronteras de una organización que pueda afectarla”. (pág. 30)

2.1.1 Factor económico:

Acorde (Blomer, 2008): “Son los que afectan a las relaciones de producción, distribución y consumo de una empresa y están determinados por el sistema económico”. (pág. 12)

2.1.2 Inflación

(Dominguez, 2004) Indica: "Se produce cuando la cantidad de dinero aumenta más rápidamente que la de los bienes y servicios cuando mayor es el incremento de la cantidad de dinero por unidad de producción, la tasa de inflación es más alta". (pág. 21)

Tabla 1 Inflación

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %

Fuente: Banco Central

Análisis:

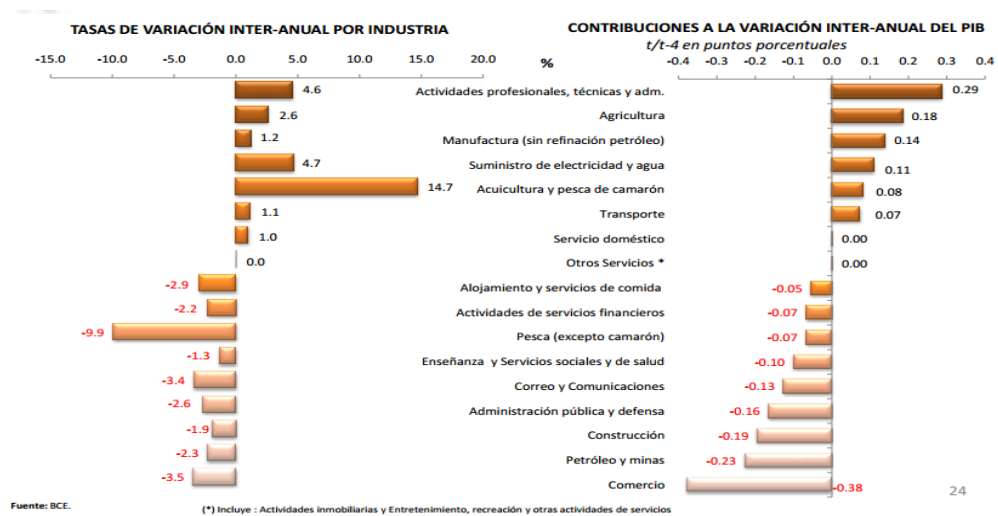
Según la tabla del indicador de inflación demuestra que en noviembre del 2014 estaba con el 3,76% y que ha disminuido en noviembre del 2015 con el 3.40% siendo así muy importante controlar el comportamiento de los precios por este

motivo se observó y se determinó que es una amenaza de intensidad media ya que varía mucho y no está estable.

2.1.2.1 PIB sectorial

(Schettino, 2003) Señala que:

La economía está formada por actividades muy diferentes. Así como hemos hablado del incremento en el valor agregado de toda la economía también podemos analizar cuales Actividades son las que producen este incremento y cuales se van contrayendo conforme se desarrolle el país. (pág. 144)



Fuente: Investigación propia
Gráfico 1PIB

Análisis.

Este indicador es una oportunidad de intensidad alta ya que tiene una variación mínima en cada periodo final en el cual ayuda para poder implementar la microempresa en el mercado, permitiendo medir el costo de adquisición de la materia prima a pasos de que se encuentre en negativo -0.05 la microempresa ayudara en una mínima parte al crecimiento del PIB.

2.1.2.2 Riesgo país

Según (Acosta, Gorfinkiel, Gudynas, & Lapitz, 2005) Menciona:

Se considera riesgo país al nivel de riesgo que implica la inversión e instrumentos emitidos por el gobierno de un país en un momento dado. A mayor riesgo de no poder recuperar la inversión que se desea llevar a cabo, mayor es la tasa de interés que se pretende obtener.



Gráfico 2 Riesgo País
Fuente: Banco Central

Análisis:

Este indicador mide la inversión de otros países por lo cual es una amenaza de intensidad media ya que en el 2015 estuvo con 1266 puntos lo que representa que no hay mayor inversión de la extranjera hacia el Ecuador ya que con inestabilidad del país no se arriesgan a invertir.

2.1.2.3 Tasa de interés

Acorde (Esquivel & Muñoz, 2007): "Es el rendimiento porcentual de un valor financiero como un bono o una acción. Cuando más alto es el precio de un activo financiero otros factores constantes menor es la tasa de interés". (pág. 283)

2.1.2.4 Tasa de interés activa

Conforme (Ortiz & Oscar, 2001): "Tasa activa de interés es la que representa el rendimiento que el usuario del crédito paga al intermediario por la utilización de los fondos". (págs. 127-128)

Tabla 2 Interés Activo

Tasas de Interés			
enero-2016			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.32	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.80	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.58	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	9.15	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	10.00	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.26	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.25	Consumo Ordinario*	17.30
Consumo Prioritario	16.10	Consumo Prioritario **	17.30
Educativo	7.14	Educativo **	9.50
Inmobiliario	10.88	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.96	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.25	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	22.13	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.14	Inversión Pública	9.33

Fuente: Inec

Análisis:

La tasa activa para pymes indica que tiene el 11,83% este indicador es una oportunidad de intensidad media ya que se puede acceder a un crédito para la microempresa, ya que en otras entidades financieras se encuentran el más alto porcentaje esto quiere decir que si hay entidades que le ayudan al pequeño emprendedor a salir adelante con las ideas de proyecto para el crecimiento del país.

2.1.2.5 Tasa pasiva

(Ortiz & Oscar, 2001) Indica: “Tasa pasiva de interés es la que representa el rendimiento que el intermediario paga a los propietarios del capital o fondos que se están prestando”. (pág. 127)

Tabla 3 Tasa Pasiva

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.62	Depósitos de Ahorro	1.21
Depósitos monetarios	0.56	Depósitos de Tarjetahabientes	1.24
Operaciones de Reporto	0.08		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.73	Plazo 121-180	6.20
Plazo 61-90	5.22	Plazo 181-360	6.79
Plazo 91-120	5.60	Plazo 361 y más	7.77
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 009-2010)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	5.62	Tasa Legal	9.15
Tasa Activa Referencial	9.15	Tasa Máxima Convencional	9.33

Fuente: Banco Central

Análisis:

Sería un favor si se invierte el dinero ya que se ganaría el 4,73% lo que representa una oportunidad de intensidad media ya que no se invertirá porque se trabajara con el mismo para la microempresa.

2.2 Factor social

Conforme (Romero & Pèrez, 2004): "El factor social está relacionado directamente con la variable del ingreso de los individuos, las variables que se refieren a la clase social diferente de país en país". (pág. 163)

2.2.1 CRECIMIENTO POBLACIONAL

¿CUÁNTOS SOMOS Y CUÁNTO HEMOS CRECIDO?

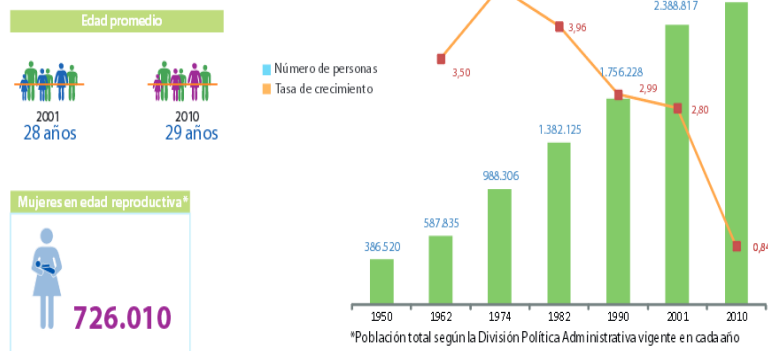


Gráfico 3 Crecimiento Poblacional
Censo del 2010

Parroquia de Puenbo	13593 habitantes
----------------------------	-------------------------

Fuente: Inec

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis

Es una oportunidad de intensidad media ya que la población ha crecido con 5488 habitantes ya que favorece al crecimiento económico del país

2.2.2 Población económicamente activa

Como (Sanchez, 2005): “La población económicamente activa comprende a las personas de 12 años y más de edad, que producen bienes y servicios”. (pág. 37)

Tabla 4 PEA

Nombre de la Parroquia	PEA	%
Puenbo	6.385	60,02

Fuente: INEC

Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis

Es una oportunidad ya que tiene el 60.02% de que en la parroquia de Puenbo tiene una población con trabajo.

2.2.3 Tasa desempleo

De acuerdo con (Fernandez, 2005) Menciona:

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

Tabla 5 Tasa de Desempleo

Nombre de la Parroquia	PEI	%
Puembo	4.253	39,98

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis

Este indicador muestra el desempleo que existe en Puembo con un 39,98% siendo una oportunidad ya que podre crear una fuente de trabajo y así bajar en una mínima parte la tasa de desempleo.

2.3 Factor legal

Requisitos:

Ruc.

- ❖ Cédula.
- ❖ Papeleta de votación.
- ❖ Planilla de servicios básico

Ministerio de Salud publica

- ❖ Cédula

- ❖ Formulario de solicitud
- ❖ Ruc
- ❖ Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- ❖ Comprobante de pago por Derecho de Funcionamiento.
- ❖ Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

Licencia Única para el ejercicio de Actividades Económicas.

- ❖ Formulario único de solicitud de licencia metropolitana para el ejercicio de actividades económicas.
- ❖ Ruc.
- ❖ Cédula y papeleta de votación.

Permiso de bomberos

- ❖ Ruc.
- ❖ Solicitud de inspección del local.
- ❖ Informe favorable de la inspección.

Patente Municipal

- ❖ Formulario de la inscripción en el registro de patentes municipales
- ❖ Original y copia de cedula y papeleta de votación del contribuyente
- ❖ Original y copia legible del ruc actualizado

2.4 Factor tecnológico

(Blomer, 2008) Dice: “Son los derivados de los avances científicos. Podemos destacar: los nuevos materiales, los productos o los procesos de producción; las mejoras en el transporte de las personas y mercancías; los avances en los medios informáticos y en las telecomunicaciones”. Pág. (12)

Factor tecnológico es una oportunidad de intensidad alta ya que en la actualidad va creciendo cada vez más de esta manera las empresas cuentan ya con maquinarias industriales, domésticas y también con herramientas informáticas lo cual va disminuyendo tiempos muertos y la producción es más rápida también es de gran ayuda para la publicidad ya que se utiliza los medios de comunicación y para realizar volantes y así hacer conocer a la empresa.

2.5 Entorno local

Según (Griffin R. W., 2011): “Las organizaciones tienden a enfocar su atención sobre sus entornos de tareas, estos entornos incluyen competidores, clientes proveedores, socios estratégicos. Aunque el entorno de tareas es complejo proporciona información útil con mayor facilidad”. (pág. 71)

2.5.1 Clientes

De acuerdo (Boubeta, 2006) :

El cliente es la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente. Constituye elemento fundamental por y para el cual se crean productos en la empresa. (pág. 3)

2.5.1.1 Clientes internos

Los clientes internos con que la microempresa que puede contar con un personal calificado como son los operarios, recepcionistas personal administrativo y personal de ventas los cuales son muy importantes para la microempresa ya que con ellos se pretenden producir y comercializar el producto de alta calidad obteniendo un buen desempeño laboral y de igual manera se pretende alcanzar con la microempresa.

2.5.1.2 Clientes externos

Los clientes externos son muy importantes ya que conforman la sociedad los cuales están relacionados con los supermercados y panaderías a los que se distribuirá el producto en el sector que se encuentren ubicados.

PODER DE NEGOCIACION

Establecer estrategias relacionar con el cliente satisfacer sus necesidades y expectativas que ellos esperan del producto ofreciéndoles promociones y descuentos para que así se motiven al adquirir el producto.

Análisis

Los clientes internos como externos es una oportunidad de intensidad alta ya que con ellos da la existencia y el futuro de la empresa para poder seguir creciendo en grande.

2.5.2 Proveedores

(Martínez, 2009) dice: “Empresa o persona que abastece mercancías o servicios necesarios al proceso productivo empresarial en forma corriente para su posterior venta o transformación”. Pág. 268

Cuadro 1 Proveedores Directos

Proveedores	Ubicación	Producto
Cristian Quishpe	Puellaro av. Pedro Suarez Y Luis Alonzo o -135	Aguacates
Sara Amaguaña	Puembo cesar mora pareja OE-123	Azúcar
Pasteurizadora	Pedro Pinto Guzmán 610y av. Napo Luluncoto quito	Leche
Luis Salas	Puembo calle 24 de mayo y Pichincha	Lactobacilos

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Mayra Collaguazo

Cuadro 2 Proveedores Indirectos

Proveedores	Ubicación	Producto
MANUPLAS S.A	10 de agosto y los eucaliptos	Frascos
IMPRESA G&M	6 Dic Y Shirys	Etiquetas
Reciclar CIA	José Andrade OE1 610 y Vicente duque	Cartones

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Mayra Collaguazo

PODER DE NEGOCIACION

Los proveedores son muy importante en la empresa ya que abastecen con la materia prima que se necesita para elaborar el yogurt y así brindar un buen servicio y producto de buena calidad apoyando con la estrategia de promociones, descuentos y formas de pago que la empresa requiere

Análisis

El proveedor es una oportunidad de intensidad alta para la microempresa ya que brinda la materia prima para poder producir el producto y comercializarlo ya que beneficia tanto a la microempresa como a los proveedores.

2.5.3 Competidores

Acorde (Sánchez, 2006) :

Es la capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral y no solamente de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes; estas son necesarias pero no suficientes por sí mismas, para un desempeño efectivo. (pág. 26)

Cuadro 3 Competidores Directos

Establecimiento	Producto
Toni	yogurts, leche, queso
Alpina	yogurts , avena
Cheveria	yogurts, queso, leche

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Mayra Collaguazo

Cuadro 4 Competidores Indirectos

Establecimiento	Producto
Bodegas	Línea de Lácteos y Yogurts
Supermaxi	Línea de Lácteos y Yogurts
Tía	Línea de Lácteos y Yogurts
Santa María	Línea de Lácteos y Yogurts

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Mayra Collaguazo

Ventajas competitivas

Estrategias o valor agregado que se le brindara a los clientes para cumplir sus necesidades y expectativas esperadas del producto de nuestra microempresa como:

- ❖ Brindar un producto de calidad
- ❖ Buena atención al cliente
- ❖ Dialogo entre el empleado y el cliente
- ❖ Motivación al cliente

Análisis

Observando los competidores directos e indirectos que tendrá la microempresa se podrá utilizarlas estrategias mencionadas ya que así se podrá llamar la atención del cliente esto es una amenaza de intensidad baja en el cual se tendrá que competir con el producto y precio ya que tiene una variedad de sabores de frutas.

2.6 ANALISIS INTERNO

(Rojas Graell & Beltran Codina, 2010) Dice; Análisis interno consiste en valorar todos los aspectos del funcionamiento interno de la empresa que pueden ayudar a determinar los objetivos del diagnóstico esto es, la determinación de las causas de la situación de la empresa. (pág. 202)

2.6.1 Propuesta estratégica

Incentivar a las personas brindando una buena atención con promociones que estén al alcance de su bolsillo para que consuma el yogurt a base de aguacate demostrándoles que tiene buenos beneficios para la salud y que así pueden mejorar su calidad de vida.

2.6.1.1 MISION

Acorde (Pardo, 2005)

La misión es de carácter socio-económico –cultural y su fórmula sujeta a la revisión periódica debe ser un concepto en sí misma, responder a la filosofía de la empresa, los clientes, usuarios los productos o servicios, las necesidades de la sociedad, la tecnología el interés por la supervivencia, el crecimiento y rentabilidad, el interés por los empleados y por una imagen pública. (pág. 3)

FORMULACION DE LA MISION

PRINCIPIOS	
Calidad del producto	Proporcionar las expectativas del cliente
Trabajo en equipo	Buen clima laboral ayudándonos unos a otros
Comunicación	Intercambiar información resolver problemas sin violencia
VALORES	
Responsabilidad	Compromiso en las actividades
Respeto	Un ambiente de cordialidad y seguridad respetar y ser respetado
Honestidad	Actuar con rectitud mediante la ética profesional
Lealtad	Cumplir los principios establecidos de la empresa
Trabajo en equipo	Desempeñar mejor nuestro trabajo con disciplina

Fuente: Investigación propia

Elaborador: Mayra Collaguazo

ELEMENTOS PARA DEFINIR LA MISIÓN	
Naturaleza dl negocio	Atención a nivel social
Razón de ser o existir	Brindar un producto innovador y de calidad
Mercado al que sirve	Distribuir a los supermercados y panaderías
Característica del servicio	Producto elaborado artesanalmente
Principios y valores	Responsabilidad ,respeto y puntualidad

Fuente: Investigación propia

Elaborador: Mayra Collaguazo

Yogurarte ofrece un producto innovador de yogurt a base de aguacate elaborado artesanalmente dedicado a nivel social y corporativo para distribuir a los supermercados y panaderías ofreciendo responsabilidad, respeto y puntualidad en el desempeño en el trabajo y así satisfacer a los clientes.

2.6.1.2 VISION

Conforme (Yates, 2008)

La visión es la capacidad de tender un puente entre lo que es que puede ser , como lograr que los retos se conviertan en oportunidades como conseguir que estos clientes queden satisfechos cuando algo sucede a nuestro alrededor parte de una idea en la que daremos forma y enriqueceremos los valores que hacen únicos a nuestras empresas o proyectos . (pág. 23)

FORMULACION DE LA VISION

PRINCIPIOS	
Calidad del producto	Proporcionar las expectativas del cliente
Trabajo en equipo	Buen clima laboral ayudándonos unos a otros
Comunicación	Intercambiar información resolver problemas sin violencia
VALORES	
Responsabilidad	Compromiso en las actividades
Respeto	Un ambiente de cordialidad y seguridad respetar y ser respetado
Honestidad	Actuar con rectitud mediante la ética profesional
Lealtad	Cumplir los principios establecidos de la empresa
Trabajo en equipo	Desempeñar mejor nuestro trabajo con disciplina

Fuente: investigación propia

Elaborador: Mayra Collaguazo

ELEMENTOS PARA DEFINIR LA VISIÓN	
Posición deseada en el mercado	Ser líder local sirviendo alimentos de calidad e innovador de yogurt a base de aguacate
Tiempo	5 Años
Mercado de la empresa	Quito norte en el sector de Puembo
Productos o servicio	Yogurt a base de aguacate
Principios y valores	Responsabilidad y trabajo en equipo

Fuente: Investigación propia

Elaborador: Mayra Collaguazo

Yogurarte Ser líder local para el año 2021 sirviendo alimentos de calidad e innovador de yogurt a base de aguacate siendo reconocida en el mercado , proporcionando las expectativas del cliente con responsabilidad y trabajo en equipo ubicado en quito norte en el sector de Puembo .

2.6.2 Objetivos

2.6.2.1 Objetivo general

Satisfacer a los clientes, crecer constantemente como empresa y profesionales, y así fomentar el cuidado del medio ambiente y cumplir con la calidad del producto que requiere el cliente.

2.6.2.2 Objetivos específicos

- ❖ Que el producto sea reconocido en el mercado.
- ❖ Ser líder local sirviendo un producto de calidad.
- ❖ Generar una buena rentabilidad y estabilidad de la empresa
- ❖ Capacitaciones a los empleados

2.6.2.3 Principios o valores

PRINCIPIOS:

Puntualidad: Cumplir con los compromisos y obligaciones asignadas en el tiempo determinado y respetando el tiempo de cada uno.

Trabajo en equipo: El trabajo en equipo se dará con todos los que conforman la empresa con la ayuda necesaria de unos a otros para que exista un buen clima laboral y desempeñar un producto de calidad satisfaciendo las necesidades del cliente.

Equidad: No existirán diferencias discriminatorias con ninguna persona ya que todos son iguales.

Compromiso: Cumplir con las normas que se establece en la empresa.

Comunicación: La comunicación es muy importante ya que se intercambiara información si existe algún problema se lo resolverá con respeto ya que ya que dialogando se entiende.

VALORES

RESPECTO: Desarrollar una conducta justa con los que conforman la empresa y los clientes, proveedores para respetar y ser respetados.

HONESTIDAD: Actuar con rectitud mediante la ética profesional con el mayor respeto a uno mismo.

SOLIDADRIDAD: trabajar en equipo con respeto, apoyar en lo que este en el alcance.

HUMILDAD: aceptando como son ya que todos tienen defectos y virtudes.

FUERZA: Es el valor la fuerza y la dedicación que pondrá alcanzar lo que se propone y cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

2.6.5 GESTION ADMINISTRATIVA

Según (Griffin R. W., 2011) Menciona: "La administración incluye cuatro actividades básicas planeación y toma de decisiones, organización, dirección y control." (pág. 8)

2.6. Planificación

De acuerdo con (Serrano & Matilla, 2011): “Se define un conjunto de acciones orientadas a un logro de un resultado claramente definido, siempre y cuando y cuando posea un alto nivel de certidumbre sobre la situación en que este”. (pág. 17)

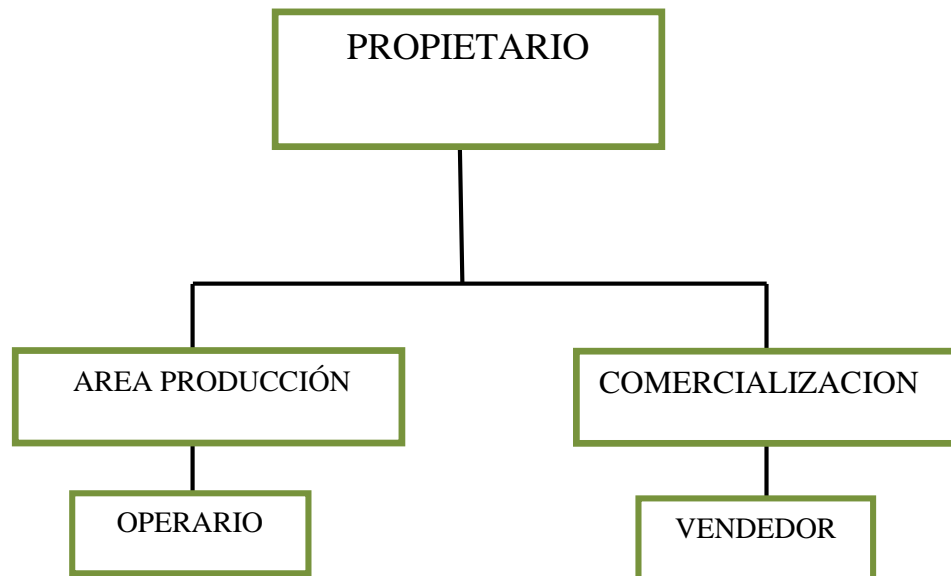
Tener una buena planificación en la microempresa ayudara a tener una buena rentabilidad y estabilidad utilizando estrategias y así cumpliendo los objetivos planteados.

2.6.4.2 Organización

Conforme (Yopo & Boris): “Es el arreglo del personal para facilitar el logro de ciertos propósitos pre establecidos a través de una adecuad ubicación de funciones y de responsabilidades”. (pág. 3)

La organización es de mucha de importancia para la microempresa ya que se influye el rendimiento laboral y el trabajo en equipo siguiendo procesos que leven acabo y así aportádonos que la microempresa crezca.

2.6.4.3 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Investigación propia
Elaborado: Mayra Collaguazo
Grafico 4 Organigrama

Perfil de puesto o cargo

CUADRO Perfil de puesto.....

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Actúa como representante legal de la empresa, es el encargado de establecer las políticas operativas, administrativas y de calidad de la empresa.	
Cargo:	Administrador general (Propietario)
	Accionistas
Número de Personas en el Cargo: 3	
Sueldo: \$450	FUNCIONES
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> Planificar, coordinar, controlar y organizar las actividades de la organización <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> Tener un liderazgo para la toma de decisiones. Trabajar en equipo. Tener un control de las funciones de cada área. Realizar informes sobre la gestión administrativa y financiera. Cumplir con todo lo establecido en la empresa. <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Es la responsabilidad en dirigir bien cada área de la microempresa. <p>Su responsabilidad se refleja en el liderazgo para q todos lleven a cabo con lo que se estableció sea políticas o normas.</p>	
Requisitos de Educación:	Graduado en Ingeniería o Tecnología en Administración de empresas.
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Mayra Collaguazo

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Encargado de ofrecer el producto y de negociar con el cliente	
Cargo:	Vendedor
	Accionistas
Número de Personas en el Cargo: vendedor	
Sueldo: \$366	FUNCIONES
<p>Función principal</p> <p>Atención del cliente</p> <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir las normas, leyes, reglamentos y políticas tanto internas como externas. • Tener paciencia con los clientes. • Convencimiento del producto que se va ofrecer. • Amabilidad con los clientes. <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es responsabilidad del vendedor es, determinar de negociar con los clientes. • Es el responsable de controlar la competencia 	
Requisitos de Educación:	Ser bachiller o tener 2 semestres en la universidad en la carrera de marketing
Requisitos de Experiencia	Un (2) año de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Mayra Collaguazo

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Operario
	Accionistas
Número de Personas en el Cargo: Operario	
Sueldo: \$366	FUNCIONES
<p>Función principal</p> <p>Tener un buen desempeño en el área de producción para que los productos sean de alta calidad.</p> <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Tener la información básica de los pedidos para poder producir ❖ Cuidar el aseo de la producción ❖ Tener un buen control ❖ Realizar informes de lo que se ha producido. ❖ Cumplir las normas, leyes, reglamentos y políticas tanto internas como externas. 	
Requisitos de Educación:	Tcnl. Administración industrial y producción
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Mayra Collaguazo

2.6.4.4 Control

(Griffin R. W., 2011) Menciona:

Fase final es el control o monitoreo del progreso de la organización hacia sus metas, mientras la organización se mueve hacia sus metas, los gerentes deben monitorear el progreso para asegurarse de que se desempeñe de forma que llegue a su destino en el tiempo asignado.(pág. 9)

El control en la microempresa es muy importante ya que ahí se verá el desempeño de cada uno que conforma la empresa y se observara si la producción está en correcta situación.

2.6.4.5 Dirección

Como (Calpe & Bedoya, 2009) : “Se interrelaciona con el pensamiento estratégico y el liderazgo, para construir un núcleo de principios de las ciencias de la dirección de organizaciones empresariales”. (pág. 19)

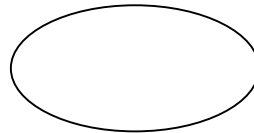
Con la dirección se podrá tener un buen liderazgo motivando al personal y trabajando en equipo para poder dirigir y tomar buenas decisiones que aporten a toda la microempresa

2.6.5 GESTIÓN OPERATIVA

2.6.5.1 Flujo grama de Procesos o de servicios

Simbología

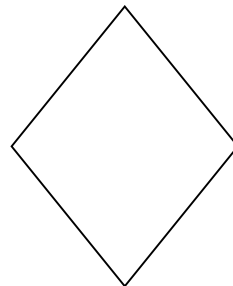
Puntos iniciales y finales



Paso o actividad



Decisión



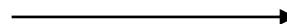
Documentación



Datos externos



Conectores



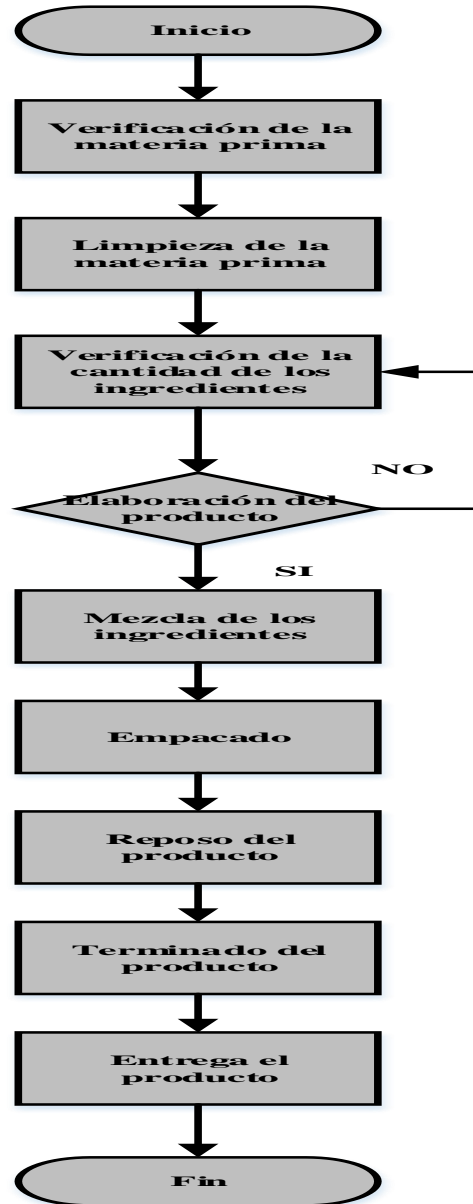


Grafico 5 Flujo grama de Producción
Fuente: investigación propia
Elaborado por: Mayra Collaguazo

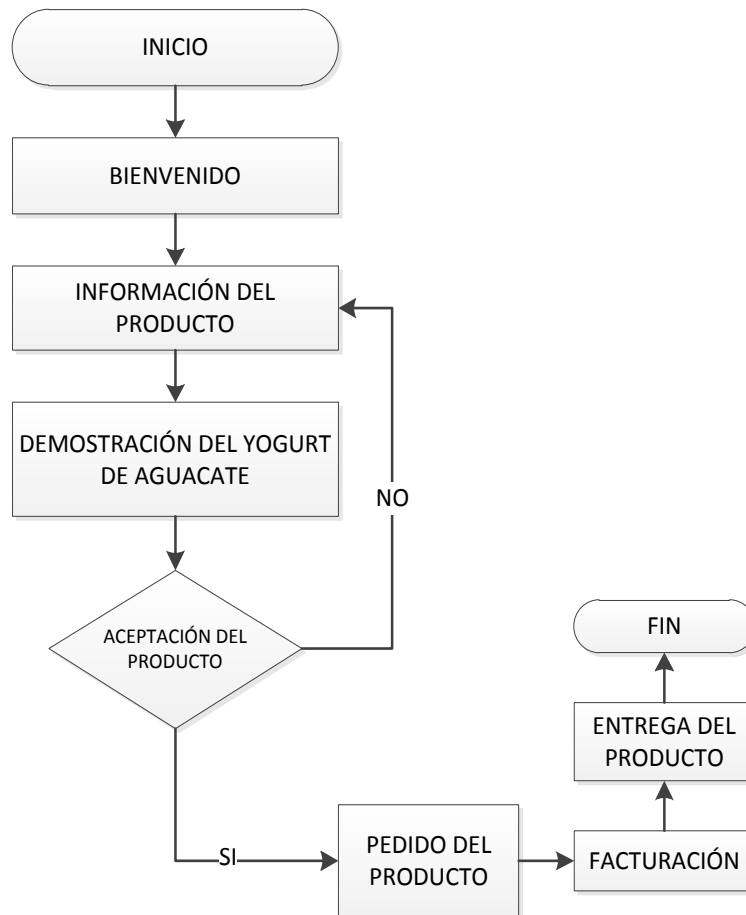


Grafico 6 Flujo grama de Servicio
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Mayra Collaguazo

2.6.6 GESTIÓN COMERCIAL

Producto

Yogurarte una empresa dedicada a la producción y comercialización de yogurt a base de aguacate, aportando así a la salud de los consumidores por los grandes beneficios nutritivos que poseen.



Fuente: google



Fuente: google

Precio.

El precio lo determinara de acuerdo a los litros que sea envasado el producto para la venta manteniendo como lineamiento precios económicos.

Plaza.

Yogurarte está ubicada en el sector de Puembo Calle 24 de Mayo y pasaje Víctor Gualpa, los mayores clientes serán los supermercados y panaderías, ya que aquí adquieren con mayor accesibilidad nuestro producto.

Promoción.

Se ofrecerá varias promociones teniendo en cuenta la frecuencia de consumo.

2.6.7 Logotipo



Grafico 7 Logotipo

Significado de los colores:

Verde: Ecología , Salud

Blanco: Seguridad, pureza y limpieza

Rojo: Energía vitalidad, poder, fuerza, valor

Azul: Representa la Lealtad, la Confianza, la Sabiduría, la Inteligencia, la Fe, la Verdad y el cielo eterno.

Gris: Implica seguridad, madurez y fiabilidad.

Marrón: Estabilidad, Protección y Seguridad

2.6.8 Slogan:

“El sabor que impresionara
en tu paladar”

2.6.9 PAPELERÍA CORPORATIVA

HOJA MEMBRETADA



 Mayra Collaguazo
 mayforever_28@live.com
 098-405-9370
 2-390-364
 Puembo Calle 24 de Mayo
Pasaje Victor Gualpa



TARJETAS



SOBRE



MATERIAL POP



Grafico 8 Material POP
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Mayra Collaguazo

2.7 ANALISIS FODA

Conforme (Alimentacion, 2007): “El análisis FODA es un instrumento de planificación estratégica que se puede utilizar para identificar y evaluar las fortalezas y debilidades de la organización (factores internos), así como las oportunidades y amenazas (factores externos)”. (pág. 139):

El análisis FODA es muy importante para la microempresa ya que ayuda a identificar las fortalezas debilidades oportunidades y amenazas en las que se encuentren y así se observa las posibilidades de implementar la microempresa

Tabla 6 Oportunidades y Amenazas

INDICADORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
FACTOR ECONOMICO						
INFLACION					X	
TASA DE INTERES		X				
PIB	X					
RIESGO PAIS					X	
FACTOR SOCIAL						
CRECIMIENTO POBLACIONAL		X				
PEA	X					
DESEMPLEO		X				
FACTOR LEGAL	X					
FACTOR TECNOLOGICO	X					
ENTORNO LOCAL						
CLIENTES	X					
PROVEEDORES		X				
COMPETENCIA		X				
TOTAL	5	5			2	

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis

En la tabla se observa que en oportunidades de intensidad alta tiene la calificación 5 y en oportunidades medias tiene 5 y en amenazas tiene intensidad media 2 siendo favorable para la microempresa ya que tiene más oportunidades que amenazas.

Tabla 7 Fortalezas y Debilidades

INDICADORES	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
GESTION ADMINISTRATIVA		X				
GESTION OPERATIVA		X				
GESTION COMERCIAL						
PRODUCTO	X					
PRECIO					X	
PROMOCIONES		X				
PLAZA	X					
TOTAL	2	3			1	

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis:

En la tabla se encuentra 2 fortalezas de intensidad alta y 3 de intensidad media y solo 2 debilidades de intensidad media demostrando que existe máxima s fortalezas.

Conforme a los resultados del análisis FODA se pudo determinar que el proyecto es viable ya que así se puede mejor la calidad de vida y disminuir el desempleo así ayudando a la economía del país.

CAPITULO III

3 Estudio de Mercado

Según (Social, 2001) Menciona:

El estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha un determinado programa de producción de bienes o servicios en u cierto periodo. (pág. 72)

3.1 Análisis de Consumidor

Conforme (Tejada, 2006): “El análisis del consumidor se centra en recopilar información sobre el mercado objetivo con el fin de lograr un perfil del consumidor basados en factores demográficos, en factores de comportamiento como actitudes preferencias, conducta de compra motivaciones”. (pág. 138)

Objetivo del estudio de mercado

Alcanzar este estudio de mercado en el sector en que se debe instalar el producto de acuerdo a las características que posee y observando cual va hacer la competencia.

Objetivos específicos del estudio de mercado

- ❖ Determinar el mercado objetivo.
- ❖ Analizar la oferta, demanda y demanda insatisfecha.
- ❖ Establecer la viabilidad del proyecto.
- ❖ Determinar la ubicación de la microempresa que se adapte para los clientes.

3.2 Segmentación del Mercado

Según (Análisis de Mercado, 2008): “Es un grupo amplio e identificable dentro de un determinado mercado que se caracteriza por tener en común los mismo deseos, poder adquisitivo, localización geográfica o, actitud y hábitos frente a la compra”. (pág. 62)

CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS	CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	CARACTERÍSTICAS CONDUCTUALES
Provincia: Pichincha Cantón: Quito Localidad: Puembo calle 24 de Mayo	Género: Indistinto Población : PEA Nacionalidad: Indistinto Nivel Socio Económico: Medio Alto, Medio Bajo	expectativas valores Preferencias de consumir el yogurt de aguacate.

Cuadro 5 Segmentación del Mercado
Fuente: estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

3.3 Determinación de la población y muestra

3.3.1 Población

(Pérez, 2004) Menciona: “Es el conjunto de elementos que cumplen unas determinadas características, y que van a ser objeto de un estudio estadístico, también recibe el nombre de universo”. (pág. 249)

TAMAÑO DEL UNIVERSO

Tabla 8 Tamaño del Universo

UNIVERSO	Nº
POBLACION DE QUITO PROYECCION 2015	2.551.721
POBLACION DE PUEMBO	13593
PEA DE PUEMBO	6385

Fuente: Inec
Elaborado por: Mayra Collaguazo

3.3.2 Muestra

Según (Vivanco, 2005): “corresponde a una colección de unidades seleccionadas de una población con el fin de estimular valores que caracteriza a la población”. (pág. 24)

FORMULACION DE LA MUESTRA

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

NOMENCLATURA: N= TAMAÑO DE LA MUESTRA

N=POBLACION O UNIVERSO

P= POSIBILIDAD DE ÉXITO (50%)

Q= POSIBILIDAD DE FRACASO (50%)

E²= MARGEN DE ERROR (5%)²

Z²=NIVEL DE CONFIANZA (1.96)²

DESARROLLO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{13593 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot 1,96^2}{(13593 - 1)0,05^2 + 0,50 \cdot 0,50 \cdot 1,96^2} = 373$$

3.4 Técnicas de la obtencion de la informacion

- ❖ ENCUESTAS
- ❖ ENTREVISTAS
- ❖ CUESTIONARIOS
- ❖ OBSERVACIONES

Para la obtención de la información que se necesita en el estudio de mercado de la microempresa yogurarte será las encuestas ya que son fácil de analizar e interpretar la información obtenida.

3.5 Encuesta:

Según (Abascal & Esteban, 2005) “Se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo coherente y articulado de preguntas que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos”. (pág. 14)

3.5.1 Modelo de la encuesta

ENCUESTA

Yo Mayra Collaguazo estudiante del ITSCO de la carrera Adm Banca y Finanzas me encuentro realizando un estudio de factibilidad para implementar una microempresa por este motivo estoy desarrollando esta encuesta para poder analizar la oferta y demanda del proyecto.

DATOS GENERALES

Género: M...F....

Edad:

15-25		26-35		36-45		46-....	
-------	--	-------	--	-------	--	---------	--

Actividad económica si... no... Sueldo \$.....

1. ¿A usted le gusta el aguacate?

SI		NO	
----	--	----	--

2. ¿Con que frecuencia consume el aguacate?

	DIARIO
	2-3VECES ALA SEMANA
	1VEZ ALA SEMANA
	CADA 15 DIAS
	1 VEZ ALA SEMANA

3. ¿A Ud. le gusta el yogurt?

SI		NO	
----	--	----	--

4. ¿Con que frecuencia consume yogurt?

	DIARIO
	2-3 VECES ALA SEMANA
	1 VEZ ALA SEMANA
	1 VEZ AL MES
	NUNCA

5. Conoce usted alguna microempresa que elabore yogurt de aguacate?

SI		NO	
----	--	----	--

6. Estaría dispuesto a probar un yogurt que sea a base aguacate

SI		NO	
----	--	----	--

7. Le gustaría a usted que se implemente una micro empresa que elabore y comercialice yogurt de aguacate

SI		NO	
----	--	----	--

8. Cuanto estaría dispuesto a pagar por un yogurt de aguacate de 200 g

	0,70 CTVS
	0,75CTVS
	MAS DE 0,75CTVS

9. ¿Qué marca de yogurt consume más?

	TONY
	ALPINA
	REGENERY
	MIRAFLORES
	OTROS

10. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el yogurt de aguacate?

	SUPERMERCADOS
	PANADERIAS
	TIENDAS



11. ¿Por qué medio le gustaría enterarse del yogurt de aguacate?

<input type="checkbox"/>	FACEBOOK CORPORATIVO
<input type="checkbox"/>	WEB
<input type="checkbox"/>	HOJAS VOLANTES
<input type="checkbox"/>	AMIGOS – FAMILIA

12. Al momento de adquirir yogurt que características usted observa

<input type="checkbox"/>	CALIDAD
<input type="checkbox"/>	PRECIO
<input type="checkbox"/>	TAMAÑO

13. Esta usted satisfecho con el producto (yogurt) que ofrece la competencia u otras empresas

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

14. ¿En qué presentación le gustaría adquirir el producto?

<input type="checkbox"/>	ENVASE TETREPACK
<input type="checkbox"/>	ENVASE DE VIDRIO
<input type="checkbox"/>	ENVASE DE PLASTICO

3.6 Analisis de la informacion

3.6.1 Datos generales

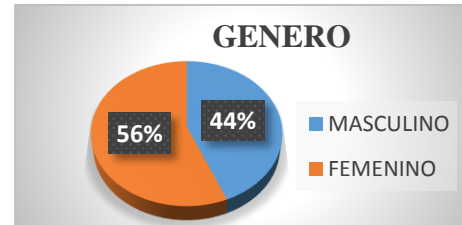
Tabla 9 Género

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	163	44%
Femenino	210	56%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Grafico 9 Género



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis

Mediante la encuesta realizada en el sector de Puembo se observa que el 44% fue masculino y el 56 % femenino que realizo la encuesta siendo así que el género femenino fue encuestado más que el masculino.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
15-26	157	42
26-35	128	34
36-45	56	15
46-....	32	9
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

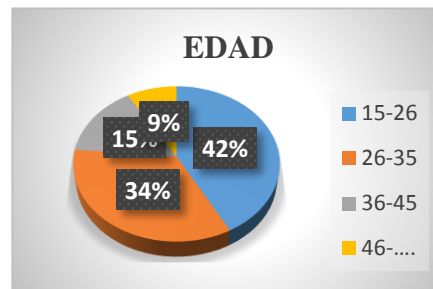


Gráfico 10 Edad
Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se determinó que en la edad de 15-26 años fueron los que más se les encuestó siendo así da un resultado del 42 % y de 26-35 un 34%, de 36-45 con un 15 % y de 45 en adelante con un 9%

Actividad Económica

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	283	76%
NO	90	24%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo



Gráfico 11 Actividad Económica
Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se observa que en la actividad económica hay un 76% de los encuestados en la parroquia de Puenbo mientras que el 24% de encuestados contestaron que no tienen actividad económica por el momento.

3.6.2 Desarrollo de las preguntas

1. ¿A usted le gusta el aguacate?

Pregunta 1

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	355	95%
NO	18	5%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo

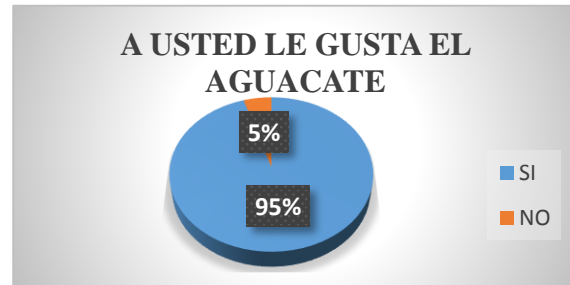


Gráfico 12 A usted le gusta el aguacate

Fuente: Estudio de Mercado

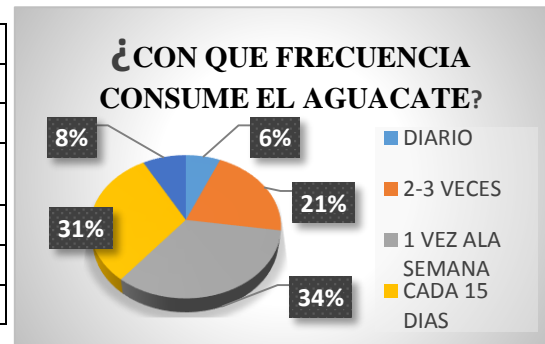
Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis:

Mediante la pregunta uno se interpretó en la pregunta uno de las encuesta realizadas que el 95% le gusta el aguacate siendo esto positivo para la implementación de yogurt a base de aguacate y un 5% que no le gusta el aguacate.

2. ¿Con que frecuencia consume el aguacate?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
DIARIO	24	6%
2-3 VECES	78	21%
1 VEZ ALA SEMANA	125	34%
CADA 15 DIAS	116	31%
1 VEZ AL MES	30	8%
TOTAL	373	100%



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Gráfico 13 ¿con que frecuencia consume aguacate?

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis

Se observa en la pregunta 2 que el 34% consumen el aguacate 1 vez por semana 2-3 veces a la semana con un 21%, mientras que 31%, cada 15 días, el 6% y el 8%.siendo así positivo para la microempresa ya que se observa que las personas si consumen aguacate esto favorece para implementare yogurt será de aguacate.

3. ¿A Ud. le gusta el yogurt?

Tabla 15 pregunta 3

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	362	97%
NO	11	3%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo



Gráfico 14 A usted le gusta el yogurt

Fuente: Estudio de Mercado

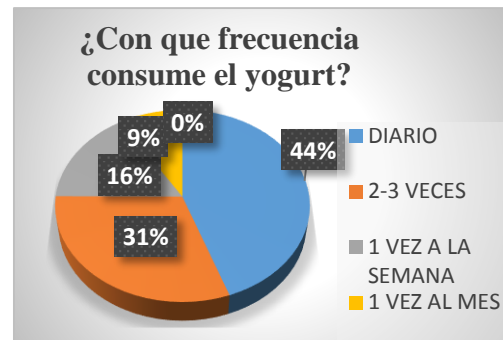
Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se determina en la pregunta 3 que el 97% de los encuestados les gusta el yogurt siendo positivo para la microempresa ya que es el porcentaje muy alto y que solo tiene el 3% que bajo de que no les gusta el yogurt.

4. ¿Con que frecuencia consume yogurt?

DIARIO	166	44%
2-3 VECES	114	31%
1 VEZ A LA SEMANA	60	16%
1 VEZ AL MES	33	9%
NUNCA	0	0%
TOTAL	373	100%



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Gráfico 15 ¿Con que frecuencia consume yogurt?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se interpreta en la pregunta 4 que el 41% de encuestados consume yogurt a diario siendo positivo para microempresa de yogurt y un 31% 2-3 veces a la semana siendo así el yogurt se comercializara muy bien ya que todos consumen a diario 2-3 veces a la semana .

5. ¿Conoce usted alguna microempresa que elabore yogurt de aguacate?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	373	100%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

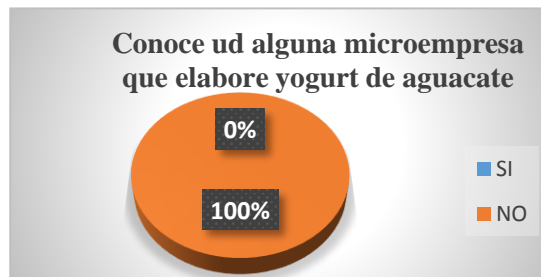


Gráfico 16 ¿empresas que elaboren yogurt de aguacate?

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se observa en la pregunta 5 que el 100% no conoce que alguna empresa elabore yogurt a base de aguacate siendo así positivo ya que si no existe la microempresa que se implementara será la 1era en el mercado.

6. Estaría dispuesto a probar un yogurt que sea a base aguacate

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	333	89%
NO	40	11%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

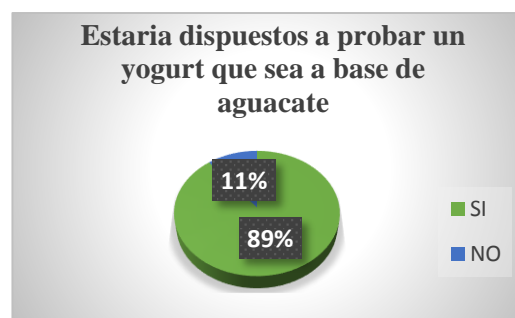


Grafico 17 Estaría dispuesto a probar un yogurt de aguacate

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se interpreta en la pregunta 6 que el 89% de los encuestados, si estarían dispuestos a probar el yogurt de aguacate siendo positivo y el 11% no les gustaría.

7. Le gustaría a usted que se implemente una micro empresa que elabore y comercialice yogurt de aguacate

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	333	89%
NO	40	11%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo

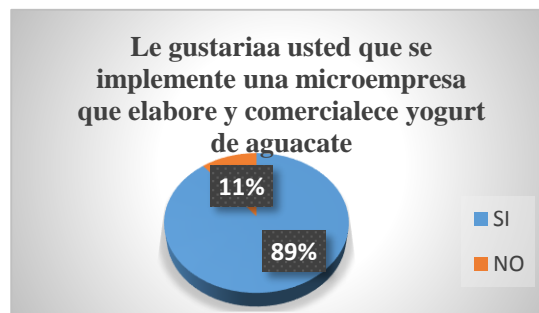


Grafico 18 Le gustaría una microempresa de yogurt de aguacate

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se entiende en la pregunta 7 que el 89% de encuestados les gustaría que se implemente una microempresa de yogurt a base de aguacate así favorece a la implementar del yogurt de aguacate en el mercado ya que las personas si desean adquirirlo.

8. Cuanto estaría dispuesto a pagar por un yogurt de aguacate de 200 g

Detalle	Frecuencia	Porcentajes
0,65-0,75	101	26%
0,75-0,85	242	65%
0,85-0,95	30	9%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

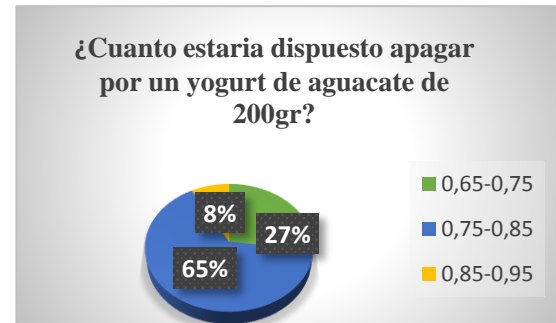


Grafico 19 Cuanto estaría dispuesto a pagar por un yogurt de aguacate
Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se aprecia en la pregunta 8 que el 65% las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar por un yogurt de aguacate de 200gr de 0,75 a 0,80ctvs.

9. ¿Qué marca de yogurt consume más?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
TONNY	131	35%
ALPINA	77	21%
REGENERY	88	24%
MIRAFLORES	38	10%
OTROS	39	10%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

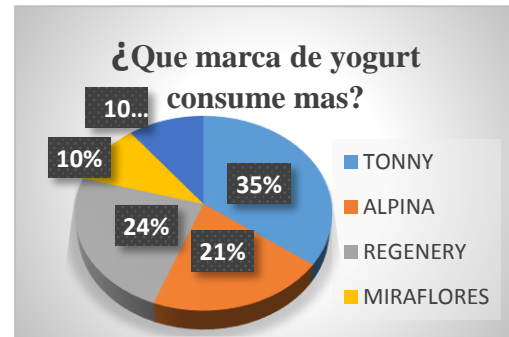


Grafico 20 Que marca de yogurt consume mas
 Fuente: Estudio de Mercado
 Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis:

Mediante los resultados de la encuesta en la pregunta 9 se observa un 35% que las personas consumen el yogurt Toni ,21% alpina, 24% regenery.10% Miraflores y un 10% de otro tipo de marca de yogures

10. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el yogurt de aguacate?

Detalle	Frecuencia	Porcentajes
SUPERMERCADOS	147	40%
PANADERIAS	124	33%
TIENDAS	102	27%
TOTAL	373	100%



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis:

Mediante los resultados obtenidos se observa un 40% que las personas desean adquirir el yogurt de aguacate en los supermercados de ahí un 33% en las panaderías y 27% en las tiendas siendo así que mayor 5 tiene el supermercado que las personas desean encontrar ahí el yogurt de aguacate.

11. ¿Por qué medio le gustaría enterarse del yogurt de aguacate?

Detalle	Frecuencia	Porcentajes
FACEBOOK CORPORATIVO	157	42%
WEB	128	34%
HOJAS VOLANTES	65	18%
AMIGOS-FAMILIA	23	6%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo



Grafico 21 Porque medio le gustaría enterarse del yogurt de aguacate

Fuente: Estudio de Merca

Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se entiende en la pregunta 11 un 42% que las personas desean por facebook corporativo ,en web 34% hojas volantes 18% y por amigos o familia un 8% siendo positivo ya que por facebook y web será mejor ya que ahí conocerán de los beneficios que posee.

12. Al momento de adquirir yogurt que características usted observa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	168	45%
Precio	130	35%
Tamaño	75	20%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

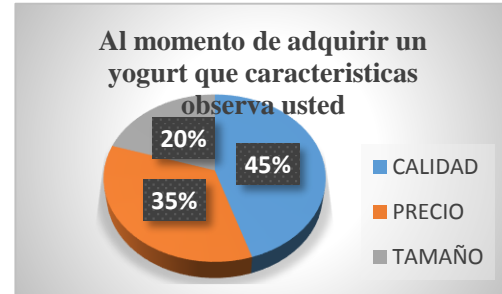


Grafico 22 ¿Qué características observa al adquirir un yogurt?

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se aprecia en la pregunta 12 los resultados de un 45% que las personas al momento de adquirir un yogurt se fijan en la calidad del producto, 35% el precio y el 20% por el tamaño que posee siendo así positivo ya que la microempresa de yogurt de aguacate será de calidad.

13. Esta usted satisfecho con el producto (yogurt) que ofrece la competencia u otras empresas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	157	42%
NO	216	58%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo



Grafico 23 Se siente satisfecho con los productos que ofrece la competencia
Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se interpreta en la pregunta 13 que los resultados de un 45% que las personas al momento de adquirir un yogurt se fijan en la calidad del producto, 35% el precio y el 20% por el tamaño que posee siendo así positivo ya que la microempresa de yogurt de aguacate será de calidad.

14. En qué presentación le gustaría adquirir el producto?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
ENVASE DE TETRAPACK	144	39%
ENVASE DE VIDRIO	47	12%
ENVASE DE PLASTICO	182	49%
TOTAL	373	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo

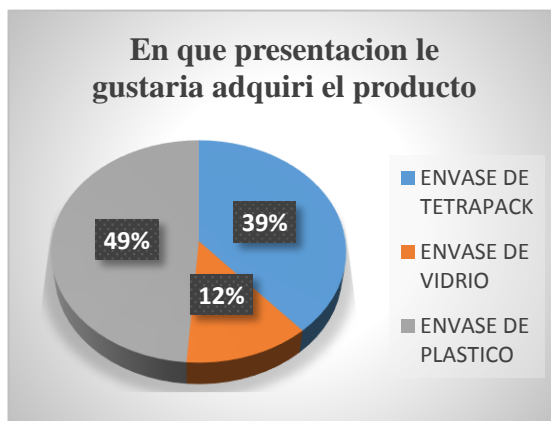


Gráfico 24 Que presentación le gustaría adquirir el yogurt

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se observa en la pregunta 14 un 49% que las personas les gustaría que el producto este en un envase de plástico de ahí le sigue 39% que sea de envase de tetra pack y el 14% que sea un envase de vidrio siendo así el yogurt de aguacate se envasara en plástico.

3.7 Oferta

Según (Castaño, 2005) Menciona: "Cantidad máxima de bienes y servicios que el productor está dispuesto a vender en el mercado a un precio dado por unidad de tiempo. Cuanto mayor sea el precio del mercado mayor será la cantidad de bienes y servicios". (pág. 54)

3.7.1 Oferta histórica

Para el proyecto la oferta histórica no hay ya que es un producto nuevo por lo cual no hay datos estadísticos.

3.7.2 Oferta actual

(Tovar, 2000) Dice: "Los factores que limitan o favorecen el aumento o disminución de la oferta en el mercado". (pág. 32)

3.2.02.01 Calculo de la oferta actual

Tabla 10 Oferta Actual

OFERTA ACTUAL			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta proyectada
2016	\$ 41.519,55	0,4200	\$ 17.438,21

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo

3.7.3 Oferta proyectada

Conforme (Miranda, 2005) : “La oferta proyectada periodo por periodo nos permite hacer una primera estimulación de la demanda insatisfecha”. (pág. 102)

Tabla 11 Proyección de la Oferta

Proyección de la Oferta				
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada	
2017	\$ 42.092,52	0,4200	17.678,86	
2018	\$ 42.673,39	0,4200	17.922,83	
2019	\$ 43.262,29	0,4200	18.170,16	
2020	\$ 43.859,31	0,4200	18.420,91	
2021	\$ 44.464,56	0,4200	18.675,12	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se determina en la tabla 27 de proyección de la oferta que en año 2017 la oferta es 17.678.86 y para el año 2021 la oferta será de 18.675.12 demostrando una oferta de proyección buena para la microempresa que no será perjudicada.

3.8 Demanda

(Castaño, 2005) “Cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos están dispuestos a adquirirlo ha determinado precio por unidad de tiempo”.

(pág. 54)

Tabla 12 Demanda Actual

Población (PEA) Parroquia		13.593
Porcentaje de Aceptación		89,00%
13.593	* 89,00%	12.098

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Población que acepta del producto		12.098
Frecuencia diario de consumo (% más alto)		44,00%
12.098	* 44,00%	5.323

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Demanda en dólares actual

Tabla 13 Demanda en Dólares

Compras del producto	5.323	
Porcentaje más alto	65,00%	
Pago por servicio \$ 0,75 - 0,85		
$\frac{0,75 + 0,85}{2}$ 0,80 promedio		
5,323*65%	3.459,96	Vta., mensual
3,459,96*12	41.519,55	Vta. Anual
41,519,55/52	798,45	Vta. Semanales

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Mayra Collaguazo

3.8.1 Demanda histórica

No hay datos estadísticos de producto ya que recién se va a introducir en el mercado competitivo.

3.8.2 Demanda Actual

(Dvoskin, 2004) Menciona: "La demanda actual implica cuantifica la demanda existente, hemos definido como la suma de la demanda atendida y la demanda efectivamente atendida". (pág. 90)

Tabla 14 Demanda Actual

DEMANDA ACTUAL			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2016	\$ 41.519,55	1	\$ 41.519,55

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se observa que la demanda actual es de 41519,55 siendo así que los clientes si desean adquirir el producto que es el yogurt de aguacate siendo positivo ya que se podrá implementar en el mercado

3.8.3 Demanda proyectada

Tabla 15 Demanda Proyectada

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2017	\$ 41.519,55	1,0138	\$ 42.092,52
2018	\$ 42.092,52	1,0138	\$ 42.673,39
2019	\$ 42.673,39	1,0138	\$ 43.262,29
2020	\$ 43.262,29	1,0138	\$ 43.859,31
2021	\$ 43.859,31	1,0138	\$ 44.464,56

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se determina una demanda proyectada del 2016 al 2021 de 42092,52 siendo favorable ya que las personas necesitan adquirir el producto de yogurt de aguacate que este en el mercado.

3.9 Balance Oferta-Demanda

Según el (Supuerior, 2003) Menciona: “La comparación entre oferta y demanda por tanto implica para cada periodo seis posibilidades de balance o saldo dos de oferta por tres de demanda”. (pág. 194)

3.9.1 Balance Actual

Tabla 16 Balance Actual

BALANCE ACTUAL DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2016	\$ 41.519,55	\$ 17.438,21	\$ 24.081,34

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se observa que existe una demanda insatisfecha al año 2016 al año 2020 con 24.081,34 siendo así que el producto entre al mercado para que así adquieran el producto y se sientan satisfechos a sus necesidades.

3.9.2 BALANCE PROYECTADO

Tabla 17 Balance Proyectado

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2017	42.092,52	17.678,86	24.413,66
2018	42.673,39	17.922,83	24.750,57
2019	43.262,29	18.170,16	25.092,13
2020	43.859,31	18.420,91	25.438,40
2021	44.464,56	18.675,12	25.789,45

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mayra Collaguazo

CAPITULO IV

4 ESTUDIO TECNICO

Según (ILPES, 2011) Menciona:

Lo sustantivo en la formulación de proyectos es llegar a diseñar la función de producción óptima que mejor utilice recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o servicio. El resto de la metodología corresponde a las técnicas e instrumentos necesarios para este fin y especialmente para poder medir el grado de adecuación de esa función de producción un predeterminado conjunto de criterios. (pág. 91)

4.1 Tamaño del proyecto

Conforme (ILPES, 2011): “Se mide por su capacidad de producción bienes o de prestación de servicios definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa.” (pág. 92)

4.1.1 Capacidad instalada

Según (Sanchez, 2006) Menciona: “Es el conjunto de recursos productivos que dispone la empresa y que pueden ser utilizadas para producir.” (pág. 657)

Tabla 18 Capacidad Instalada

AREA	DIMENSIONES	TOTAL M ²
AREA DE ADMINISTRACION	3*3m ²	9m ²
RECEPCION	3*1m ²	3m ²
BAÑO DE ADMINISTRACION	1.44*1.44m ²	2.07m ²
AREA DE PRODUCCION	5*5m ²	25m ²
BAÑO DE PRODUCCION	1.44*1.44m ²	2.07m ²
AREA DE VENTAS	3*4m ²	12m ²
BODEGA	3*4m ²	12m ²
PARQUEADERO	12.50*2	25m ²
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA		90.14M²

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Observando el cuadro de la capacidad instalada en el cual se encuentran las áreas de la microempresa se asignó los m² que requiere cada área siendo así dio un total de 90.14m².

4.1.2 Capacidad óptima

Tabla 19 Capacidad Optima

AREA	DIMENSIONES	TOTAL M ²
AREA DE ADMINISTRACION	3*3M ²	9M ²
RECEPCION	3*1M ²	3M ²
AREA DE PRODUCCION	5*5M ²	25M ²
AREA DE VENTAS	3*4M ²	12M ²
BODEGA	3*4M ²	12M ²
TOTAL CAPACIDAD OPTIMA		61M²

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Observando el cuadro de la capacidad optima en el cual se encuentran las áreas importantes de la microempresa según lo que requiere cada área para su correcto uso de la realización del producto así contando con una área optima de 61m².

4.2 Localización

(ILPES, 2011) Menciona: “Se refiere tanto a la macro localización como al micro localización de la nueva unidad de producción llegando hasta la definición precisa de su ubicación en una ciudad o zona rural”. (pág. 94)

4.2.1 Macro localización

Conforme (ILPES, 2011) Menciona:

La ubicación en su país o en una región en el subespacio urbano o en el subespacio rural, debe también justificarse en la presentación del proyecto mostrándose en ambos casos las consecuencias de las alternativas consideradas en términos de costos de inversión y de operación y de costos sociales. (pág. 94)

Cuadro 6 Macro localización

MACROLOCALIZACION	
PAIS	ECUADOR
PROVINCIA	PICHINCHA
CANTON	QUITO
PARROQUIA	PUEMBO
LOCALIDAD	BARRIO 24 DE MAYO PSJE VICTOR GUALPA

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Mayra Collaguazo



Grafico 25 Mapa de Quito
Fuente: google maps

4.2.2 Micro localización

(Orozco, 2013) Menciona:

Abarca la investigación y comparación del costo y un estudio de costos para cada alternativa se debe indicar el proyecto en un plano de la ciudad considerando las variables mencionadas anteriormente en un detalle (costos de terreno, facilidad de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales etc.). (pág. 25)

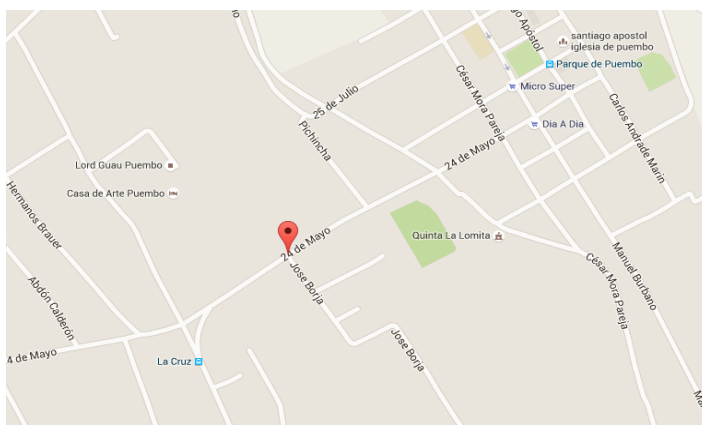


Grafico 26 Mapa del sector de Puembo
Fuente: google maps

4.2.3 Localización óptima

(Serrano, 2002) Dice: “La localización óptima de las empresas es a partir de los análisis de transporte de las materias primas y los bienes intermedios y de los costes de mano de obra”. (pág. 151)

Tabla 20 Localización

Factores Relevantes	Peso Asignado	PUEMBO		PINTAG		OTON	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Costo de Arriendo	0,15	7	1,05	4	0,6	3	0,45
Cercanía del cliente	0,1	8	0,8	5	1,25	4	1
Cercanía Proveedores	0,1	8	0,8	5	0,5	7	0,7
Seguridad	0,15	9	1,35	4	0,6	5	0,75
Servicios Basicos	0,2	10	2	10	2	8	1,6
Mano de obra disponible	0,1	7	0,7	9	0,9	8	0,8
Costo de vida	0,1	9	0,9	5	0,5	7	0,7
Trasporte	0,1	7	0,7	5	0,5	5	0,5
TOTAL	1		8,3		6,85		6,5

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado Por: Mayra Collaguazo

Análisis

Mediante el la tabla de localización óptima realizada se determinó que la localización de Puenbo tiene una calificación alta con 8,3 siendo positiva para poder localizar ahí la microempresa de yogurt de aguacate ya que los factores relevantes están cercanos en el sector de Puenbo.

4.3 Ingeniería del proyecto

Conforme (Orozco, 2013) Menciona:

Un mismo producto puede producirse de muchas maneras diferentes desde el extremo de un proceso manual hasta otro totalmente automatizado. Durante la etapa de perfil no se suele definir la tecnología óptima sin embargo durante la formulación debe considerarse este problema de manera tal que la definición cancele del proyecto en su etapa de factibilidad se realice teniendo certeza que la tecnología adaptado en los análisis de precios de factibilidad sea óptima. (pág. 26)

4.3.1 Definición del producto y servicio

SERVICIO

(Grande, 2014) Menciona: “Es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra . es esencialmente intangible y no se puede poseer . su producción no tiene por que ligarse necesariamente a un producto”. (págs. 2-16)

PRODUCTO

Según (Grande, 2014) Dice: “ Un producto es algo que se puede ofrecer al mercado para ser adquirido , usado o consumido , para satisfacer un deseo o una necesidad”. (págs. 2-16)

El yogurt a base de aguacate se elabora para mejorar la calidad alimenticia de la sociedad ya que el yogurt como el aguacate tienen beneficios muy importantes como mejorar el sistema nervioso , etc para la salud de las personas es por esto que se implementara en el mercado.

4.4 Distribución de la planta

conforme (García, 2008) Menciona :

Consistirá en la ordenación física (donde) los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa en la distribución del área (cuanto) en la determinación de las figuras formas (como) relativas y ubicación de los distintos departamentos. (pág. 179)

Tabla 21 Distribución de la Planta

AREA	DIMENSIONES	TOTAL M ²
AREA DE ADMINISTRACION	3*3m ²	9m ²
RECEPCION	3*1m ²	3m ²
BAÑO DE ADMINISTRACION	1.44*1.44m ²	2.07m ²
AREA DE PRODUCCION	5*5m ²	25m ²
BAÑO DE PRODUCCION	1.44*1.44m ²	2.07m ²
AREA DE VENTAS	3*4m ²	12m ²
BODEGA	3*4m ²	12m ²
PARQUEADERO	12.50*2m ²	25m ²
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA		90.14m²

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Collaguazo

CODIGO DE CERCANIA

RAZONES	
1	POR CONTROL
2	POR HIGIENE
3	POR PROCESO
4	POR CONVENIENCIA
5	POR SEGURIDAD

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Mayra Collaguazo

RAZONES DE CERCANIA

RAZON DE CERCANIA	
A	ABSOLUTAMENTE NECESARIO
E	ESPECIALMENTE NECESARIO
I	IMPORTANTE
O	ORDINARIO
U	SIN IMPORTANCIA
X	INDESEABLE
XX	MUY INDESEABLE

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Mayra Collaguazo

4.5 Matriz triangular

AREA	DIMENSIONES	TOTAL M ²
AREA DE ADMINISTRACION	3*3m ²	9m ²
RECEPCION	3*1m ²	3m ²
AREA DE PRODUCCION	5*5m ²	25m ²
AREA DE VENTAS	3*4m ²	12m ²
BODEGA	3*4m ²	12m ²
TOTAL CAPACIDAD OPTIMA		61M²

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Mayra Collaguazo

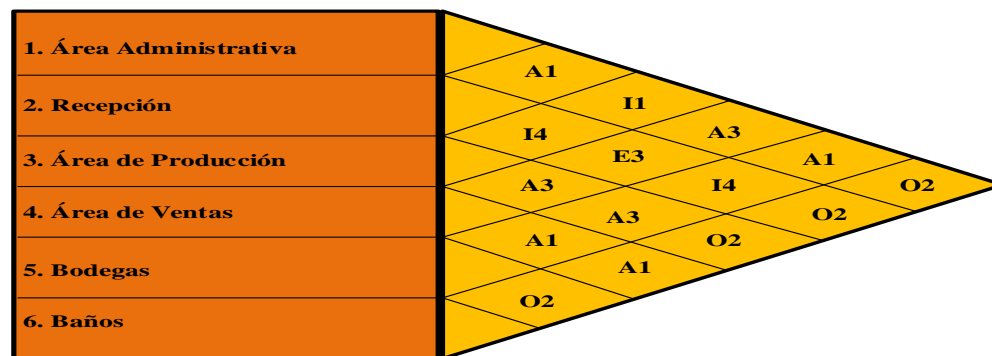


Gráfico 27 Matriz Triangular

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por : Mayra Collaguazo

4.5.1 Tabulación de la matriz

AREA DE ADMINISTRACION

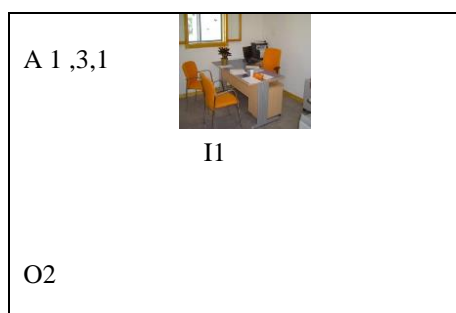


Gráfico 28 Área de Administración

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis

Se observa en la tabulación del área de administración que es absolutamente importante ya que se relaciona por proceso y control en la microempresa.

AREA DE PRODUCCION

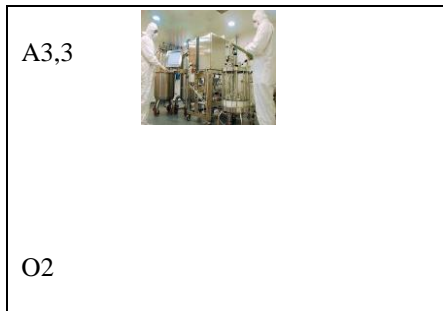


Gráfico 29 Área de Producción

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se determina que el área de producción es absolutamente importante y está calificada por proceso ya que el área de producción es lavase de la microempresa ya que aquí se elaborara el producto para que salga al mercado

AREA DE VENTAS



Gráfico 30 Área de Ventas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

El área de ventas es absolutamente importante ya se va a obtener los posibles clientes para proveerles el producto y así satisfacer sus necesidades.

BODEGA

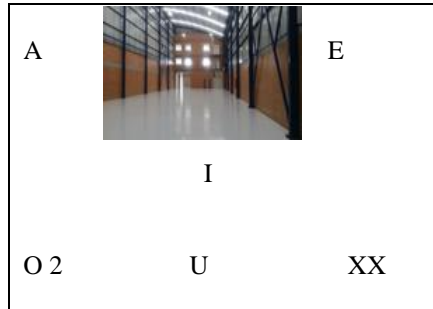


Gráfico 31 Bodega

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis

En la bodega es ordinariamente ya que el producto se llevara allá cuando los pedidos excedan y sean de entregar en otras fechas.

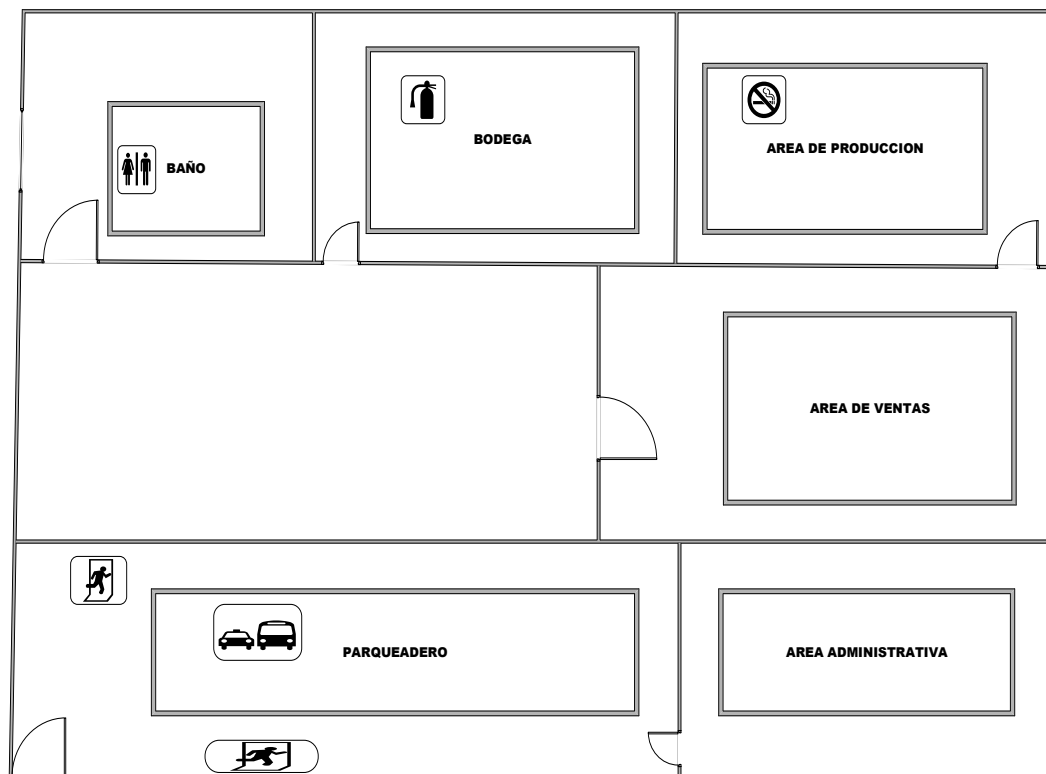


Grafico 32 Plano

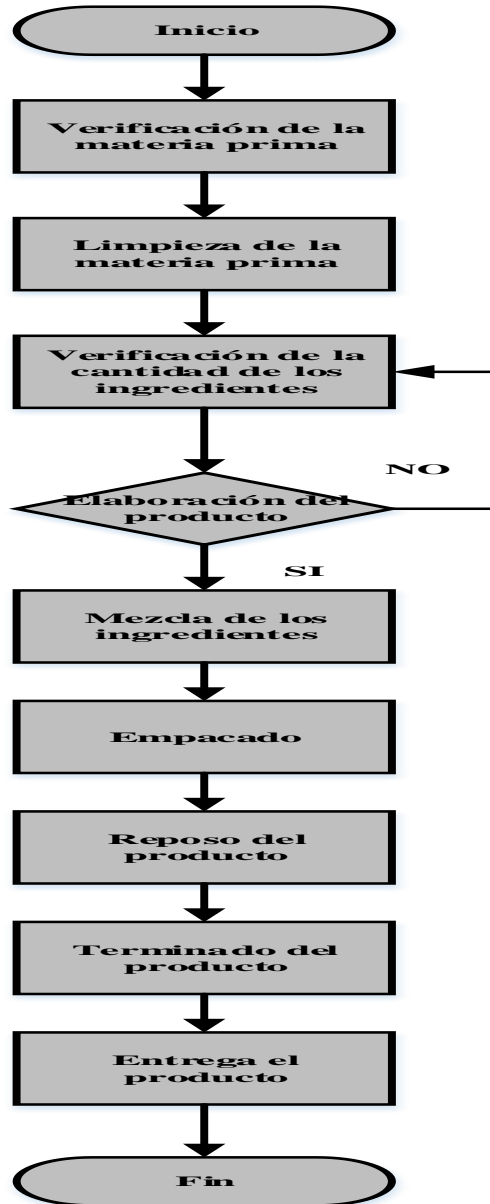
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mayra Collaguazo

4.6 Proceso productivo

Según (Belda & Ortega, 2008) Menciona:

Elemental, cualquiera que sea la complejidad del mismo, consiste en transformar unos bienes adquiridos denominados materias primas en otros bienes distintos denominados productos terminados. (pág. 46)



Fuente: investigación propia
Elaborado por: Mayra Collaguazo

4.7 Descripción del flujo grama

Área	Descripción del producto	Tiempo
Verificación de la materia prima	Obteniendo la materia prima se comienza a verificar que todo se encuentre en buen estado	10 Minutos
Limpieza de la materia prima	Se comienza a lavar el aguacate	4Minutos
Verificación de la cantidad	Se comienza a medir en litros y gramos todos los ingredientes que se va a utilizar	6Minutos
Elaboración del producto	Se comienza a elaborar el producto poniendo todos los ingredientes en la marmota	30Minutos
Mezcla de los ingredientes	Aquí se comienza a mezclar todos los ingredientes que se ocupara de acuerdo a los litros que se asigno	15Minutos
Empacado	Aquí se comienza empacar en los envases de acuerdo a los gramos que se estableció	20 Minutos o
Reposo del producto	Se distribuye el producto al refrigerador para que el producto tenga reposo de 4 a 8°C	4Minutos
Terminado el producto	Una vez terminado el producto se verifica que todo esté bien para la entrega tendrá una vida útil de 60 días	20Minutos
Entrega	El área de logística entrega al mercado en el cual va estar a la venta el yogurt	30 Minutos

Fuente: Mayra Collaguazo

Elaborado por: Mayra Collaguazo

4.8 Máquinaria y equipo

(Orozco, 2013) Dice: “Los equipos y maquinarias comprenden todos aquellos elementos que se necesitan para desarrollar el proceso de producción o prestación de servicio y su selección debe hacerse con base en los Sigüientes aspectos: características técnicas, costos, vida útil, capacidad instalada y requisitos especiales”. (pág. 27)

MAQUINARIA

Tabla 22 Maquinaria

HERRAMIENTAS			
Descripción	Cantidad	V Unitario	V Total
Balanza	1	85	85
Plancha de calentamiento	1	1500	1500
Descremadora	1	1200	1200
Tanque de fermentación	1	670	670
Mezclador	1	1000	1000
Tanque de almacenar	1	180	180
Medidor de litro	2	75	150
Termómetro	2	80	80
Refrigerador	1	650	650
TOTAL	19	5440	5440

Fuente: Mayra Collaguazo

Elaborado por: Mayra Collaguazo

EQUIPO

Tabla 23 Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	V Unitario	V Total
Escritorio	2	100	200
Sillas	6	25	150
Archivadores	1	150	150
Mesa de Producción	1	130	130
Estanterías	5	10	50
TOTAL	15	410	680

Fuente: Mayra Collaguazo

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 24 Equipo de Oficina

EQUIPO DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	V Unitario	V Total
Teléfono	1	65	65
Perforadora	2	2,5	5
Grapadora	2	1,85	3,7
Calculadora	2	12,50	25
TOTAL	7	8185	98.70

Fuente: Mayra Collaguazo

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 25 Equipo de Computación

EQUIPO DE COMPUTACION			
Descripción	Cantidad	V Unitario	V Total
Computadora Portátil	2	450	450
Impresora	1	75	75
TOTAL	3	525	525

Fuente: Mayra Collaguazo

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se observa en las tablas anteriores de maquinaria y equipo todo lo que se utilizaran para la microempresa de yogurt a base de aguacate ya que esto es de mucha importancia ya que ayuda a la elaboración del yogurt para tener una buena producción y así sacar a la venta en el mercado .

CAPITULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Ingresos operacionales y no operacionales

Según (Martínez, 2011) Menciona:

Los ingresos operacionales comprenden los valores recibidos y/o causados de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega de bienes o servicios, así como los dividendos, participaciones y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social principal del ente económico. (p. 204)

Tabla 26 INGRESOS OPERACIONALES

DESCRIPCION	YOGURT DE AGUACATE
Población Puembo	13.593
Aceptación	89%
TOTAL DE COMPRA	12.098
Frecuencia de compra	44%
Total clientes	5.323
Clientes Potenciales	4%
Frecuencia de compra veces	200
Número de días	5
Número de veces de compra	1.000
Número de semanas	52
Total anual veces	52.000
Precio	0.80
Total ingresos anuales	41.600.37

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 27 INGRESOS PROYECTADOS

INGRESOS OPERACIONALES					
FACTOR	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
3,68%	41.600.37	43131.3	44718.5	46364.1	48070.3

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.2 Costos

Según (Horgren, Foster, & Datar, 2007) Menciona:

Un costo (tal como materiales publicidad) se mide por lo general como la cantidad monetaria que debe pagarse para adquirir bienes o servicios. (pág. 27)

5.2 Costos directos

Conforme (Reyes, 2005) : “Los costos directos pueden definirse como aquellos que son causados por el acto de producir en relación con el de no producir o por el de vender en relación con el de no vender debido a que estos costos tienden a variar directamente con el volumen”. (pág. 152)

MATERIA PRIMA DIRECTA

La materia prima es la que se utilizara para elaborar el yogurt de aguacate

Tabla 28 Materia Prima

MATERIA PRIMA				
MATERIALES	CANTIDAD	%	COSTO POR Kg	COSTO TOTAL
AGUACATE	37.5	28.85	0.0010	0.0375
LECHE	75	57.69	0.0090	0.0056
AZUCAR	6.25	4.81	0.0110	0.0964
LACTOBAACILUS	8.75	6.73	0.0005	0.0375
PECTINA	2.5	1.92	0.0313	0.0781
TOTAL MATERIA PRIMA	130	100.00		\$ 0.255

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 29 Rol de Pagos de Producción

ROL PAGOS DE PRODUCCION							
	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Operativo 1	366.00	40.81	30.50	30.50	0.00	467.81	5.613.71
TOTAL SUELDO	366.00	40.81	30.50	30.50	0.00	467.81	5.613.71

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 30 Mano de Obra

Mano de Obra							
Concepto	Sueldo Anual	Mes	Semanal	Día	Hora	Minutos por x Producto	
Personal operativo	5.613.71	467.81	107.96	15.59	1.95	0.32	

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 31 Mano de Obra por Unidad

M.O. POR UNIDAD				
DIAS TRAB.	DIA	SEMANAL	MES	ANUAL
5	15.59	107.96	467.81	5.613.71

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 32 CIF

CIF ARRIENDO				
ARRIENDO	DIA	SEMANAL	MES	ANUAL
50.00	0.1389	11.54	50.00	600.00

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se observa en la tabla 31 de los costos indirectos de fabricación que semanal cuesta 11,54 y mensualmente es de 50 y anual que el costo del CIF será de 600 dólares.

Tabla 33 Unidades Producidas

UNIDADES PRODUCIDAS 200GR			
UNDS DIA	UNDS SEMANA	UNDS MES	UNDS ANUAL
200	1.000	4.333	52.000

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se determina en la tabla 33 de unidades producidas que al día se producirá 200 y al mes 1000, mensual 4333 y en total al año se producirá 52000 unidades de yogurt de aguacate para satisfacer las necesidades del cliente.

Tabla 34 Costo de Producción

COSTO DE PRODUCCIÓN						
DESCRIPCION	TAMAÑO	MP	MO	CIF	CP MES	CP ANUAL
YOGURT 200GR	200GR	1.105.43	467.81	372.50	1.945.74	23.348.91
TOTAL		1.105.43	467.81	372.50	1.945.74	23.348.91

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.3 Costos indirectos

(Gonzalo & Polanca, 2007) Dice: "Los costos indirectos incluyen todos los costos de producción necesarios que no se pueden clasificar ni como materiales directos no como mano de obra directa".

5.4 Gastos administrativos

Conforme (Ruiz, 2002) : "Costo de administrar y controlar un negocio lo que influye los honorarios de los administradores sueldos, renta de la oficina honorarios legales y de auditoría, servicios contables, etc. No incluye costos de investigación y desarrollo gastos de manufactura ni de venta de distribución". (pág. 176)

Tabla 35 Gastos Administrativos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Sueldo Personal Administración	2		976.24	11.714.91
Suministros de Oficina	1	25.00	25.00	300.00
Arriendos	1	100.00	100.00	1.200.00
Suministros de Limpieza	1	35.00	35.00	420.00
Agua Potable	1	25.00	25.00	300.00
Luz Eléctrica	1	25.00	25.00	300.00
Teléfono	1	15.00	15.00	180.00
Internet	1	20.00	20.00	240.00
Mantenimiento	1	15.00	15.00	180.00
TOTAL	10		1.236.24	14.834.91

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 36 Rol de Pagos de Administración y Ventas

ROL DE ADMINISTRACION Y VENTAS							
	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Administrador	400.00	44.6	33.33	0.00	0.00	477.93	5.735.20
Vendedor	366.00	40.809	30.50	0.00	0.00	437.31	5.247.71
TOTAL SUELDO	766.00	85.41	63.83	0.00	0.00	915.24	10.982.91

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.5 Costo de venta

Según (Ruiz, 2002) Menciona:

“Es el costo de los bienes y servicios que se venden durante el periodo contable; excluye el costo de los bienes que no se vendieron. También suprime todos los gastos indirectos a excepción de los de manufactura.” (pág. 175)

Tabla 37 Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS				
Descripción	Cantidad	Valor	TOTAL	TOTAL
		Unitario	MENSUAL	ANUAL
Llaveros	200	0.35	70.00	70.00
Tarjetas de presentación	500	0.04	20.00	20.00
Página web	1	150	150.00	150.00
Esferos	200	0.15	30.00	30.00
Toma todo	200	1.00	200.00	200.00
TOTAL	1101	151.54	470.00	470.00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.6 Costos financieros

Según (Baquero, 2007) Menciona:

Los costos financieros dependen casi exclusivamente del perfecto equilibrio entre los recursos propios, los ingresos por ventas los recursos financieros y la distribución de los egresos del proyecto.(pág. 63)

5.7 Costos Fijos y Variables

Según (Reyes, 2005) Menciona: son costos fijos aquellos aquellos no son afectados de forma directa por los cambios en volúmenes de producción o venta.

Son costos variables aquellas conagraciones sensibles a los volúmenes de producción y venta. (pág. 152)

Tabla 38 Costos Fijos

COSTOS FIJOS	
Gastos Administrativos	14834.91
Gastos de Ventas	470
Gastos Financieras	495.34
TOTAL	15800.24

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 39 Costos Variables

COSTOS FIJOS	15800.24
COSTOS VARIABLES	23348.91
COSTOS VARIABLES UNITARIO	0.45

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.8 Inversiones

(Larrain & Jeffrey, 2002) Menciona: "La inversión es el flujo de producción de un periodo dado que se utiliza para mantener o aumentar el stock de capital de la economía". (pág. 437)

Tabla 40 Inversión

CUADRO DE INVERSIONES			
Concepto	Uso de fondos	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y Herramienta	7.185,00	168,00	7.017,00
Vehículo	0,00	0,00	
Muebles y Enceres	625,00	625,00	
Equipo de Computación	975,00	975,00	
Equipo de Oficina	91,50	91,50	
Total de Activos Fijos	8.876,50	1.859,50	7.017,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	200,00	200,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	300,00	
Total de Activos Diferidos	500,00	500,00	0,00
Capital de trabajo			
Materia Prima	3.316,30		3.316,30
Mano de Obra	1.403,43	1.000,00	403,43
Arriendos	300,00	300,00	
Servicios Básicos	255,00	255,00	
Mantenimiento	15,00	15,00	
Gasto Administrativo	3.108,73	3.108,73	
Gasto Ventas	470,00	470,00	
Total capital de trabajo	8.868,45	5.148,73	3.719,73
TOTAL DE INVERSIÓN	18.244,95	7.508,23	10.736,73
PARTICIPACIÓN	100%	41%	59%

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.10 Inversión fija

5.11 Activos fijos

Conforme (Ruiz, 2002) : “Son activos como el terreno, la planta y el equipo que se comprar para su uso a largo plazo en el que el negocio no se destinan a la reventa se cargan en los gastos indirectos de manera periódica como la depreciación”. (pág. 173)

Tabla 41 Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
Teléfono	1	65.00	65.00
Calculadora	2	9.00	18.00
Perforadora	2	1.75	3.50
Grapadora	2	2,50	5.00
TOTAL	7	75.75	91.50

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 42 Equipo de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACION			
Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
MINI LAPTO	2	450.00	900.00
IMPRESORA	1	75.00	75.00
TOTAL	3	525.00	975.00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 43 Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
Escritorio	2	100.00	200.00
Sillas de Escritorio	2	25.00	50.00
Sillas de Espera	4	25.00	100.00
Archivador	1	150.00	150.00
Mesa de Producción	1	90.00	90.00
Recipiente de plástico	1	35.00	35.00
TOTAL	11	425.00	625.00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 44 Maquinaria y Herramientas

MAQUINARIA y HERRAMIENTA			
Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
Envasadora	1	2.500.00	2.500.00
Balanza	2	85.00	170.00
Termómetro	2	80.00	160.00
Tanque de fermentación	2	715.00	1.430.00
Congelador horizontal	1	650.00	650.00
Plancha de calentamiento	1	1.200.00	1.200.00
Medidor de litro	1	75.00	75.00
Tanque de almacenamiento	2	500.00	1.000.00
TOTAL	12	5.805.00	7.185.00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 45 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Herramienta	7185
Muebles y Enseres	625
Equipos de Oficina	91.5
Equipos de Computación	975
TOTAL	8876.5

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.12 Activos Nominales

Según (Romero, 2010) Menciona: "Son los que se deben realizar para llevar a cabo la constitución y operación de la empresa como son los gastos notariales de asesoría jurídica de escritura de constitución para el fundamento y el costo de los comités de los estudios iniciales". (pág. 74)

Tabla 46 activos nominales

ACTIVOS NOMINALES	
Gasto de Constitución	200
Estudio de Factibilidad	300
Total de Activos Diferidos	500

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.13 Capital de Trabajo

Conforme (Romero, 2010) :

Es el dinero que se asigna para cubrir las operaciones nominales de la empresa como son los salarios o la compra de materia prima. (pág. 74)

Tabla 47 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
Descripción	1 Mes	1 Mes	1 Mes	TOTAL
Materia Prima	1.105.43	1.105.43	1.105.43	3.316.30
Mano de Obra	467.81	467.81	467.81	1.403.43
Arriendos	150.00	150.00	150.00	450.00
Servicios Básicos	85.00	85.00	85.00	255.00
Mantenimiento	15.00			15.00
Gasto Administrativo	1.036.24	1.036.24	1.036.24	3.108.73
Gasto Ventas	470.00			470.00
TOTAL	2.859.48	2.844.48	2.844.48	9.018.45

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.14 FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS

(Coss, 1981) Menciona: racionamiento del capital obtenido entre las diferentes propuestas de inversión que dispone. (pág. 229)

Tabla 48 Fuentes de Financiamiento

CUADRO DE INVERSIONES			
Concepto	Uso de fondos	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y Herramienta	7.185,00	168,00	7.017,00
Vehículo	0,00	0,00	
Muebles y Enceres	625,00	625,00	
Equipo de Computación	975,00	975,00	
Equipo de Oficina	91,50	91,50	
Total de Activos Fijos	8.876,50	1.859,50	7.017,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	200,00	200,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	300,00	
Total de Activos Diferidos	500,00	500,00	0,00
Capital de trabajo			
Materia Prima	3.316,30		3.316,30
Mano de Obra	1.403,43	1.000,00	403,43
Arriendos	300,00	300,00	
Servicios Básicos	255,00	255,00	
Mantenimiento	15,00	15,00	
Gasto Administrativo	3.108,73	3.108,73	
Gasto Ventas	470,00	470,00	
Total capital de trabajo	8.868,45	5.148,73	3.719,73
TOTAL DE INVERCIÓN	18.244,95	7.508,23	10.736,73
PARTICIPACIÓN	100%	41%	59%

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.15 Amortización de financiamiento (tabla de amortización)

Conforme (Rios, 2013) : Es la forma de distribuir en el tiempo el costo de adquisición de un bien estableciendo su vida útil en cierta cantidad de años. (pág. 166)

Tabla 49 Amortización

Periodo	Saldo	Interes	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	10.736.73	0.00	0.00	0.00	10.736.73
1	10.736.73	52.92	475.45	422.52	10.314.20
2	10.314.20	50.84	475.45	424.61	9.889.60
3	9.889.60	48.75	475.45	426.70	9.462.90
4	9.462.90	46.64	475.45	428.80	9.034.09
5	9.034.09	44.53	475.45	430.92	8.603.18
6	8.603.18	42.41	475.45	433.04	8.170.14
7	8.170.14	40.27	475.45	435.18	7.734.96
8	7.734.96	38.13	475.45	437.32	7.297.64
9	7.297.64	35.97	475.45	439.48	6.858.16
10	6.858.16	33.81	475.45	441.64	6.416.52
11	6.416.52	31.63	475.45	443.82	5.972.70
12	5.972.70	29.44	475.45	446.01	5.526.70
13	5.526.70	27.24	475.45	448.21	5.078.49
14	5.078.49	25.03	475.45	450.41	4.628.08
15	4.628.08	22.81	475.45	452.63	4.175.44
16	4.175.44	20.58	475.45	454.87	3.720.58
17	3.720.58	18.34	475.45	457.11	3.263.47
18	3.263.47	16.09	475.45	459.36	2.804.11
19	2.804.11	13.82	475.45	461.63	2.342.48
20	2.342.48	11.55	475.45	463.90	1.878.58
21	1.878.58	9.26	475.45	466.19	1.412.39
22	1.412.39	6.96	475.45	468.49	943.91
23	943.91	4.65	475.45	470.79	473.12
24	473.12	2.33	475.45	473.12	0.00

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.16 Depreciaciones (tabla de depreciación)

(Ruiz, 2002) Menciona:

La distribución del costo de un activo fijo (un edificio, un terreno un auto o un equipo) en cada periodo contable o durante su vida útil. (pág. 175)

Tabla 50 Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Herramienta	7.185.00	10	718.50	718.50	718.50	718.50	718.50
Muebles y Enseres	625.00	10	62.50	62.50	62.50	62.50	62.50
Equipos de Oficina	91.50	10	9.15	9.15	9.15	9.15	9.15
Equipos de Computación	975.00	3	325.00	325.00	325.00		
TOTAL	8.876.50		1.115.15	1.115.15	1.115.15	790.15	790.15

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.17 Estado de Situación Inicial

(Bodie & Merton, 2003) Menciona:

Resume la rentabilidad de la empresa durante un periodo .ingreso, utilidad y ganancia todas significan lo mismo la diferencia entre ingresos y egresos. (pág. 67)

Tabla 51 Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL		
ACTIVOS		
Activo Corriente		8.868.45
Bancos	8.868.45	
Activo no Corriente		9.376.50
Maquinaria y Herramientas	7.185.00	
Vehículo	0.00	
Muebles y Enceres	625.00	
Equipo de Computación	975.00	
Equipo de Oficina	91.50	
Gasto de Constitución	200.00	
Estudio de Factibilidad	300.00	
TOTAL ACTIVOS		18.244.95
PASIVOS		
Pasivos no Corrientes		10.736.73
Préstamo Bancario por pagar	10.736.73	
PATRIMONIO		7.508.23
Capital	7.508.23	
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO		18.244.95

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.18 Estado de Resultados Proyectados (a cinco años)

Tabla 52 Estado de Resultados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	41.600.37	44.512.40	47.628.27	50.962.24	54.529.60
(-) Costo de Ventas	23.348.91	23.890.60	24.444.86	25.011.99	25.592.26
(=) Utilidad Bruta en Ventas	18.251.46	20.621.79	23.183.40	25.950.26	28.937.34
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	14.834.91	15.328.91	15.839.36	16.366.81	16.911.83
Gastos de Ventas	470.00	485.65	501.82	518.53	535.80
Gastos Financieras	495.34	178.67	0.00	0.00	0.00
(=) Utilidad Operacional	2.451.22	4.628.56	6.842.21	9.064.91	11.489.71
(+) Otros Ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Otros Egresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=) Utilidad A.P.E.I.	2.451.22	4.628.56	6.842.21	9.064.91	11.489.71
(-) 15 % Participacion Laboral	367.68	694.28	1.026.33	1.359.74	1.723.46
(=) Utilidad Antes de I.R.	2.083.54	3.934.28	5.815.88	7.705.17	9.766.25
(-) Impuesto a la Renta PNOC	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=) Utilidad Neta	2.083.54	3.934.28	5.815.88	7.705.17	9.766.25

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

5.19 Flujo de caja

Conforme (Schlageter & Alonso, 2005) Menciona:

Es muy sencillo resume las entradas y salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un periodo próximo comparándolas y asimilándolas al saldo inicial al principio de un año.

Tabla 53 Flujo de Caja

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	41.600.37	44.512.40	47.628.27	50.962.24	54.529.60
(-) Costo de Ventas	23.348.91	23.890.60	24.444.86	25.011.99	25.592.26
(=) Utilidad Bruta en Ventas	18.251.46	20.621.79	23.183.40	25.950.26	28.937.34
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	14.834.91	15.328.91	15.839.36	16.366.81	16.911.83
Gastos de Ventas	470.00	485.65	501.82	518.53	535.80
Gastos Financieras	495.34	178.67	0.00	0.00	0.00
(=) Utilidad Operacional	2.451.22	4.628.56	6.842.21	9.064.91	11.489.71
(+) Otros Ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Otros Egresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=) Utilidad A.P.E.I.	2.451.22	4.628.56	6.842.21	9.064.91	11.489.71
(-) 15 % Participacion Laboral	367.68	694.28	1.026.33	1.359.74	1.723.46
(=) Utilidad Antes de I.R.	2.083.54	3.934.28	5.815.88	7.705.17	9.766.25
(-) Impuesto a la Renta PNOC	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=) Utilidad Neta	2.083.54	3.934.28	5.815.88	7.705.17	9.766.25
(+) Depreciaciones	1.115.15	1.115.15	1.115.15	790.15	790.15
(+) Amortizaciones diferidas	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	3.298.69	5.149.43	7.031.03	8.595.32	10.656.40

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se observa que el flujo de caja el excedente operacional en el primer año es de 3298,69y para el quinto año es de 10656,40 lo que favorece para la microempresa ya que cada año va subiendo y no ha disminuido en los años anteriores.

EVALUACIÓN

5.20.1 Tasa de descuento

Como (Orlik, 1960-1994) Menciona:

La tasa de descuento incluye el premio que el empresario considera como el mínimo necesario para contabilizar la de sutilidad de adquirir un compromiso adicional y enfrentarse a una potencial sorpresa negativa. (pág. 57)

5.20.2 VAN

Conforme (Posas, 2007) Menciona:

Es uno de los métodos más utilizados para evaluar proyectos se define como el ingreso neto (ingresos-costos) que obtendrá la empresa. (pág. 151)

Tabla 54 VAN

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-18.244,95			-975,00		4.275,75
Excedente Operacional		3.198,69	5.049,43	6.931,03	8.820,32	10.881,40
FLUJOS DE EFECTIVO	-18.244,95	3.198,69	5.049,43	5.956,03	8.820,32	15.157,15
VAN =	-P	+ FNE1	+ FNE2	+ FNE3	+ FNE4	+ FNE5
		$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$
VAN =	-18.244,95	+ 3.198,69	+ 5.049,43	+ 5.956,03	+ 8.820,32	+ 15.157,15
		1,1147764	1,242726422	1,385362087	1,54436896	1,721626069
VAN =	-18.244,95	+ 2.869,35	+ 4.063,19	+ 4.299,26	+ 5.711,28	+ 8.803,97
VAN =	-18.244,95	+ 25.747,05				
VAN =	7.502,10					
VAN =						

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis

Se determinó que el van es mayor q cero dando como resultado del van 7502,10 lo que significa que el proyecto es factible.

5.20.3 TIR

Según (Ulloa & Quesada, 2005) Menciona: “la tasa interna de retorno es la tasa de interés (de descuento) que hace que el monto de la inversión inicial sea igual al monto de valor actual de la serie de los flujos netos de proyecto. La tasa de interés que logra que el van =0”. (pág. 260)

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^T} = 0$$

Tabla 55 TIR

VAN =	-P	+	$\frac{FNE1}{(1+i)^1}$	+	$\frac{FNE2}{(1+i)^2}$	+	$\frac{FNE3}{(1+i)^3}$	+	$\frac{FNE4}{(1+i)^4}$	+	$\frac{FNE5}{(1+i)^5}$
VAN =	-18.244,95	+	3.198,69	+	5.049,43	+	5.956,03	+	8.820,32	+	15.157,15
			1,1147764		1,242726422		1,385362087		1,54436896		1,721626069
VAN =	-18.244,95	+	2.869,35	+	4.063,19	+	4.299,26	+	5.711,28	+	8.803,97
VAN =	-18.244,95	+	25.747,05								
VAN =	7.502,10										
VAN =											
TIR =	23,27%										

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se observa que para sacar la TIR se necesita el VAN con el cual nos ayuda a ver si el proyecto que se está realizando es factible como se observa en la tabla el TIR es de 23,27% lo que demuestra que el proyecto si es viable y que si se puede implementar.

5.20.4 (Periodo de recuperación de la inversión)

El PRI es el periodo que se va a recuperar la inversión de un proyecto el cual ayuda a determinar en qué año, meses y días se recuperará la inversión.

Tabla 56 PRI

PERIODO DE RECUPERACION					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-11.059.95	-11.059.95	1.00	-11.059.95	-11.059.95
1	3.298.69	-7.761.27	0.90	2.959.06	-8.100.90
2	5.149.43	-2.611.84	0.80	4.143.65	-3.957.24
3	6.056.03	3.444.19	0.72	4.371.44	414.20
4	8.595.32	12.039.52	0.65	5.565.59	5.979.79
5	14.932.15	26.971.67	0.58	8.673.28	14.653.07

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES CONSTANTES		
	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	6.056.03	-2.611.84
1 mes	504.67	-2.107.17
2 mes	504.67	-1.602.50
3 mes	504.67	-1.097.83
4 mes	504.67	-593.16
5 mes	504.67	-88.49
6 mes	504.67	416.18
7 mes	504.67	920.85
8 mes	504.67	1.425.52
9 mes	504.67	1.930.19
10 mes	504.67	2.434.86
11 mes	504.67	2.939.52
12 mes	504.67	3.444.19

PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	4.371.44	-3.957.24
1 mes	364.29	-3.592.96
2 mes	364.29	-3.228.67
3 mes	364.29	-2.864.38
4 mes	364.29	-2.500.09
5 mes	364.29	-2.135.81
6 mes	364.29	-1.771.52
7 mes	364.29	-1.407.23
8 mes	364.29	-1.042.95
9 mes	364.29	-678.66
10 mes	364.29	-314.37
11 mes	364.29	49.91
12 mes	364.29	414.20

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑOS 2 MESES	PRVC
--------------------------	----------------	------

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑOS 6 MESES	PRVA
--------------------------	----------------	------

Análisis

Se observa que la inversión del proyecto se recuperará en 2 años y 2 meses siendo positivo para la microempresa ya que no será por un tiempo largo.

5.20.5 RBC (Relación costo beneficio)

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad. (J. Nicolás Marín, 2014, p. 113)

Tabla 57 Relación Costo Beneficio

COSTO BENEFICIO	
AÑOS	FNE ACTUALIZADO
2017	3.298,69
2018	5.149,43
2019	6.056,03
2020	8.595,32
2021	14.932,15
TOTAL	38.031,62
RCB	2,08

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Mayra Collaguazo

Análisis:

Se determinó mediante la tabla 57 de relación costo beneficio que por cada dólar que invierta recupero \$1.08.

5.20.6 Punto de equilibrio

(Robbins & Cenzo, 2009) Dice:

Es una formula muy simple pero muy valiosa para los gerentes porque señala la relación que existe entre los ingresos, los costos y las utilidades. (pág. 144)

Tabla 58 Punto de Equilibrio

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

Costos Fijos:	
Gastos Administrativos	14.834.91
Gastos de Ventas	470.00
Gasto Financiero	495.34
TOTAL COSTO FIJO	15.800.24

Precio de Venta 0.80

Costo Variable Unitario 0.45

$$\text{P.E.} = \frac{\text{CF}}{p - \text{Cvu}} = \frac{15.800,24}{0,35} = 45.017 \text{ Unidades}$$

$$\text{P.E.} = 45.017 \times 0,80 = 36.013,74 \text{ Ventas}$$

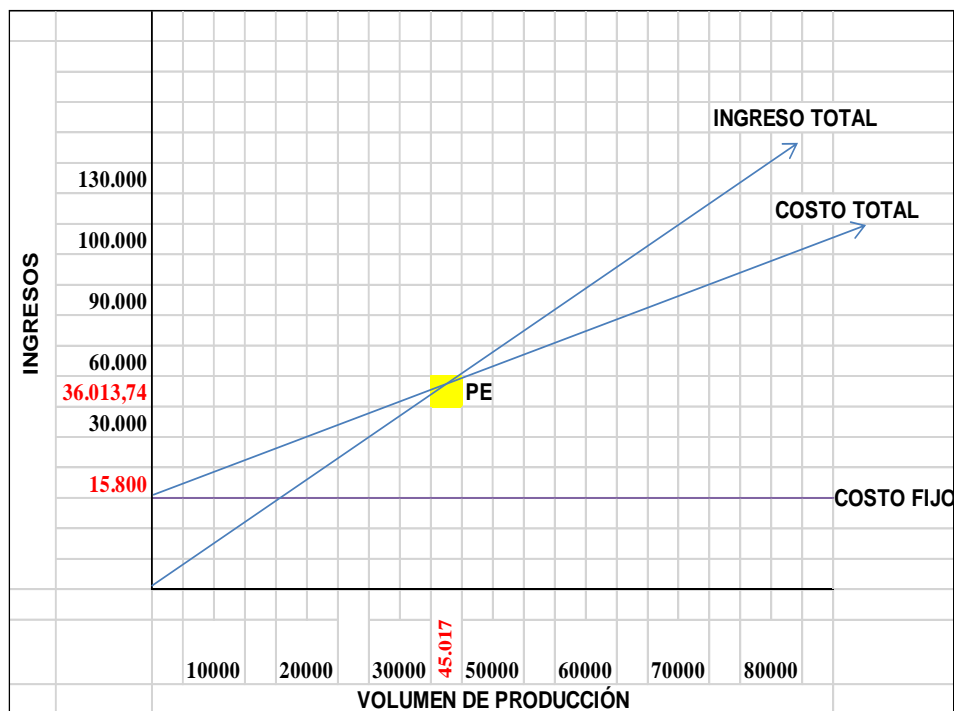


Grafico 33 Punto de Equilibrio

Análisis:

Se determinó que en el punto de equilibrio 47015 unidades de yogurt de aguacate que se producirá que las ventas serán de 36013,74 demostrando pérdidas y ganancias.

5.20.7 Análisis de índices financieros

Tabla 59 ROA

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS

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

$$\text{R.O.A} = \frac{2.083.54}{8.876.50}$$

$$\text{R.O.A} = 0.23$$

Análisis

Se observa que en este indicador que por cada dólar que la empresa invierte en los activos tienen o, 28 de rentabilidad en los activos.

Tabla 60 ROE

**RENTABILIDAD SOBRE EL
PATRIMONIO**

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

$$\text{R.O.E} = \frac{2.083.54}{7.508.23}$$

$$\text{R.O.E} = 0.28$$

Análisis

Mediante este indicador se observa la rentabilidad del patrimonio que por cada dólar invertido en el patrimonio se dispondrá 0,28 solo del patrimonio.

Tabla 61 Indicadores de Rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD					
MARGEN BRUTO	43.87%	46.33%	48.68%	50.92%	53.07%
MARGEN OPERACIONAL	5.89%	10.40%	14.37%	17.79%	21.07%
MARGEN NETO	7.93%	11.57%	14.76%	16.87%	19.54%

Fuente: Análisis Financiero
Elaborado por: Mayra Collaguazo

Tabla 62 ROI

RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSION

$$\text{R.O.I} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{R.O.I} = \frac{2.083.54}{11.059.95}$$

$$\text{R.O.I} = 0.19$$

5.20.8 Análisis de índices financieros y de rentabilidad

El análisis financiero de este proyecto que realizo se pudo determinar varios aspectos positivos ya que se observó mediante los indicadores contables si es proyecto es viable también nos indica en qué periodo que se recuperará la inversión nos indica todo lo que la empresa va a necesitar de inversión en los 5 años que se basa el proyecto. Y así con todos estos indicadores podemos tomar mejores decisiones en el trayecto.

CAPITULO VI

6 Análisis de Impactos

6.1 Impacto Ambiental

La implementación de este proyecto tendrá un impacto ambiental bajo ya que la maquinaria que se utilizara para la realización del producto no provocara daños y los desechos que salgan del aguacate se donara a las personas que necesiten para que se utilizado como lo vean conveniente.

De acuerdo a este proyecto lo que se busca es que al sacar el producto se haga con mucha responsabilidad cuidando al medio ambiente es por este motivo que se buscó soluciones de que la maquinaria que se utilizara no y que no afecte y que los desechos sirvan como abono etc.

6.2 Impacto Económico

El actual proyecto es de impacto positivo ya que al implementar la microempresa de yogurt de aguacate se contribuirá con el crecimiento económico del país ya que así se ayudara a disminuir el desempleo ya que se tendrá una oportunidad en el sector que se implementara la microempresa ya que existirá una fuente de empleo, se obtendrá ingresos tanto para los colaboradores y sus familias como los inversionistas ya que así podrán mejor su estabilidad en sus hogares y desarrollando el crecimiento económico del país e impulsando al comercio nacional.

6.3 Impacto Productivo

El impacto productivo de este proyecto es de impacto positivo ya que con el Plan Nacional del Buen Vivir va de acuerdo con el cambio de la matriz productiva y mejorar la calidad de vida ya que se utilizara conocimientos, tecnología, mano de obra ecuatoriana, se proveerá la materia prima e insumos para la elaboración del producto así se ayudara al desarrollo del crecimiento productivo.

Este proyecto en el impacto productivo es positivo ya que lo que se busca es que la sociedad consuma lo que el país produce e incentivar a los agricultores a nivel nacional a seguir cultivando el árbol de aguacate ya que así generara un círculo de productividad agrícola de producción y comercial beneficiando al país.

6.4 Impacto Social

El impacto social que tendrá el proyecto será positivo ya que al sacar el producto que es el yogurt de aguacate al mercado los consumidores encontrarán muchos beneficios del producto ya que al consumirlo las personas podrán mejorar su calidad alimenticia y mejorarán su salud.

CAPITULO VII

7 Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones

De acuerdo al proyecto finalizado se llegó a las siguientes conclusiones:

- ❖ El análisis situacional se pudo determinar las variables externas e internas que se encontraran en la microempresa las cuales se observó que eran oportunidades debilidades o amenazas y fortalezas, también se pudo plantear una buena visión, misión y objetivos que tendrá con una propuesta estratégica en el cual ayudara a la microempresa este bien planteada.
- ❖ el estudio del mercado se determinó la muestra y se pudo realizar la encuesta para ver la aceptación que tendrá el producto se determinó la demanda insatisfecha de 25789,45.
- ❖ El estudio técnico se pudo observar y determinar la localización que tendrá la microempresa ya que se pudo ver cuál es el sector que se puede implementar para que los proveedores estén cerca y sobre todo los clientes y sea un sector comercial para que el producto salga al mercado.

- ❖ El estudio financiero es el más importante del proyecto ya que se pudo determinar que el proyecto sea viable y que tenga ganancias y se pueda

recuperar lo que se inviertes ya realizando los indicadores financieros se determinó que la inversión se recuperara en 2 años y 2 meses y que el TIR de 44,39% y con una TMAR 11,48%

- ❖ Se pudo determinar el impacto que tendrá el proyecto tanto económico, como ambiental social y productivo dando como positivo para la sociedad y ayudando al crecimiento productivo y económico del país.

7.2 Recomendaciones

- ❖ Cumplir con todas las normas y políticas establecidas.
- ❖ Es importante tener un personal capacitado de acuerdo a las áreas de la microempresa para que cumpla un buen desempeño.
- ❖ Cumplir las expectativas de los clientes de acuerdo al producto que estará a la venta en el mercado competitivo.
- ❖ Cumplir con los procesos que se determina con en el cuidado del medio ambiente.

8 Bibliografía

- Abascal, E., & Esteban, I. G. (2005). *Análisis de Encuesta*. Madrid: ESIC EDITORIAL 2005.
- Acosta, A., Gorfinkiel, D., Gudynas, e., & Lapitz, R. (2005). *El otro riesgo país indicadores y desarrollo en la economía*. Quito: Abya Yala .
- Análisis de Mercado*. (2008). España: Vértice 31 de julio 2008.
- Baquero, M. A. (2007). *Gerencia de Proyectos de Construcción Inmobiliaria Fundamentos para la Gestión de Calidad*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana 2007.
- Belda, C. F., & Ortega, J. L. (2008). *Manual de Contabilidad de Costes*. Madrid: Delta Publicaciones 2008.
- Blomer, E. A. (2008). *COMO CREAR TU NUEVA EMPRESA. PARA SOBREVIVIR A LA CRISIS*. ESPAÑA: PRINTED IN SPAIN.
- Bodie, Z., & Merton, R. C. (2003). *Finanzas*. Mexico : Ilustrada pearson educacion 2003.
- Boubeta, A. I. (2006). *Fidelización del cliente* . España: S.L 2006.
- Caballero, S. G. (2002). *Frutales Potenciales para el Piedemonte Llanero* . Colombia: Maikalili .
- Calpe, W. M., & Bedoya, A. R. (2009). *LECTURAS CRITICAS Y ALTERNATIVAS DE REALIDAD EMPRESARIAL*. BOGOTA: UNIVERSIDAD DEL ROSARIO.
- Castaño, H. F. (2005). *Matemáticas Previas al Cálculo*. Medellín: Universidad de Medellín 2005.
- Coss, R. B. (1981). *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Mexico: Limusa 1981.
- Dominguez, O. J. (2004). *REEXPRESION DE ESTADO FINANCIERO B-10*. MEXICO: FISCALES ISEF .S.A.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos Marketing*. Buenos Aires: Granica S.A.2004.
- Enrique, S. V. (2004). *EXPLOTACION EFECTIVA*. MEXICO, MEXICO, MEXICO: FISCALES ISEF.
- ESCUADERO, J. (2011). *Almacenaje de productos LOE (NOVEDAD 2011)*. Mexico: Editorial Paraninfo.
- Esquivel, G., & Muñoz, M. (3 de julio de 2007). *MACROECONOMIA VERSION LATINOAMERICANA*. MEXICO: PEARSON EDUCATION 2007. Obtenido de GestioPolis: www.gestiopolis.com/tasas-de-interes/

-
- Fernandez, O. (2005). *SITUACION LEGAL DE DESEMPLEO*. ASTURIAS: EDICIONES DE LA UNIVERCIDAD DE OVIEDO.
- G. S., & Polanca, L. E. (2007). *Contabilidad Administrativa*. Bogota: ECOE ediciones 2007.
- Garcia, D. d. (2008). *Ingenieria de Organizacion en la Empresa: Direccion de Operacion*. Universidad de Oviedo.
- Grande, E. I. (2014). *Marketing de los servicios*. Madrid: ESIC 2014.
- Griffin, R. W. (2011). *Administración*. Mexico: Cengage learning Editores S.A.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. (2005). *NEGOCIOS*. MEXICO: PEARSON EDUCACION.
- Horgren, C. T., Foster, G., & Datar, S. M. (2007). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Pearson Educacion 2007.
- Hugo, G. (25 de 09 de 2005). *Análisis FODA herramienta estratégica de las organizaciones*. Obtenido de Análisis FODA herramienta estratégica de las organizaciones.: <http://www.gestiopolis.com/analisis-foda-herramienta-estrategica-de-las-organizaciones/>
- ILPES. (2011). *Guia para la presentacion de proyectos*. Mexico: Reimpresión XXI 2011.
- J. Nicolás Marín, E. L. (2014). *Evaluación de inversiones estratégicas*. Bogota: LID editorial colombia.
- Jiménez, R. C. (2014). *Cálculo de costes en procesos de mecanizado por arranque de viruta*. FMEH0109. Mexico: IC Editorial.
- Martínez, Á. M. (2011). *Contabilidad general*. Bogota: ECOE EDICIONES.
- Miranda, J. J. (2005). *Gestion de Proyectos*. Bogota: MMEditores 2005.
- Orlik, N. L. (1960-1994). *Cambios institucionales del sector financiero y su efecto en el fondo de la inversion*. Mexico: UNAM.
- Orozco, J. d. (2013). *Evaluacion Financiera de Proyectos*. Colombia: ECOE ediciones 2013.
- Ortiz, S., & Oscar, L. (2001). *EL DINERO*. MEXICO: UNAM.
- Pardo, I. d. (2005). *Management estratégico*. madrid: ESIC Editorial, 2005 - 176 páginas.
- Peréz, J. (2004). *Estadística*. Sevilla - España: Editorial MAD S.L.
- Pimentel, E. (2008). *formulacion y evaluacion de proyectos de inversion*.

-
- Pombo, o. R. (2012). *PROCESO INTEGRAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- Posas, R. R. (2007). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Costa Rica: EUNED.
- Reyes, E. (2005). *Contabilidad de Costos / Cost Accounting*. Mexico: Limusa.
- Rios, J. F. (2013). *Economia Y Financiamiento de la Salud*. Buenos Aires: Dunken 2013.
- Robbins, S. P., & Cenzo, D. A. (2009). *Fundamentos de Administracion : conceptos esenciales y aplicaciones*. Mexico: Pearson Educacion.
- Rojas Graell, J., & Beltran Codina, S. (2010). *El plan de viabilidad*. Barcelona : profit editorial 3 de noviembre 2010.
- Romero, & Pèrez, L. A. (2004). *Marketing Social*. Pearson Education 2004.
- Romero, E. V. (2010). *Gestion y Gerencia Empresariales*. Bogota: Ecoe ediciones.
- Ruiz, S. (2002). *Asministre sus Finanzas*. pearson educacion 2002.
- Sánchez, A. C. (2006). *Modelo de evaluacion por competencias laborales*. Mexico : PUBLICACIONES CRUZ O S.A .
- Sanchez, G. V. (2006). *Introduccion a ala teoria economica un enfoque latinoamericano*. Mexico: Pearson educacion 2006.
- Sanchez, R. (2005). *POBLACION Y AMBIENTE*. MEXICO.
- Schettino, M. (2003). *INTRODUCCION ALA ECONOMIA PARA NO ECONOMISTAS*. MEXICO: PEARSON EDUCACION 1 DE ENERO 2003.
- Schlageter, J. D., & Alonso, L. F. (2005). *Finanzas Operativas un Coloquio*. Mexico: Herberto Ruz 2005.
- Serrano, & Matilla, K. (2011). *Los modelos de planificacion estrategica en las tareas en la teoria de relacion publica*. BARCELONA: editorial uoc.
- Serrano, J. A. (2002). *Geografia Humana :Fundamentos ,Metodos y Conceptos*. Eapaña : Club Universitario.
- Social, I. L. (2001). *Guia para la Presentacion de Proyectos*. Mexico : Reimpresa .
- Supuerior, A. N. (2003). *Mercado Laboral de Profeionistas en Mexico*. Mexico: ANUIES.

- Tejada, B. D. (2006). *Administracion de servicios alimentacion, calidad nutricion productividad y servicios*. Colombia : Universidad de Antioquia .
- Tovar, J. K. (2000). *Manual de Empresario Exitoso* . reimpresa.
- Ulloa, L. M., & Quesada, M. A. (2005). *Investigacion de Operaciones*. EUNED 2002.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: MC Graw Hill.
- Vivanco, M. (2005). *Muestreo Estadistico Diseño y Aplicaciones*. Chile: Universitaria.
- Yates, M. C. (2008). *LA EMPRESA SABIA*. BUENOS AIRES, MADRID : DIAZ DE SANTOS.
- Yopo, & Boris. (s.f.). *ORGANIZACION Y ADMINISTRACION UNIVERSITARIA*. VENEZUELA: IICA BIBLIOTECA VENEZUELA.

ANEXOS



