



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUPCAKES
DE DULCE Y DE SAL, PREPARADO CON HARINA DE TRIGO Y ARVEJA,
UBICADA EN EL SECTOR DE SAN CARLOS, DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO. AÑO 2017.

Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autora: Amaguaya Morales Carla Mishel

Tutor: Sr. Carlos Guzmán

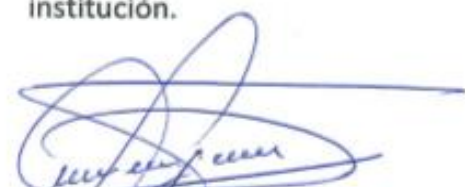
Quito, Octubre 2017




ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **AMAGUAYA MORALES CARLA MISHEL** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **APOYAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUPCAKES DE DULCE Y DE SAL, PREPARADO CON HARINA DE TRIGO Y ARVEJA, UBICADA EN EL SECTOR DE SAN CARLOS, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017.** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Ing. Carlos Guzman
Tutor del Proyecto



Ing. Ángela Pimbo
Lector del Proyecto



Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación



Ing. Fernando Buitrón
Director de Escuela

DECLARATORIA

Declaro que la investigación realizada es absolutamente original y autentica personal que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetan las decisiones legales que protegen los derechos de autor, las ideas los resultados obtenidos son de mi responsabilidad.



AMAGUAYA MORALES CARLA MISHEL

C.I. 1750118620

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Carla Mishel Amaguaya Morales**, portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 175011862-0 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: "En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado "APOYAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUPCAKES DE DULCE Y DE SAL, PREPARADO CON HARINA DE TRIGO Y ARVEJA, CON INGREDIENTES SALUDABLES, UBICADA EN EL SECTOR DE SAN CARLOS, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2017" con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA: 

NOMBRE: Amaguaya Morales Carla Mishel

CÉDULA: 175011862-0

Quito, a los 22 días del mes de septiembre de 2017

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por darme la vida y las fuerzas necesarias para culminar una etapa más en mi vida, por mantenerme con salud y vida para poder cumplir con mi objetivo de obtener mi título profesional, además les doy las gracias a mis padres porque sin ellos no lo habría logrado, ya que sin su apoyo, en especial a mi padre por su orientación y comprensión pues si no fuera por el no habría llegado a este punto, y a mi hermana que ha sido mi motor para lograrlo, puesto que por ella hago lo que hago por darle un ejemplo que seguir y una persona a quien admirar a pesar de nuestras diferencias, ella es mi adoración.

El agradecimiento más sincero hacia mis docentes, quienes supieron guiar, aconsejar en todo momento para llegar a ser una profesional de éxito, empleando los conocimientos que he adquirido a lo largo de estos tres años.

De igual manera expresar mi agradecimiento a mi tutor el Señor Carlos Guzmán quien me ha ayudado a terminar mi proyecto que gracias a sus indicaciones lo he logrado.

También quiero dar las gracias a todos los miembros del "Instituto Tecnológico Superior Cordillera" por darme la oportunidad de formar parte de selecto alumnado, por abrir sus puertas a personas que desean superarse formando parte de sueños y metas que cada año se cumplen.

DEDICATORIA

Quiero dedicar mi proyecto a mis padres a la Señora Susana Morales y al Señor Carlos Amaguaya que gracias a ellos a su esfuerzo y dedicación he logrado cumplir con mi objetivo de obtener mi título profesional.

A mi hermana Estefany, ella que ha sido el motivo de levantarme cada mañana, que siempre ha estado conmigo, que ha sido mi cómplice en muchas situaciones buenas y malas, que debido a ella es que hago lo que hago para darle un ejemplo que seguir, porque quiero ser la persona de quien se sienta orgullosa.

A toda mi familia, pero en especial a mi tío Manolo Amaguaya que él ha sido como un padre para mí, quien ha estado conmigo en las malas, él ha sabido darme consejos y me ayudado en múltiples ocasiones dándome fuerzas para seguir adelante y no decaer ante las adversidades y a pesar de todo siempre Disfrutar de la Vista que me brinda el Camino.

A mi mejor amiga que siempre me ha ayudado en mi proyecto y me ha apoyado, quien ha sido me confidente, mi consejera quien más que una amiga una hermana más.

ÍNDICE DE GENERAL

DECLARATORIA.....	¡Error! Marcador no definido.
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	i
DEDICATORIA	ii
ÍNDICE DE GENERAL	iii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xix
RESUMEN EJECUTIVO	xx
ABSTRACT	xxi
INTRODUCCIÓN	xxii
CAPÍTULO I.....	27
1.02 Justificación.....	27
1.03 Antecedentes	29
CAPÍTULO II	31
2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	31
2.01 Ambiente Externo	31
2.02 Factor Económico	31
2.02.01 Producto Interno Bruto.....	31

2.02.02 PIB Sectorial (Manufacturero).....	32
2.02.03 Inflación	33
2.02.04 Inflación Mensual de la Quito.....	35
2.02.05 Tasa de Interés Activa (PYMES).....	35
2.02.06 Tasa de Interés Pasiva.....	36
2.02.07 Riesgo País.....	37
2.02.08 Balanza Comercial	38
2.03 Factor Social	40
2.03.01 Empleo	40
2.03.02 PEA (Población Económicamente Activa).....	41
2.03.03 Desempleo.....	42
2.03.04 Sub Empleo.....	43
2.03.05 Comparación entre Canasta Básica Familiar y Salario Básico.....	44
2.04 Factor Legal	46
2.04.01 RUC (Registro Único de Contribuyentes)	46
2.04.02 R.I.S.E (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano)	46
2.04.03 Patente Municipal	47
2.04.04 Permiso de Funcionamiento.....	47
2.04.05 Registro Sanitario.....	48
2.04.06 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.....	48
2.05 Factor Tecnológico	49

2.06 Entorno Local.....	49
2.06.01 Clientes Interno	49
2.06.02 Cliente Externo.....	50
2.06.03 Proveedores	50
2.06.04 Competencia Directa	51
2.06.05 Competencia Indirecta	51
2.07 Análisis Interno	51
2.08 Propuesta Estratégica	51
2.08.01 Misión	51
2.08.02 Visión	52
2.09 Objetivos	52
2.09.01 Objetivo General	52
2.09.02 Objetivo Especifico.....	52
2.09.04 Valores	53
2.09.05 Principios	53
2.10 Gestión Administrativa	54
2.10.01 Organigrama.....	54
2.10.02 Perfil Profesional.....	55
2.10.03 Manual de Funciones	56
2.10.02.01 Perfil Profesional Gerente General	56
2.10.03.01 Manual de Funciones Gerente General	57

2.10.02.02 Perfil Profesional Contador Externo.....	58
2.10.03.02 Manual de Funciones Contador Externo.....	59
2.10.02.03 Perfil Profesional Chef Pastelero.....	60
2.10.03.03 Manual de Funciones Chef Repostero.....	61
2.10.02.04 Perfil Profesional del Ayudante.....	62
2.10.03.04 Manual de Funciones del Ayudante.....	63
2.10.02.05 Perfil Profesional de Cajera.....	64
2.10.03.05 Manual de Funciones de Cajera.....	65
2.11 Gestión Operativa.....	66
2.11.01 Descripción de Actividades del flujograma de Producción.....	67
2.12 Gestión Comercial.....	68
2.12.01 Producto.....	68
2.12.02 Precio.....	69
2.12.03 Plaza.....	69
2.12.04 Promoción.....	70
2.12.05 Logotipo.....	71
2.12.06 Eslogan.....	71
2.12.07 Publicidad.....	72
2.13 Análisis FODA.....	75
CAPÍTULO III.....	79
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	79

3.1 Análisis del Consumidor	79
3.02 Determinación de la población y muestra.....	79
3.02.01 Población.....	79
3.02.02 Muestra.....	79
3.02.03 Técnicas de la Obtención de Información.....	80
3.02.04 Formato de la encuesta.....	80
3.02.05 Análisis de la Información	84
3.02.05.01 ¿Qué edad tiene usted?.....	84
3.02.05.02 ¿Qué tipo de postres consume?	85
3.02.05.03 ¿Los postres que usted consume están son endulzados con?.....	86
3.02.05.04 ¿Dónde adquiere estos productos?	87
3.02.05.05 Sabía Ud. que el consumo excesivo de azúcar y preservantes afectan a su salud y pueden producir (diabetes, ansiedad, osteoporosis, artritis y más).....	88
3.02.05.06 ¿Qué factor es la más importante al momento de realizar su compra?	89
3.02.05.07 ¿Consume usted cupcakes?	90
3.02.05.08 ¿Con que frecuencia consume los cupcakes?.....	91
3.02.05.09 ¿Conoce usted las ventajas o beneficios que le ofrece los cupcakes elaborados de harina de trigo y arveja?.....	92
3.02.05.10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de cupcake mediano de 100 gr?	93
3.02.05.11 ¿Le gustaría que los cupcakes se entreguen a domicilio?	94

3.02.05.12 ¿Adquiriría Cupcakes de sal y dulce elaborados a base con harina de trigo y arveja, con ingredientes sanos para usted?	95
3.02.05.13 ¿Porque medios Ud. le gustaría recibir publicidad y promociones?.....	96
3.03 Oferta	97
3.03.01 Oferta histórica.....	97
3.03.02 Oferta Actual.....	97
3.03.03 Oferta Proyectada.....	97
3.04 Productos Sustitutos.....	98
3.04.01 Oferta Histórica.....	98
3.04.02 Oferta Actual.....	99
3.04.03 Oferta Proyecta	99
3.05 Demanda	99
3.05.01 Demanda Histórica.....	99
3.05.02 Demanda Actual.....	100
3.05.03 Demanda Proyectada	100
3.06 Balance Oferta-Demanda.....	101
3.05.01 Balance Actual	101
3.05.02 Balance Proyectado.....	101
CAPÍTULO IV	102
4. ESTUDIO TÉCNICO	102
4.01 Tamaño del proyecto.....	102

4.01.01 Capacidad Instalada	102
4.01.02 Capacidad Óptima.....	104
4.02 Localización	105
4.02.01 Macro localización	106
4.02.02 Micro localización.....	107
4.02.03 Localización Óptima	107
4.03 Ingeniería del proyecto.....	108
4.03.01 Definición del Bien y servicio.....	108
4.03.02 Distribución de planta	109
4.03.02.01 Departamento de Producción	109
4.03.02.02 Oficina Administrativa.....	110
4.03.02.03 Recepción.....	110
4.03.02.04 Baño	111
4.03.03 Matriz S.L.P.	112
4.04 Proceso Productivo	114
4.04.01 Descripción de Actividades del flujograma de Producción	115
4.05 Maquinaria y Equipo.....	115
4.05.01 Menaje.....	116
4.05.02 Equipo de oficina	116
4.05.03 Equipo de Computación.....	117
4.05.04 Muebles y Enseres.....	117

CAPÍTULO V.....	118
5. ESTUDIO FINANCIERO	118
5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales	119
5.01.01 Ingresos Operacionales	119
5.01.02 Ingresos No Operacionales	119
5.2 Costos.....	120
5.02.01 Costos Directos	120
5.02.02 Materia Prima Directa (M.P.D)	121
5.02.03 Mano de Obra Directa (M.O.D).....	123
5.02.04 Costos Indirectos de Fabricación	124
5.02.05 Gastos Administrativos	124
5.02.06 Gastos de Ventas	125
5.02.07 Gastos Financieros	126
5.03 Costos Fijos y Variables	126
5.03.01 Costos fijos.....	126
5.03.02 Costos Variables	127
5.04 Inversión	127
5.04.01 Inversión Fija	127
5.04.02 Capital de Trabajo.....	127
5.04.03 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos	128
5.04.04 Amortización de Financiamiento	129

5.04.05 Depreciaciones	130
5.04.06 Estado de Situación Inicial.....	131
5.04.07 Estado de Resultados Proyectado.....	132
5.04.08 Flujo Neto de Efectivo	133
5.04.09 Flujo de Caja Proyectado	133
5.05 Evaluación Financiera.....	134
5.05.01 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (T.M.A.R).....	134
5.05.02 Valor Actual Neto (VAN).....	135
5.05.03 Tasas Interna de Retorno (T.I.R).....	135
5.05.04 Periodo de Recuperación de Inversión (P.R.I).....	136
5.05.05 Relación Costo Benéfico.....	136
5.05.06 Punto de Equilibrio	137
5.05.07 Análisis Financiero.....	139
5.05.08 Rentabilidad sobre Capital (R.O.E)	139
5.05.09 Rentabilidad sobre Activo (R.O.A).....	140
5.05.10 Índice de Endeudamiento del Activo	140
5.05.11 Razón Corriente	141
CAPÍTULO VI	142
6. ANÁLISIS DE IMPACTO	142
6.01 Impacto Ambiental.....	142
6.02 Impacto Económico	143

6.03 Impacto Productivo	143
6.04 Impacto Social	144
CAPÍTULO VII	145
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	145
7.01 Conclusiones	145
7.02 Recomendaciones	146
BIBLIOGRAFÍA.....	147

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 PIB	31
Tabla 2 PIB Sectorial	32
Tabla 3 Inflación	34
Tabla 4 Inflación Mensual Quito	35
Tabla 5 Tasa Interés Activa.....	36
Tabla 6 Tasa Pasiva.....	37
Tabla 7 Riesgo País.....	38
Tabla 8 Balanza Comercial	39
Tabla 9 Tasa de empleo.....	40
Tabla 10 PEA	41
Tabla 11 Tasa de Desempleo	42
Tabla 12 Subempleo.....	43
Tabla 13 S.B.U	44
Tabla 14 Comparación	45
Tabla 15 Proveedores	50
Tabla 16 Perfil profesional gerente	56
Tabla 17 Manual de Funciones Gerente.....	57
Tabla 18 Perfil Profesional Contador externo.....	58
Tabla 19 Manual de Funciones Contador Externo.....	59
Tabla 20 Perfil Profesional Chef Pastelero	60
Tabla 21 Manual de Funciones Chef Repostero	61
Tabla 22 Perfil Profesional Ayudante	62

Tabla 23 Manual de Funciones Ayudante	63
Tabla 24 Perfil Profesional Cajera	64
Tabla 25 Manual de Funciones Cajera.....	65
Tabla 26 FODA.....	75
Tabla 27 Edad	84
Tabla 28 Competencia	85
Tabla 29 Tipo de Endulzantes.....	86
Tabla 30 Lugar de compra	87
Tabla 31 Exceso de preservantes	88
Tabla 32 Factor importante de compra	89
Tabla 33 Consumo Aparente	90
Tabla 34 Frecuencia de consumo.....	91
Tabla 35 Beneficios	92
Tabla 36 Precio	93
Tabla 37 Forma de entrega	94
Tabla 38 Implementación	95
Tabla 39 Publicidad	96
Tabla 40 Oferta Actual.....	97
Tabla 41 Oferta Proyectada	98
Tabla 42 Oferta Proyectada	98
Tabla 43 Oferta Actual.....	99
Tabla 44 Oferta Proyectada	99
Tabla 45 Demanda Histórica	100
Tabla 46 Demanda Actual	100
Tabla 47 Demanda Proyectada	101

Tabla 48 Balance actual	101
Tabla 49 Balance Proyectado.....	101
Tabla 50 Cupcake sal	103
Tabla 51 Cupcake Dulce	103
Tabla 52 Cupcakes sal.....	104
Tabla 53 Cupcake Dulce	105
Tabla 54 Distribución de la Planta	109
Tabla 55 Código de cercanía.....	112
Tabla 56 Grados de Cercanía	113
Tabla 57 Maquinaria y Equipo.....	116
Tabla 58 Menaje.....	116
Tabla 59 Equipo de Oficina	117
Tabla 60 Equipo de Computación.....	117
Tabla 61 Muebles y Enseres	117
Tabla 62 Cupcake Sal.....	119
Tabla 63 Cupcakes Dulce.....	119
Tabla 64 Cupcake Sal.....	120
Tabla 65 Cupcake Dulce	121
Tabla 66 Cupcake Sal.....	122
Tabla 67 Cupcake Dulce	122
Tabla 68 Cupcake de Sal.....	123
Tabla 69 Cupcake Dulce	123
Tabla 70 Cupcake Sal.....	124
Tabla 71 Cupcake de Dulce	124
Tabla 72 Gastos Administrativos	125

Tabla 73 Gasto de Ventas	126
Tabla 74 Gastos Financieros	126
Tabla 75 Inversión Fija	127
Tabla 76 Capital de Trabajo.....	128
Tabla 77 Fuente de Usos y Fondos	128
Tabla 78 Tabla de Amortización.....	129
Tabla 79 Depreciaciones.....	131
Tabla 80 Estado Situación Inicial	131
Tabla 81 Estado de Resultados Proyectado	132
Tabla 82 Flujos Netos de Efectivo.....	133
Tabla 83 Flujo de caja.....	134
Tabla 84 PRI	136

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 PIB	32
Figura 2 PIB Sectorial	33
Figura 3 Inflación	34
Figura 4 Inflación Quito	35
Figura 5 Tasa de interés Activa	36
Figura 6 Tasa Pasiva	37
Figura 7 Riesgo País	38
Figura 8 Balanza Comercial	39
Figura 9 Tasa de Empleo	40
Figura 10 PEA	41
Figura 11 Tasa de Desempleo	42
Figura 12 Tasa Subempleo	43
Figura 13 S.B.U	44
Figura 14 Comparación	45
Figura 15 Organigrama	55
Figura 16 Gestión Operativa	66
Figura 17 Localización	70
Figura 18 Logotipo	71
Figura 19 Eslogan	71
Figura 20 Tarjeta Presentación	72
Figura 21 Hoja Membretada	72
Figura 22 Página web	73
Figura 23 Pagina Facebook	73

Figura 24 Cuenta Instagram.....	74
Figura 25 Edad.....	84
Figura 26 Competencia.....	85
Figura 27 Tipo de Endulzantes	86
Figura 28 Lugar de compra.....	87
Figura 29 Exceso de preservantes.....	88
Figura 30 Factor importante de compra.....	89
Figura 31 Consumo aparente	90
Figura 32 Frecuencia de consumo	91
Figura 33 Beneficios	92
Figura 34 Precio.....	93
Figura 35 Forma de entrega	94
Figura 36 Consumo.....	95
Figura 37 Publicidad.....	96
Figura 38 Macro Localización	106
Figura 39 Micro Localización.....	107
Figura 40 Distribución de la Planta	109
Figura 41 Depto. Producción	110
Figura 42 Oficina Administrativa	110
Figura 43 Recepción	111
Figura 44 Baño.....	111
Figura 45 Matriz S.L.P.....	112
Figura 46 Proceso Productivo.....	114
Figura 47 Punto de Equilibrio Cupcake Sal.....	138
Figura 48 Punto de Equilibrio Cupcake Dulce	139

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Maquinaria y Equipo	162
Anexo 2 Equipo de Computación	163
Anexo 6 Menaje	164
Anexo 7 Encuesta.....	165
Anexo 9 Formulario de Inscripción y Actualización del Registro de Actividades Económicas	167

RESUMEN EJECUTIVO

“The Healthy Cupcake” está enfocada en el bienestar del cliente ya que los cupcakes que se ofrecen son aptos para todo tipo de consumidor, ya sea si les gusta de dulce o de sal, además cualquier opción que elija estará cuidando la salud de los consumidores debido a los ingredientes que posee, al consumir las personas no estarían afectando su régimen alimenticio.

Para determinar que el proyecto es factible se han analizado factores sociales, económicos y legales que, mediante la información recopilada, se ha establecido que en el medio en el cual la empresa se va a desarrollar está en crecimiento debido a la demanda que tiene el producto, además al introducir al mercado cupcakes no solo de dulce si no de sal para los consumidores es algo novedoso por lo que se está ampliando el nicho de mercado. Porque no solo habrá gente joven quien consuma, si no adultos lo harán también, puesto que no afectara a su salud.

Durante el proceso de investigación que se llevó a cabo para establecer si el proyecto es factible se analizó diferentes aspectos mediante capítulos.

En el segundo capítulo se determina las diferentes variables como el económica por medio de los indicadores económicos como el PIB, Inflación y más, considerando los más importantes para el proyecto,

En el quinto capítulo es el más importante, ya que ahí se observa si el proyecto es viable ya que es el estudio financiero se determina la inversión a utilizarse, el capital de trabajo, las ventas, el precio de venta y si este va a alcanzar para cubrir todos los gastos que tenga la empresa.

ABSTRACT

"The Healthy Cupcake" is focused on the well-being of the customer since the cupcakes on offer are suitable for all types of consumers, whether they like sweet or salt, in addition whatever option you choose will be taking care of the health of consumers due of the ingredients it possesses, consuming by the people would not be affecting their diet.

To determine that the project is feasible have analyzed social, economic and law factors that, through the gathering information that has been resolved, that the medium in which the company is going to develop is increasing due to the demand of the product, also, to introduce to the market cupcakes not only of sweet if not of salt for the consumers is something novel reason why is being enlarged the niche of market. Because not only young people are who consume, the adults will also consume, since it would not affect their health.

During the research process that was carried out to establish if the project is feasible different aspects were analyzed through chapters.

The second chapter determines the different variable as the economic by means of economic indicators such as GDP, Inflation and more, considering the most important for the project,

In the fifth chapter is the most important, since there is observed if the project is feasible since it is the financial study determines the investment to be used, working capital, sales, selling price and if it will cover all expenses that the has company.

INTRODUCCIÓN

El proyecto pertenece al sector de alimentos y bebidas el cual aporta al producto interno bruto manufacturero con el 36,6% y el 11% pertenece a las plazas de empleos que genera el sector, El Producto Interno Bruto manufacturero ha tenido una ligera caída de \$ 3.428 millones en el 2015 a \$ 3.399 millones en el 2016, ya que en comparación con los demás sectores ha sido mínima la reducción teniendo en cuenta que el país está pasando por una crisis que ha afectado a ciertos sectores productivos del país a unos más que otros.

El proyecto tiene por objetivo el estudio de factibilidad para la implementación de una micro empresa dedicada a la producción y comercialización de cupcakes de sal y dulce, con lo cual se desea llevar a cabo el proyecto en el Norte del Distrito Metropolitano De Quito sector San Carlos. Para llevar adelante el estudio se realizarán un estudio técnico, estudio financiero, evaluación financiera, análisis de impacto y más.

De esta forma en el estudio del entorno o análisis situacional se determinará la incidencia de las diferentes variables del entorno externo e interno frente a la empresa que será objeto de estudio, además se va a crear todo lo referente a la propuesta estratégica, que se abarca aspectos relacionados a la estructura organizacional y su administración.

En la investigación de mercado se hará un estudio de acuerdo con la población y se determinará la muestra para establecer la oferta y la demanda, los requerimientos del cliente con referencia a sus gustos y preferencias.

Objetivo 3: “Mejorar la calidad de vida de la población”.

“Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social”. (Plan Nacional del Buen Vivir)

Establece “el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios”. Por ello, mejorar la calidad de vida de la población (Plan Nacional del Buen Vivir)

En proyecto de la implementación de una micro empresa dedicada a la producción y comercialización de cupcakes elaborados con ingredientes saludables como la harina de trigo, harina de arveja y la harina integral. Mediante objetivo 3 lo que se busca es mejorar la calidad de vida en la población mediante una buena alimentación y nutrición, ya que es un producto de consumo sano.

Objetivo 9. “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas”

“Impulsar las actividades económicas que generen trabajo, garanticen remuneraciones justas, ambientes de trabajo saludables, estabilidad laboral y la total falta de discriminación. Una sociedad que busque la justicia y la dignidad como principios fundamentales no solamente debe ser evaluada por la cantidad de trabajo que genera, sino también por el grado de cumplimiento de las garantías que se establezcan y las condiciones y cualidades en las que se efectúe. Asimismo, debe garantizar un principio de igualdad en las oportunidades al trabajo y debe buscar

erradicar de la manera más enfática cualquier figura que precarice la condición laboral y la dignidad humana. (Plan Nacional del Buen Vivir)

El proyecto aportará a la matriz productiva con fuentes de empleo para las personas que más lo necesiten y en especial a aquellas personas que por su orientación sexual o etnia son discriminadas, por eso la empresa tendrá como prioridad a estas personas. Además, se cumplirá con todos los beneficios que la ley ha establecido.

CAPÍTULO I

1.02 Justificación

El desarrollo de este proyecto se basa en una opción saludable y atractiva para el consumo de las personas ya que una buena alimentación es importante. Los cupcakes están pensados en el estilo de vida fit que muchas personas mantienen, los cupcakes es una manera rica, diferente y saludable de cuidar al cuerpo, ya que los ingredientes de con los cuales están elaborados son totalmente orgánicos además están hechos de harinas de arveja y harinas de trigo.

Las harinas son un alimento que pertenece a la categoría de los cereales, las propiedades que otorga la harina de trigo es que es rico en carbohidratos, minerales como: hierro, proteínas, calcio fibra, zinc, magnesio y vitaminas como: A, B1 B2 B3, B6, B12; y sobre todo no tiene colesterol por ese motivo es apto para el consumo de aquellas personas que sufre de colesterol alto.

Las propiedades nutricionales de la harina de arveja es una fuente rica de carbohidratos, posee un alto nivel de fibra, hierro y proteína también de vitaminas como: B1, B12, C, D, y una alta concentración de un aminoácido como lisina y fibra, por lo que el consumo de este tipo de harina ayuda a que el organismo funcione correctamente. Además, al ser combinada con la harina de trigo ambas harinas se complementan porque lo que le falta a la una lo complementa la otra y en gran proporción, por lo que juntas cumplen con todos los nutrientes necesarios que una dieta y el cuerpo requieren.

El proyecto contribuirá a la economía del país brindando a la comunidad plazas de empleo, brindar a los consumidores productos de calidad, y sobre todo así ser competitivos frente a las empresas existentes en el mercado satisfaciendo la necesidad del comprador de adquirir algo nuevo como lo son los cupcakes de sal y dulce, siendo una experiencia agradable y nueva para aquellas personas que deseen sentir un sabor diferente.

Los cupcakes debido a su gran acogida y popularidad que estos pequeños pastelitos han venido adquiriendo durante los últimos años, ahora se los puede encontrar en todo tipo de compromisos sociales y empresariales, como un postre o reemplazando a un pastel, debido a su gran versatilidad debido a que pueden ser de diferentes sabores, decoración se puede realizar conforme la necesidad del cliente, llegando a ser personalizada. Además, se puede añadir y hacer a un compromiso más atractivo es un cupcake de sal que puede ser como plato de entrada o acompañando su plato fuerte de esta forma les dará un toque diferente a sus compromisos.

Esta micro empresa pone como prioridad al consumidor siendo así que para la elaboración de los cupcakes de dulce se utilizara un endulzante natural como es la Stevia, que ayuda a prevenir enfermedades que se derivan del consumo de azúcar, ya que la Stevia no tiene contraindicaciones y puede ser consumida hasta por las personas diabéticas.

A la venta existen cupcakes de sabores tradicionales que en cualquier parte se puede adquirir, porque únicamente se dedican a elaborar cupcakes habituales y no se arriesgan a buscar nuevas combinaciones tanto de sabores como en su decoración, ya que no solo son especializados en los cupcakes si no que tienen

otros productos alternos, así que no se dedican a innovar o buscar alternativas diferentes de elaborar los cupcakes, como por ejemplo los cupcakes de sal que con el temor de tal vez a las personas no les guste no los hacen.

Los tipos de cupcakes que se ofrece son de dulce y sal, los cupcakes de sal serán rellenos de carne, queso y jamón y pizza, los de dulce serán de chocolate y menta, tres leches, naranja y chocolate, y otros más.

1.03 Antecedentes

Los cupcakes son pasteles del tamaño de una tasa (pastel de tasa) por eso su nombre su origen se les atribuye a las estadounidenses, En el siglo XIX, antes que surgieran los moldes se usaban tazones o cazuelas de barro para ser horneados, Su primera mención fue en el año 1796, cuando Amalia Simms lo mencionó como una “tartaleta que se cocina en pequeñas tazas”, en su libro “American Cookery”.

(Lema Castillo , 2015, pág. 40)

En el año 2010 la presentadora de televisión Martha Stewart publicó un libro dedicado a los cupcakes. (Lema Castillo , 2015)

Debido a que cada vez más se han dado a conocer los cupcakes de diferente forma ya sea mediante libros, internet o difusión televisiva y que estos llegan a varios países, como consecuencia de esto ahora los cupcakes se pueden preparar con una inmensidad de ingredientes para crear nuevas y deliciosas combinaciones de sabores, hacer infinitos tipos de decoraciones usando temáticas de mucha popularidad o personalizarlas conforme a los deseos del consumidor. Pero estas no se preocupan por el bienestar del cliente, entre sus ingredientes de preparación utilizan aquellos que perjudican a su salud y pues tan solo les preocupa vender, por

eso se ve la necesidad de crear una microempresa de cupcakes que se preocupe por la salud del cliente.

Existen tiendas que comercializan cupcakes, pero estas no tienen como su prioridad la salud del consumidor, el motivo es que los preparan con harinas refinadas que poco a porte nutricional tienen o porque usan ingredientes que en su composición están preservantes químicos que perjudican a la salud de quien consuma los cupcakes.

Además, los cupcakes que actualmente se ofertan en el mercado son solamente de dulce estos cupcakes son endulzados con azúcar blanca, la cual es causante de una grave enfermedad como es la diabetes, por lo que al someterse al refinamiento pierde muchas de sus propiedades.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

2.01 Ambiente Externo

“Está formado por un conjunto de fuerzas y condiciones que existen fuera de la organización y que potencialmente influye en su desempeño. Tales fuerzas se dividen en tecnológicas, económicas, políticas-legales”. (Hitt, 2006, pág. 77)

2.02 Factor Económico

2.02.01 Producto Interno Bruto

“El PIB es el valor total de los bienes y servicios finales producidos en la economía de un país en un año”. (Krugman & Wells , 2006, pág. 170). Mide el crecimiento o decrecimiento de la producción de las empresas tanto nacionales como extranjeras que se encuentran dentro del país.

Tabla 1 PIB

Años	%
2012	4,80%
2013	5,70%
2014	2,60%
2015	-2,00%
2016	1,50%

Fuente: BCE

Elaborado por: Carla Amaguaya

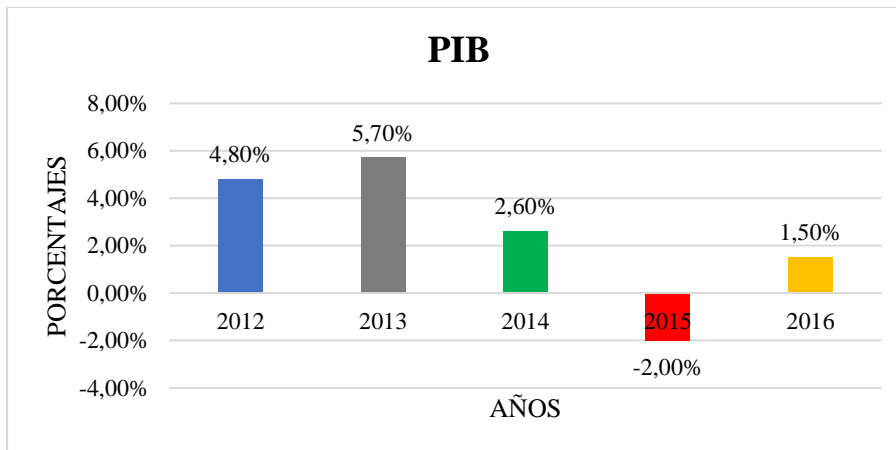


Figura 1 PIB

Fuente: BCE

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: El porcentaje del PIB registraba porcentajes positivos, pero en el 2015 debido a la crisis económica por la cual pasa el país, registro números negativos lo cual indicaba que el país empezaba una recesión económica, ya que aumento la tasa de desempleo e inflación, ha bajado la inversión extranjera y las exportaciones debido a la apreciación del dólar, también, el bajo precio del petróleo y el endeudamiento para cubrir los altos gastos del gobierno, por esto se ha afectado el PIB. Pero en 2016 se registra números positivos lo que indica que la económica se está recuperando.

2.02.02 PIB Sectorial (Manufacturero)

Tabla 2 PIB Sectorial

Años	%
2012	0,34%
2013	0,31%
2014	0,29%
2015	-0,19%
2016	0,28%

Fuente: BCE

Elaborado por: Carla Amaguaya

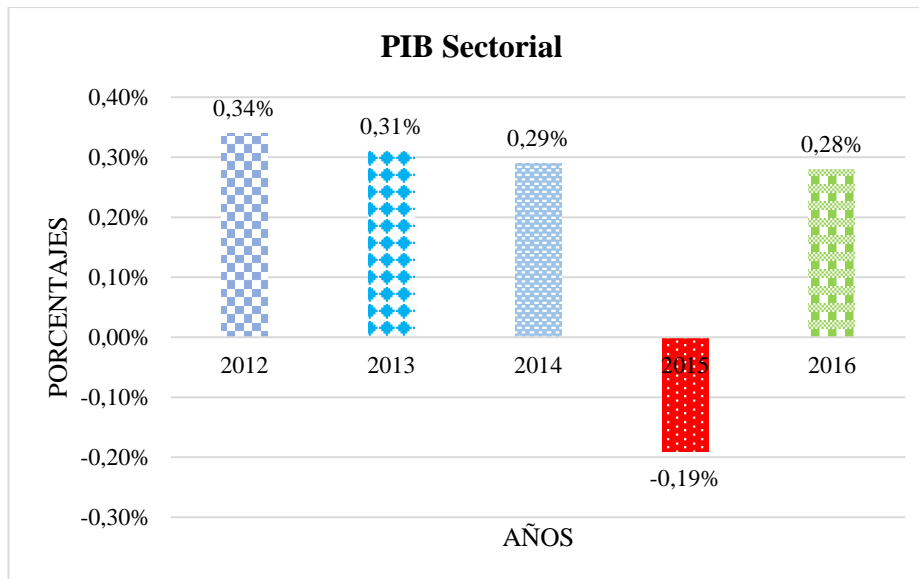


Figura 2 PIB Sectorial

Elaborado por: Carla Amaguaya

Fuente: BCE

Análisis: El sector al cual pertenece la empresa es al sector manufacturero, la contribución anual de la industria ha ido decreciendo, pero en el 2015 tuvo porcentaje negativo del -0,19%, esto debido a que el país se vio afectado en su economía, ya que se vio una disminución en el consumo interno y las condiciones de vida de la población se vio afectada.

2.02.03 Inflación

“Es la tasa de aumento del nivel de precios. En una economía donde el tipo de interés mantengan sus valores de equilibrio, el nivel de precios es proporcional a la oferta monetario. El aumento de dinero aumenta los precios”. (Hall & Taylor , 2006, pág. 148)

Tabla 3 Inflación

AÑOS	%
2012-04-30	5,42%
2013-04-30	3,03%
2014-04-30	3,11%
2015-04-30	4,32%
2016-04-30	1,78%
2017-04-30	1,09%

Elaborado por: Carla Amaguaya

Fuente: BCE

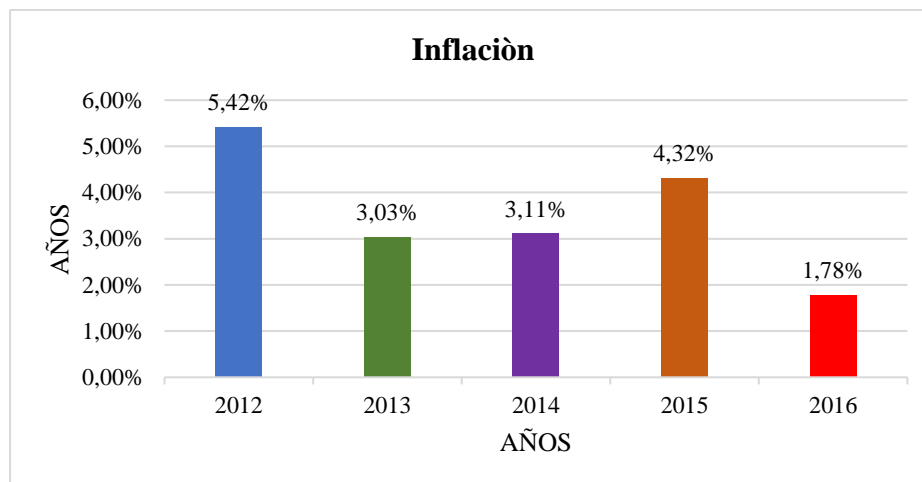


Figura 3 Inflación

Elaborado por: Carla Amaguaya

Fuente: BCE

Análisis: La inflación desde abril del 2016 hasta abril del 2017, se registra los porcentajes más bajos de los últimos 6 años, teniendo del 1,78% y 1,09% respectivamente, esto debido a que a pesar de que la economía de América Latina no está en su mejor época, la del país se dice que su economía está en crecimiento, pero aunque los índices se muestren bajos no significa que nuestro país se encuentre estable, pues la causa de que la inflación sea mínima es porque las personas han bajado su consumo y solo gastan lo necesario.

2.02.04 Inflación Mensual de la Quito

Tabla 4 Inflación Mensual Quito

Años	%
2012-04-30	0,01%
2013-04-30	-0,07%
2014-04-30	0,28%
2015-04-30	0,91%
2016-04-30	0,27%
2017-04-30	0,13%

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

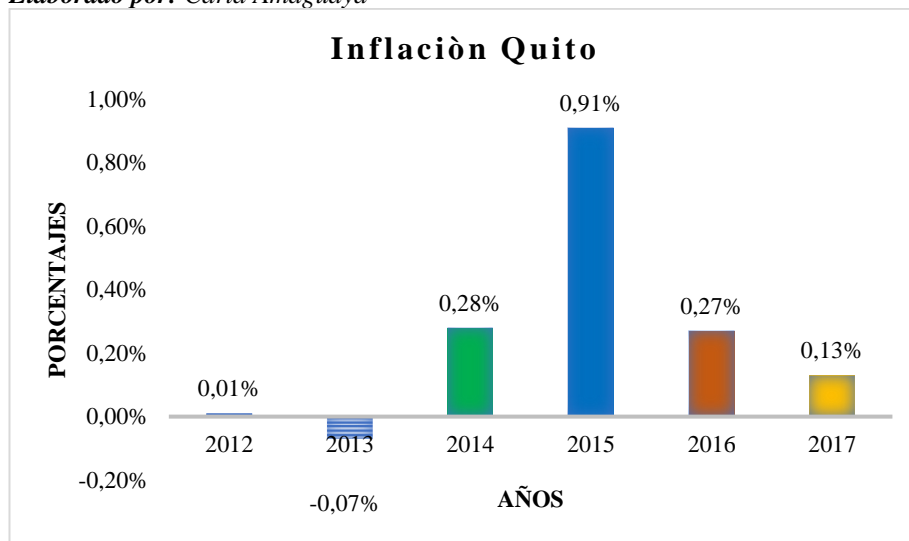


Figura 4 Inflación Quito

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: La inflación más alta en la ciudad de Quito es en 2015 que registra 0,91% en el mes de abril, pero en el año actual tan solo tiene un 0,13% lo que indica que en la ciudad de Quito no existen incrementos de precios tan altos.

2.02.05 Tasa de Interés Activa (PYMES)

“Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito. Son activas porque son recursos a favor de la banca”.

(Superintendencia de Bancos y Seguros, 2009).

Tabla 5 Tasa Interés Activa

Años	%
2012-04-30	11,20%
2013-04-30	11,20%
2014-04-30	11,20%
2015-04-30	11,16%
2016-04-30	10,28%
2017-04-30	11,04%

Fuente: BCE

Elaborado por: Carla Amaguaya

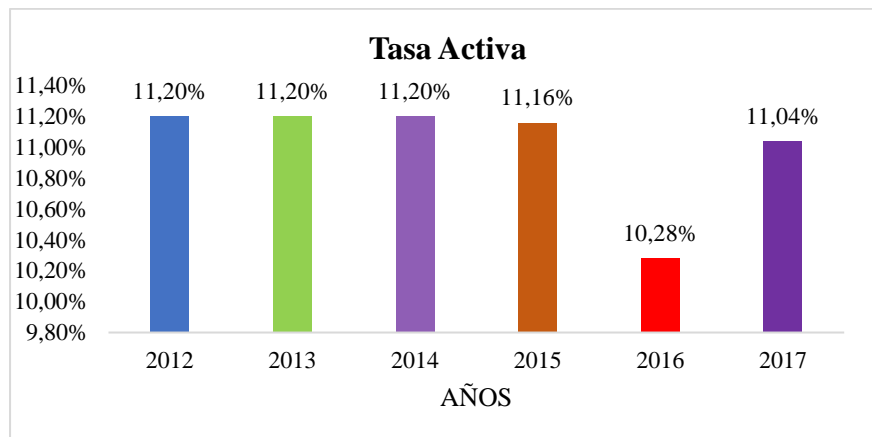


Figura 5 Tasa de interés Activa

Elaborado por: Carla Amaguaya

Fuente: BCE

Análisis: La tasa de interés para las pymes se observa en los primeros años se ha mantenido mientras que en los últimos se ve una disminución y un alza, siendo esto perjudicial para las pymes ya que si sube o baja drásticamente los porcentajes significa que no tiene seguridad al pedir un crédito a las entidades financieras.

2.02.06 Tasa de Interés Pasiva

“Es la tasa de interés que pagan las entidades financieras por depositar su dinero en estas, por lo general esta tasa es menor a la tasa activa esto se debe a que las instituciones deben tener ganancia”. (Jacome , y otros, 2010, pág. 71)

Tabla 6 Tasa Pasiva

Años	%
2012-04-30	5,35%
2013-04-30	5,35%
2014-04-30	5,35%
2015-04-30	7,51%
2016-04-30	7,84%
2017-04-30	7,21%

Elaborado por: Carla Amaguaya

Fuente: BCE

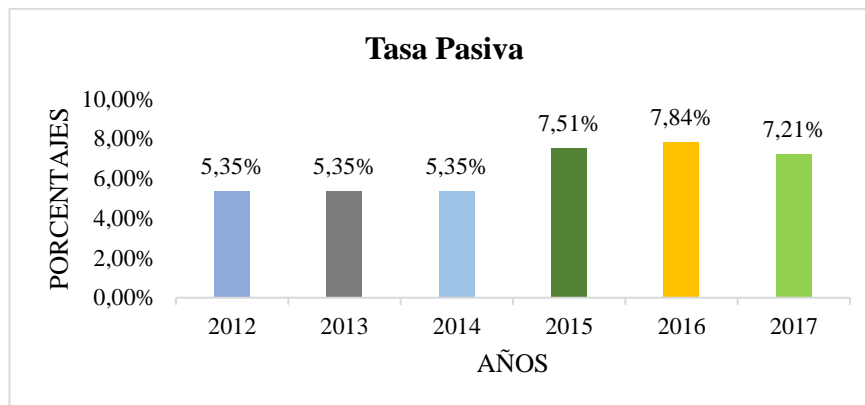


Figura 6 Tasa Pasiva

Elaborado por: Carla Amaguaya

Fuente: BCE

Análisis: La tasa de interés pasiva no ha tenido variaciones significativas, aunque el porcentaje más alto se tuvo en abril 2015 y 2016, siendo estos porcentajes positivos para los depositantes ya que los intereses por sus depósitos son más altos que años anteriores, por lo que de alguna forma incentiva al ahorro.

2.02.07 Riesgo País

“Mide la capacidad de pagar de un país para cumplir con los pagos de los intereses y del capital de un crédito al momento de su vencimiento. Determina cual sería la predisposición de un país para honrar las obligaciones contraídas con sus acreedores”. (Lampitz, Gonfirkiel , Acosta, & Gudynas, 2005, pág. 10)

Tabla 7 Riesgo País

Años	Puntos
30/04/2012	792
30/04/2013	647
30/04/2014	361
30/04/2015	672
30/04/2016	941
30/04/2017	667

Elaborado por: Carla Amaguaya

Fuente: BCE

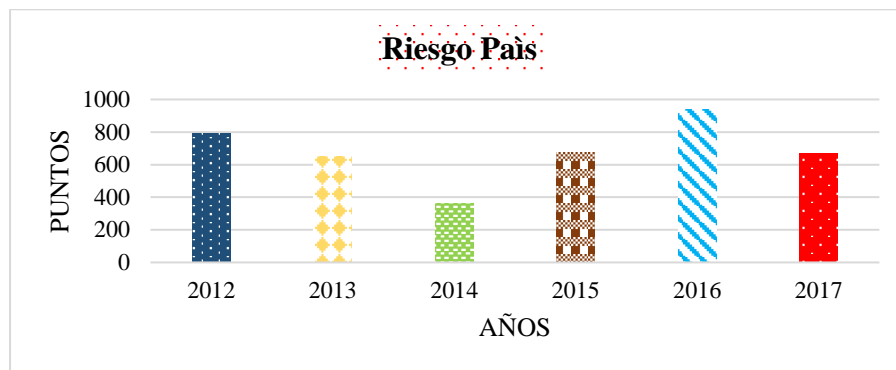


Figura 7 Riesgo País

Elaborado por: Carla Amaguaya

Fuente: BCE

Análisis: El riesgo durante los últimos años, en el 2016 se ha registrado los puntos más altos alcanzando los 900 puntos, esto fue debido a la crisis mundial que existe, al disminuir la inversión extranjera, el cambio constante en las leyes políticas, por eso el país no es muy atractivo para los inversionistas por el riesgo político y la inestabilidad económica.

2.02.08 Balanza Comercial

“En la balanza comercial se registra de las importaciones y exportaciones que realiza un país durante un periodo de un año. Si su saldo es positivo es cuando las exportaciones son mayores a lo que se importa se llama Superávit, el saldo es negativo es cuando las importaciones son mayores a la que se exporta, se llama Déficit”. (PRO ECUADOR, 2013)

Tabla 8 Balanza Comercial

	Diciembre 2015		Diciembre 2016		Variación 2015-2016	
	TM	\$ FOB	TM	\$ FOB	\$ FOB	
Balanza Comercial	\$-2.129,60		\$1.247,10		\$3.376,70	158,60%

Elaborado por: Carla Amaguaya
Fuente: BCE

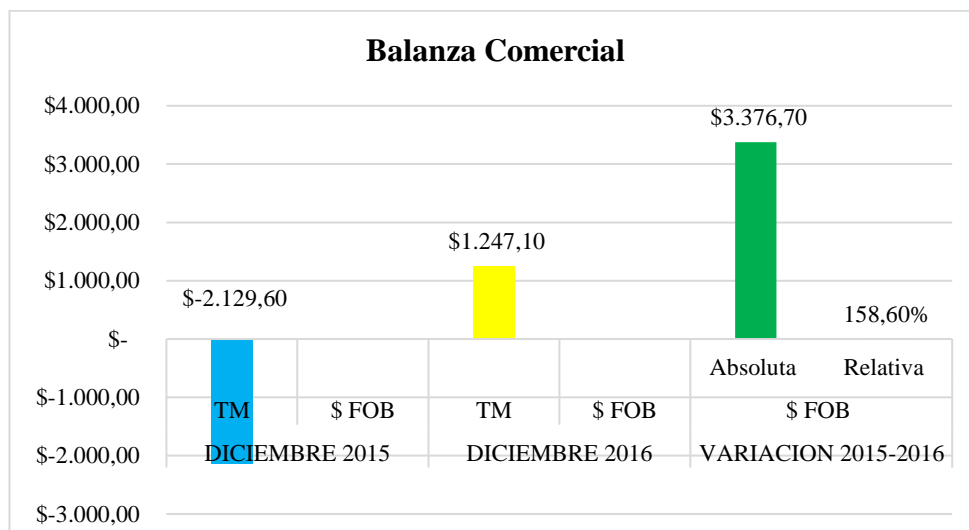


Figura 8 Balanza Comercial
Elaborado por: Carla Amaguaya
Fuente: BCE

Análisis: La balanza comercial para el 2016 termino con superávit de \$1,247.0 millones lo que representa el 158,60% más que en el 2015, esto es debido a la restricción del gobierno a las empresas para que se realice importaciones obligando al empresario a adquirir materia prima del país, ayudando así el consumo interno.

2.03 Factor Social

2.03.01 Empleo

Es un actividad o trabajo, ocupación u oficio, donde las personas son contratadas para realizar algún tipo de actividad y por ello reciben una remuneración económica, que sirve para cubrir sus necesidades básicas. Estas personas trabajan por 8 horas diarias.

Tabla 9 Tasa de empleo

Años	%
2012-04-30	50,20%
2013-04-30	48,70%
2014-04-30	49,80%
2015-04-30	43,70%
2016-04-30	40,00%
2017-04.30	38,50%

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

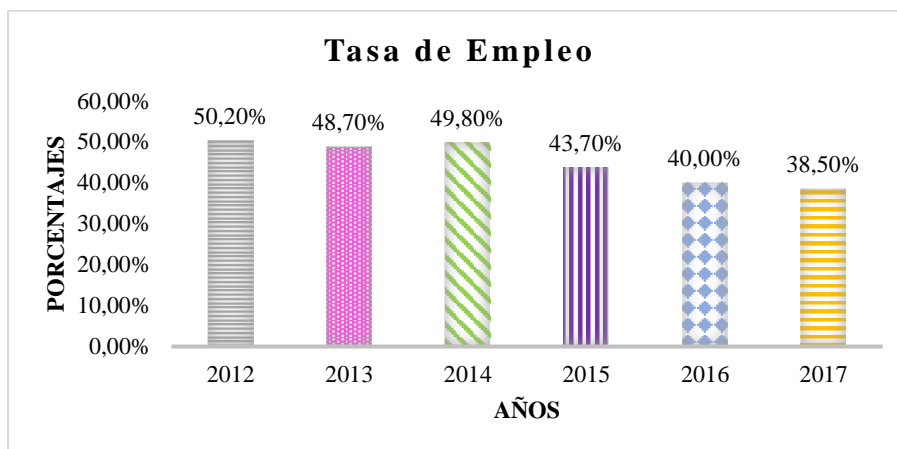


Figura 9 Tasa de Empleo

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: La tasa de empleo según estadísticas del INEC muestra que para abril 2017 el porcentaje ha aumentado a 38,50%, la tasa de empleo ha disminuido porque las empresas extranjeras se han reducido y con ellas las plazas de empleo.

2.03.02 PEA (Población Económicamente Activa)

“Son aquellas personas que tienen la edad de 15 años o más que pueden trabajar que tienen la disponibilidad y capacidad para trabajar o trabajaron en la semana por lo menos una hora y recibieron una remuneración económica, realizando diferentes actividades productivas”. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015, pág. 8)

Tabla 10 PEA

Años	%
2012-04-30	61,70%
2013-04-30	62,10%
2014-04-30	64,50%
2015-04-30	69,00%
2016-04-30	68,60%
2017-04-30	68,90%

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

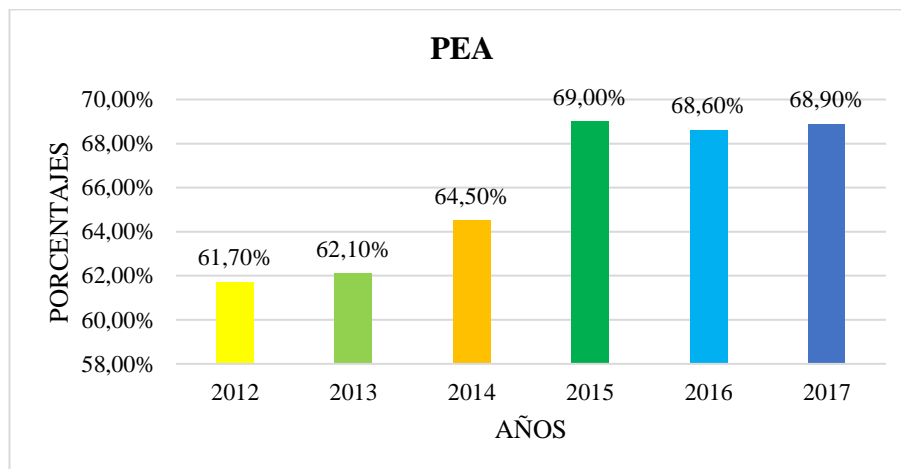


Figura 10 PEA

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: La población económicamente activa ha ido aumentando conforme los años ya que gran parte de la población son personas jóvenes que pueden trabajar, esto es muy favorable.

2.03.03 Desempleo

Son personas que se encuentran en la edad de trabajar y tienen disponibilidad y capacidad, pero por diferentes causas estas personas se encuentran buscando trabajo.

Tabla 11 Tasa de Desempleo

Años	%
2012-04-30	4,91%
2013-04-30	4,61%
2014-04-30	4,86%
2015-04-30	3,80%
2016-04-30	5,70%
2017-04-30	4,40%

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

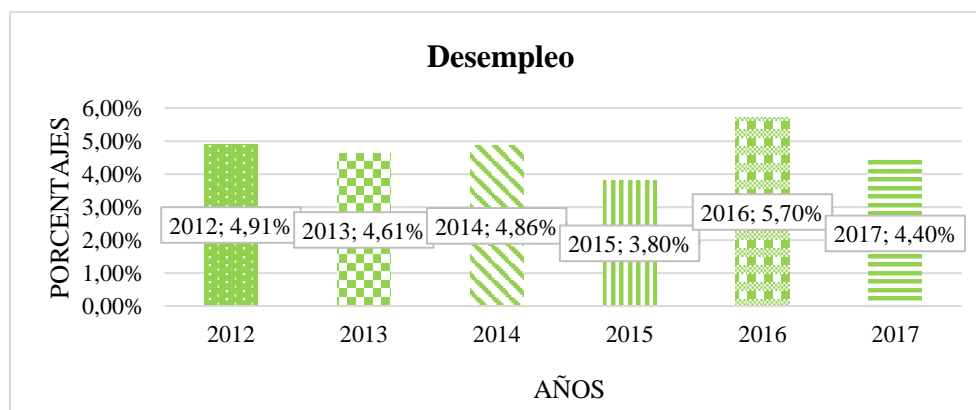


Figura 11 Tasa de Desempleo

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: La tasa de desempleo va en aumento en el 2016, presentando este año la tasa más alta de los últimos años llegando a un 5,70%, esto debido al cierre de muchas empresas tanto extranjeras como nacionales, como causa de la crisis económica y la inestabilidad política, ya que el gobierno pone muchas trabas e impuestos para que compañías extranjeras se establezca en el país.

2.03.04 Sub Empleo

“Son personas con empleo que durante una semana percibieron ingresos inferiores al salario mínimo o trabajaron menos de la jornada legal”. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

Tabla 12 Subempleo

Años	%
2012-04-30	9,01%
2013-04-30	11,60%
2014-04-30	12,60%
2015-04-30	13,40%
2016-04-30	17,10%
2017-04-30	21,40%

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

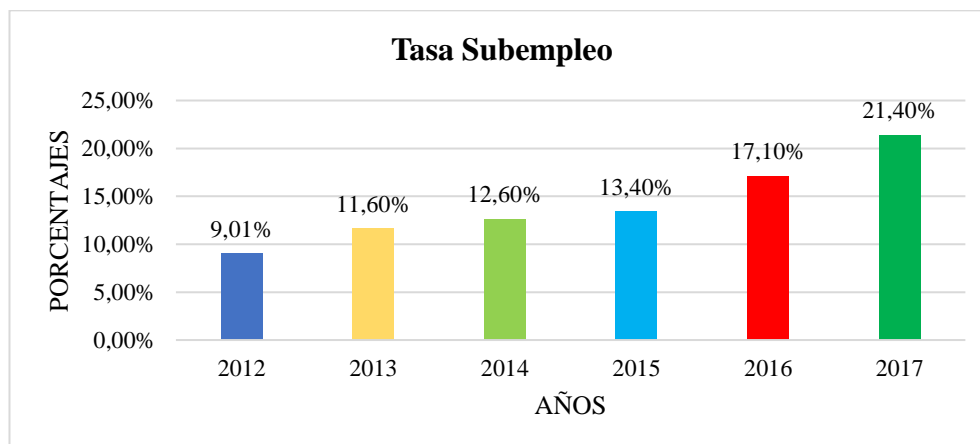


Figura 12 Tasa Subempleo

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: El porcentaje del subempleo ha aumentado para el 2016 al 17,10% ya que al no haber las suficientes plazas de empleo las personas se ven en la necesidad de buscar formas de obtener ingresos dedicándose a la venta ambulante aprovechando ciertas épocas.

2.03.05 Comparación entre Canasta Básica Familiar y Salario Básico

“La Canasta Familiar Básica es un conjunto de bienes y servicios que son imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas del hogar tipo compuesto por 4 miembros con 1,6 perceptores de ingresos, que ganan la remuneración básica unificada”. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017).

Salario Básico Unificado

“Es una cantidad mínima de dinero determinado anualmente por el gobierno de un país. Las personas lo reciben por realizar una determinada actividad que los empleadores pagan”. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017)

Tabla 13 S.B.U

Años	S.B.U
2012	\$292
2013	\$318
2014	\$340
2015	\$354
2016	\$366
2017	\$375

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

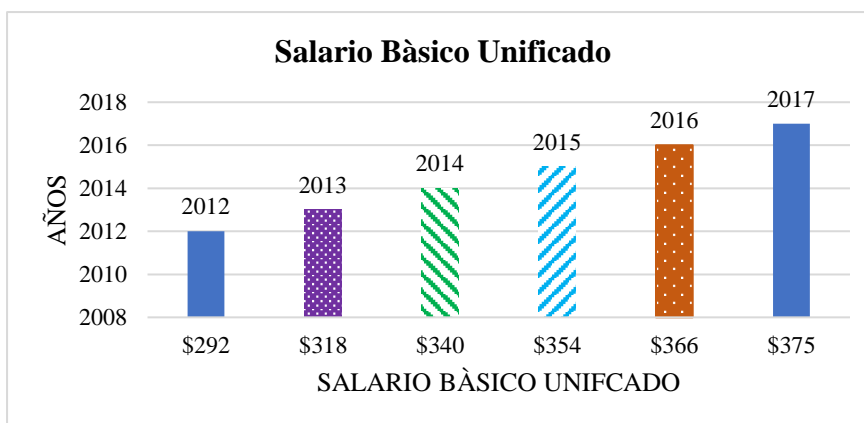


Figura 13 S.B.U

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

Tabla 14 Comparación

Años	Valor
2012	92,62%
2013	98,03%
2014	100,17%
2015	99,99%
2016	100,00%
2017	99,14%

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

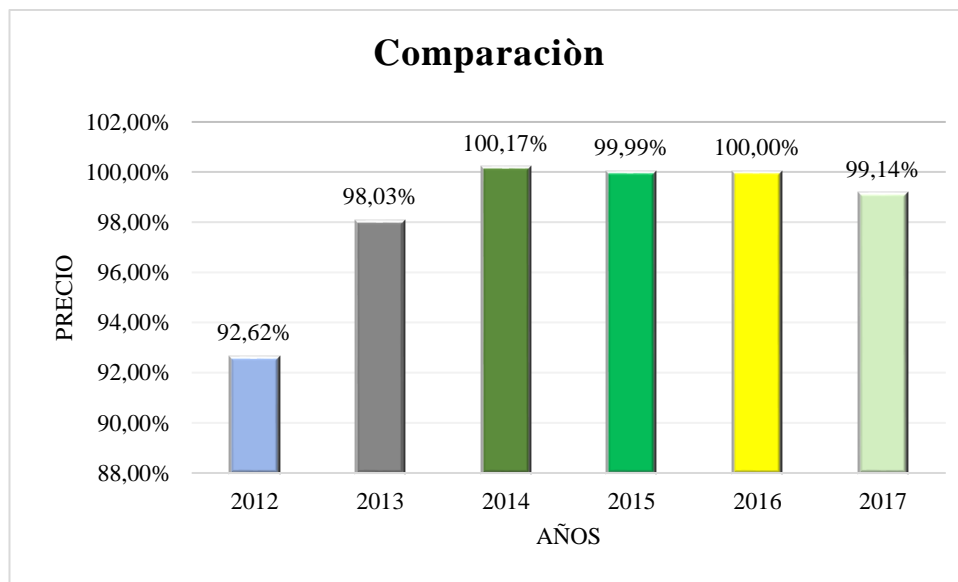


Figura 14 Comparación

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: El porcentaje de cobertura de la canasta básica con el S.B.U ha ido subiendo al transcurrir los años, llegando al 100% en el 2014, lo que indica que se puede adquirir todos los artículos de la canasta básica, pero obviamente tomando en cuenta los ingresos de padre y madre con todos los beneficios de ley mensualmente y una familia de 4 personas, por lo que solamente así se lograría adquirir los productos de primera necesidad.

2.04 Factor Legal

“Conjunto de factores que permiten definir el sistema institucional de una nación determinada. Es decir, las normas que rigen las relaciones económicas, jurídicas y sociales entre los diferentes. Incluye la regulación en materia laboral y también fiscal (regulación de impuestos)”. (Iborra, Dasi, Dolz, & Ferrer, 2014, pág. 97)

2.04.01 RUC (Registro Único de Contribuyentes)

“Registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la administración tributaria. Número de identificación para todas las personas naturales o sociedades que realicen alguna actividad económica en el país”. (Servicio de Rentas Internas, 2016)

Requisitos

- Original y copia de cedula de identidad
- Original del certificado de votación del último proceso electoral
- Copia de documento que certifique la dirección de domicilio

2.04.02 R.I.S.E (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano)

“Es un sistema impositivo cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos de un determinado sector de contribuyentes”. (Servicio de Rentas Internas, 2016)

Requisitos

- Persona Natural
- No superar ingresos de \$ 60.000 al año
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años

2.04.03 Patente Municipal

“Es un documento para ejercer actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales, están obligados al pago anual del impuesto de patentes municipales, las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras”. (Camara de Comercio de Quito, 2016)

Requisitos

- Formulario de inscripción de patente
- Copia de cedula y certificado de votación
- Copia del RISE o RUC
- Correo electrónico

2.04.04 Permiso de Funcionamiento

“Es un documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento. Con excepción de los establecimientos de servicios de salud”. (Agencia Nacional de Regulacion, control y Vigilancia Sanitaria, 2016)

Requisitos

- Cedula de identidad
- RUC o RISE
- Permiso uso de suelo
- Permiso de bomberos
- Patente
- Declaración juramentada de fondos lícitos

2.04.05 Registro Sanitario

“Los registros sanitarios necesitan los alimentos para comercializarlos, según este documento en la clasificación del riesgo de los alimentos se consideran las características del mismo, el proceso, vida útil, conservación”. (Agencia Nacional de Regulación, control y Vigilancia Sanitaria, 2016)

Requisitos

- Declaración que el producto cumple con la Norma Técnica Nacional respectiva
- Descripción general del proceso de elaboración del producto
- Diseño de la etiqueta o rotulo del producto

2.04.06 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

“Es un documento que emite el cuerpo de bomberos previo a la aprobación del funcionamiento de un establecimiento, se otorga de acuerdo con el tipo de actividad y riesgo”. (Cuerpo de Bomberos, 2017)

Requisitos

- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia del RISE donde conste el establecimiento con su dirección y actividad
- Extintor de polvo químico
- Instalaciones eléctricas en buen estado
- Letreros de señalización
- Campana extractora

2.05 Factor Tecnológico

“Es el conjunto de infraestructuras tecnológicas de una empresa, está vinculado al estado de desarrollo económico”. (Iborra, Dasi, Dolz, & Ferrer, 2014, pág. 97)

Al ser la microempresa artesanal no se requiere de maquinaria para producir los cupcakes, pero si se utilizara para el departamento administrativo, ya que se necesita utilizar equipos apropiados para el buen funcionamiento de la empresa.

Se utilizarán equipos como:

- Impresora
- Computadora
- Máquina registradora
- Teléfono
- Internet

2.06 Entorno Local

“Consiste en factores y fuerzas clave que se encuentran en su interior y que afectan su forma de operar”. (Hitt, 2006, pág. 78)

2.06.01 Clientes Interno

El cliente interno es aquella persona que pertenece a la empresa ya que realiza actividades de acuerdo con su puesto de trabajo que ayuda al crecimiento de la empresa, satisfacen sus necesidades personales y de crecimiento personal y profesional. Si para el cliente interno el clima laboral es agradable esto se verá reflejado en su desempeño laboral y eso beneficia a la compañía porque realizara

sus actividades de forma más eficiente y eficaz, de esta forma se cumplirán los objetivos planteados para el crecimiento tanto de la empresa como del trabajador.

2.06.02 Cliente Externo

Son 66.541 personas de 11 años en adelante del sector de Cochapamba de la ciudad de Quito con potencial para consumir los productos que se le pone a su disposición, ya que ellas son las que eligen que consumir, se les debe brindar productos de calidad, porque de ellos dependen el trabajo y crecimiento de la empresa. Además, si obtendremos la fidelidad del cliente.

2.06.03 Proveedores

Un proveedor son aquellas empresas que provee a otra compañía con los suministros, productos o artículos que necesita para producir y vender sus productos ya terminados a los consumidores.

Tabla 15 Proveedores

Nombre de la empresa	Teléfono	Dirección	Producto
Molinos y distribuidora Gallardo	2596828	Gaspartica N60-166 y Av. Del maestro	Harina de trigo y harina de centeno
Molinos Bellavista		Ambato	Harina de arveja
TERMALIMEX	2245453	Rumipamba OE1-60 Av. 10 de agosto	Suministros de repostería
BELLAZUCAR	2456394	Rio Coca y Paris (esq)	Implementos decoración
ECUAHORNOS	3201774	Av. Occidental N26-115 y Albornoz	Hornos, batidoras, refrigerantes.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.06.04 Competencia Directa

Son empresas que ofrecen el producto o servicio similar o igual al que la empresa comercializa. La competencia directa de la micro empresa son las tiendas de cupcakes de dulce como “The Cupcake Factory” que se dedica a hacer cupcakes tradicionales, pero de tres tipos de tamaño.

2.06.05 Competencia Indirecta

La competencia indirecta son empresas que comercializan un producto similar en el mismo tipo de mercado que se encuentra nuestra empresa.

La competencia indirecta para la micro empresa de cupcakes sería aquellas que se dedican a la elaboración y comercialización de postres y pasteles, ya que estos tienen mayor tiempo en la industria y muchos de los consumidores aun prefieren.

2.07 Análisis Interno

2.08 Propuesta Estratégica

2.08.01 Misión

“La misión es el motivo o razón de ser o del existir de la empresa, incluye la actividad en la que se enfoca la empresa de forma presente. Es el objetivo central, el propósito más importante por el que se debe trabajar y esforzarse”. (Leiva Bonilla , 2017, pág. 61)

“The Healthy Cupcakes es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de Cupcakes de sal y dulce saludables, hechos con harinas de trigo y arveja de la mejor calidad, con el fin de cuidar la salud de los consumidores de una forma deliciosa, promoviendo a los clientes estilos de vida sanos”.

2.08.02 Visión

“La visión es la concepción de que es lo que queremos llegar a ser”, (Leiva Bonilla , 2017, pág. 60) en un futuro ya sea a corto, mediano o largo plazo, siendo esta alcanzable y realizable.

“The Healthy Cupcakes desea llegar a ser en los próximos 5 años considerados por los clientes como una opción sana de consumir cupcakes, que ofrece productos de calidad que supera sus expectativas, teniendo una amplia acogida en el mercado local y posteriormente nacional ofreciéndole nuevos productos y distinguiéndose de la competencia, gracias al personal calificado”.

2.09 Objetivos

“Los objetivos son los compromisos de acción cuantitativos y cualitativos que se hacen en cada unidad para contribuir a lograr el plan estratégico. Deben ser específicos y medibles”. (Guerra & Aguilar , pág. 39)

2.09.01 Objetivo General

Implementar una micro empresa dedicada a la elaboración y comercialización de cupcakes de sal y dulce, elaborados con harinas de trigo y arveja.

2.09.02 Objetivo Especifico

- Generar fuentes de empleo
- Garantizar una atención personalizada hacia el cliente
- Satisfacer las necesidades de la población con el producto ofertado
- Innovar de acuerdo con las tendencias del mercado y las exigencias del cliente.
- Posicionar a la empresa como líder en el mercado
- Fidelizar a los clientes

2.09.04 Valores

Son creencias esenciales para la visión de la empresa y ayudan a la cultura empresarial.

Respeto: Se cumplirá con este valor mediante el respeto desde la gerencia hacia sus colaboradores y viceversa valorando sus opiniones e ideas para el crecimiento de la empresa.

Responsabilidad Es importante el cumplimiento de este valor ya que al ser responsable con los compromisos que se adquieren con los clientes para afianzar la lealtad del consumidor.

Honestidad: Es la base de todas las trabajadoras de la empresa ya que de esto depende el buen desempeño y crecimiento.

Puntualidad: Cumplir a tiempo con los pedidos que los clientes realicen a la hora, día y términos de cancelación acordados por ambas partes.

2.09.05 Principios

Son reglas o normas que rigen un pensamiento, idea o conducta de las personas

Trabajo en equipo El trabajo en equipo es esencial para sacar adelante a la empresa, ya que de forma conjunta ayudándonos unos a otros permite lograr los objetivos planteados, siendo el resultado del esfuerzo de todos los que integran la empresa.

Calidad La calidad se garantiza desde el momento de elección de los ingredientes que a lo largo de la elaboración se utiliza hasta obtener el producto final manteniendo los adecuados procesos de producción.

Atención al cliente Lo más importante es conseguir la satisfacción del cliente, la rapidez y la eficiencia con la que sea tratado por el personal garantiza la fidelidad y lealtad del consumidor.

Compromiso Se cumplirá con todas las normas cuidadosamente las cuales rigen para la elaboración de productos aptos para el consumo humano, manteniendo sus propiedades nutricionales.

2.10 Gestión Administrativa

Consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y las cosas mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planeación, organización, dirección y control. (Anzola, 2007, pág. 70)

2.10.01 Organigrama

“Es la representación gráfica brinda la información general de la estructura formal de la organización, es decir, niveles jerárquicos y nombres de quienes ocupan los cargos, aunque no es necesario” (Orozco, 2007, pág. 81)

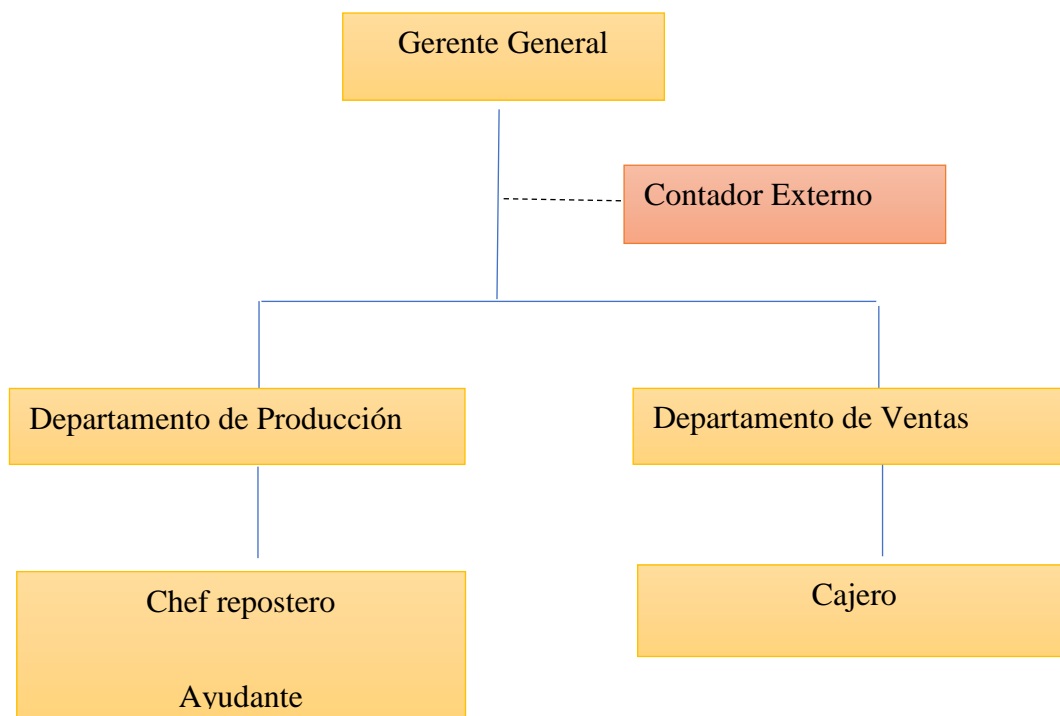


Figura 15 Organigrama
Elaborado por: Carla Amaguaya

2.10.02 Perfil Profesional

“Es el instrumento que describe las competencias y capacidades requeridas para el desempeño de la ocupación y está asociada a un título profesional”. (Cely, 2008)

Los ciertos cargos la empresa no requiere de mucha experiencia ya que hay que otorgar la oportunidad de trabajar a la juventud, puesto que para muchos de ellos será su primer empleo. Lo que sí es importante es que el personal para acceder a cualquier cargo debe contar con estudios superiores, ya que los conocimientos adquiridos serán de gran utilidad para la empresa.

2.10.03 Manual de Funciones

Refleja las actividades de los trabajadores en la empresa ya que están bien distribuidos y especificas las actividades que cada persona debe realizar de acuerdo con su cargo y departamento.

En el manual de funciones se detallan todas las actividades que el personal de la empresa debe realizar, las aptitudes y competencias que deben tener para formar parte de la empresa. Puesto que si se cuenta con personal calificado la empresa podrá salir adelante y cumplir con sus objetivos

2.10.02.01 Perfil Profesional Gerente General

Tabla 16 Perfil profesional gerente

Perfil Profesional	
Cargo	Gerente General
Formación	Lic./Tlgo Administración de empresas o
Académica	similares
Experiencia	3 años de experiencia
Aptitudes	Capacidad de adaptación, polivalente, proactivo
Conocimientos	Computación, Contabilidad y finanzas, administración, comercio y ventas
Destrezas	habilidad de comunicación, habilidad de dirigir una empresa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.10.03.01 Manual de Funciones Gerente General

Tabla 17 Manual de Funciones Gerente

Cargo: Gerente General

Supervisa a: Dpto. producción y ventas

Reporta a:

Objetivo General

Coordinar y controlar las actividades administrativas, de la empresa mediante la planeación, dirección, organización y control.

Funciones Generales:

Planeación, organización y control

Funciones Específicas:

supervisar el departamento de producción tenga materia prima

Autorizar los pagos de los proveedores a tiempo

Revisar de forma periódica la información contable de la empresa

Realizar otras actividades inherentes a su cargo

Relaciones Externas: Clientes, entidades financieras

Relaciones Internas: con todo el personal

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.10.02.02 Perfil Profesional Contador Externo

Tabla 18 Perfil Profesional Contador externo

Perfil Profesional	
Cargo	Contador Externo
Formación Académica	Lic., o contador publico
Experiencia	3 años
Aptitudes	Capacidad de adaptación, proactivo
Conocimientos	Computación, Contabilidad y finanzas, administración
Destrezas	habilidad de comunicación, habilidad de trabajo bajo presión

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.10.03.02 Manual de Funciones Contador Externo

Tabla 19 Manual de Funciones Contador Externo

Manual De Funciones

Cargo:	Contador Externo
--------	------------------

Supervisa a:	Dpto. de Ventas
--------------	-----------------

Reporta a:	Gerente General
------------	-----------------

Objetivo General

Realizar las actividades contables de la empresa que incluyen la preparación de estados financieros.

Realizar las actividades relacionadas de acuerdo con su cargo.

Realización del proceso contable

Funciones Específicas:

Elaborar los estados financieros básicos

Declaración de los impuestos

realizar conciliaciones bancarias

Realizar otras actividades inherentes a su cargo

Relaciones Internas: Gerente General, Cajera

Relaciones Externas: Clientes

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.10.02.03 Perfil Profesional Chef Pastelero

Tabla 20 Perfil Profesional Chef Pastelero

Perfil Profesional

Cargo	Chef Repostero
Formación Académica	Chef, especialización en repostería
Experiencia	3 años
Aptitudes	Capacidad de adaptación, proactivo
Conocimientos	operar los equipos y maquinaria, seguir y elaborar receta, preparar y decorar los cupcakes al gusto del cliente.
Destrezas	habilidad de comunicación, habilidad de trabajo bajo presión, identificación de temperatura, peso, cantidad de ingredientes, reconocer sabor, aroma de los alimentos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.10.03.03 Manual de Funciones Chef Repostero

Tabla 21 Manual de Funciones Chef Repostero

Manual De Funciones

Cargo: Chef Repostero

Supervisa a: Ayudante

Reporta a: Gerente General

Objetivo General

Realizar y controlar la elaboración de las masas y productos para la preparación de los cupcakes, aplicando las técnicas y prácticas adecuadas para la manipulación de los alimentos.

Funciones Específicas

Revisar los pedidos de la materia prima para la elaboración de los cupcakes

Supervisar que la materia prima este en buen estado y sea de calidad.

Supervisar el control del inventario de la materia prima.

Realizar otras actividades inherentes a su cargo

Relaciones Internas: Gerente General, ayudante

Relaciones Externas: Clientes, proveedores.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.10.02.04 Perfil Profesional del Ayudante

Tabla 22 Perfil Profesional Ayudante

Perfil Profesional	
Cargo	Ayudante
Formación Académica	Chef, especialización en repostería
Experiencia	2 años
Aptitudes	Capacidad de adaptación, proactivo
Conocimientos	Operar los equipos y maquinaria, seguir recetas.
Destrezas	Habilidad de comunicación, habilidad de trabajo bajo presión, identificación de temperatura, peso, cantidad de ingredientes, reconocer sabor, aroma de los alimentos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.10.03.04 Manual de Funciones del Ayudante

Tabla 23 Manual de Funciones Ayudante

Manual De Funciones

Cargo: Ayudante

Supervisa a:

Reporta a: Chef repostero

Objetivo General

Realizar la limpieza de los utensilios de repostería, de superficies y de los equipos que se utilicen al momento de preparar o elaborar la masa de los cupcakes

Funciones Especificas

Revisar que el área de trabajo este siempre limpia

Supervisar que el producto se mantenga en buen estado

Realizar el control de inventario de la materia prima

Asistir al Chef en todo lo que necesite

Realizar otras actividades inherentes a su cargo

Relaciones Internas: Chef repostero, Gerente general

Relaciones Externar: Proveedores

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.10.02.05 Perfil Profesional de Cajera

Tabla 24 Perfil Profesional Cajera

Perfil Profesional

Cargo	Cajera
Formación Académica	Tlgo en administración, contabilidad o carreras afines.
Experiencia	2 años
Aptitudes	Capacidad de adaptación, proactivo
Conocimientos	contabilidad básica, computación, atención al cliente.
Destrezas	habilidad de comunicación, habilidad de trabajo bajo presión, enfocado en sus responsabilidades,

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.10.03.05 Manual de Funciones de Cajera

Tabla 25 Manual de Funciones Cajera

Manual De Funciones	
Cargo:	Cajera
Supervisa a:	
Reporta a:	Gerente General y Contador externo
Objetivo General	
Garantizar las operaciones de una caja, realizando actividades de recepción, entrega y custodia de dinero, también realizar pagos a través de caja.	
Funciones Especificas	
Tomar los pedidos de los clientes	
Realizar arqueos de caja	
Registrar movimientos de dinero	
Informar sobre las promociones a los clientes	
Realizar un reporte de cierre de caja todos los días laborables	
Realizar otras actividades inherentes a su cargo	
Relaciones Internas: Gerente General, Chef, ayudante	
Relaciones Externas: Proveedores, clientes, contador externo	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.11 Gestión Operativa

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

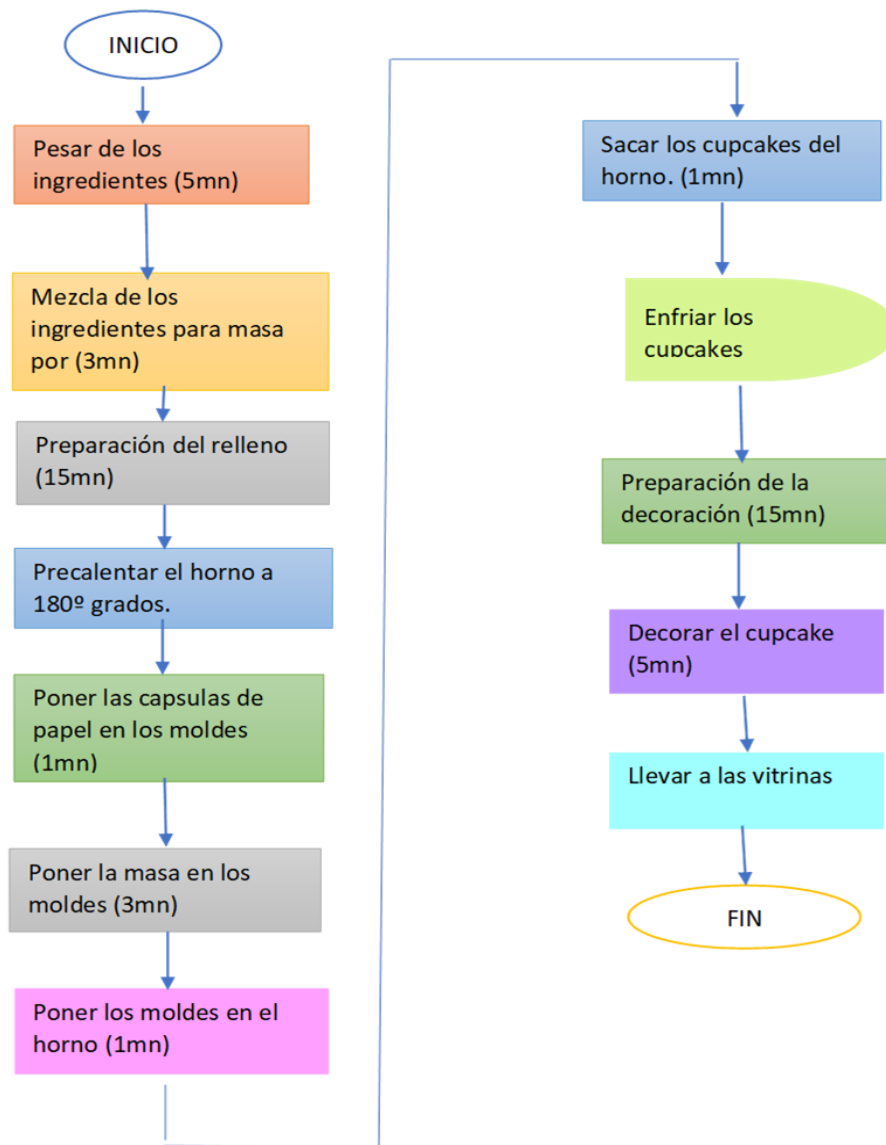


Figura 16 Gestión Operativa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.11.01 Descripción de Actividades del flujograma de Producción

1. Inicio del proceso
2. Se tiene que pesar los ingredientes seleccionados, puesto que deben tener el gramaje exacto.
3. Se mezcla los ingredientes para la masa de los cupcakes
4. Se prepara el relleno para los cupcakes de sal.
5. Mientras se mezclan los ingredientes se precalientan el horno a 180 grados centígrados, debido a que es la temperatura ideal para el horneado.
6. Una vez lista la masa se pone en las capsulas de papel y posteriormente en los moldes para el horneo.
7. Los moldes listos se proceden a colocar en el horno
8. Después de unos minutos en el horno se los saca del horno a los cupcakes
9. Una vez fuera del horno se les deja enfriar
10. Se prepara la decoración tanto para cupcakes de sal como para los de dulce
11. Se procede a decorar los cupcakes
12. Ya decorados los cupcakes se los lleva a las vitrinas para posteriormente su venta.

2.12 Gestión Comercial

“El plan de marketing es proporciona la descripción de como la organización combinara el producto, la fijación de precios, la distribución y las decisiones de promoción para crear una oferta que resulte atractiva a los clientes”. (Ferrel & Hatline, 2012, págs. 16-17)

2.12.01 Producto

“El producto es cualquier bien o servicio que posea valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad o deseo”. (Rivera & De Garcillan , 2007, pág. 267)

La empresa ofrece para posicionar como su producto estrella son los cupcakes de sal, ya que este tipo de cupcakes no existen en el mercado actualmente, siendo así favorece a empresa porque al ser nuevo tiene muchas oportunidades que sea de preferencia del consumidor de esta forma tendrá ventas altas, llegando a ser rentable y lograr posicionarse en el mercado. Todo esto gracias a que están elaborados con ingredientes de alta calidad, y sobre todo garantiza su salud, porque al utilizar materia prima que no utiliza ningún tipo de químicos garantizamos que consume un cupcake que no es perjudicial para su salud.

Lo más importante que puede consumirlo sin ninguna repercusión para su forma de vida que lleve.

En los cupcakes de sal los productos estrella serán los de sabor pizza el cual será de 100 gr y el de queso y jamón, que tendrán el mismo peso, en los cupcakes de dulce el producto estrella será el de chocolate y menta, el de tres leches de 100 gr y los cupcakes temáticos que se los realizará dependiendo la ocasión o la necesidad del cliente.

2.12.02 Precio

“Monto en dinero que están dispuestos a pagar los consumidores o usuarios para lograr el uso, posesión o consumo de un producto o servicio específico”.

(Soriano , 2009, pág. 11)

El precio que tendrán los cupcakes es totalmente accesible para todas las personas de los diferentes estratos sociales, siendo así el producto competitivo en el mercado, ya que se tendrá la referencia de los productos similares que se encuentran ofertados.

El precio será tomado en cuenta el precio de los costos fijos, los costos variables, el precio de la competencia, producción diaria del producto y el porcentaje de utilidad del 30% o 40%. Tomando en cuenta estos factores se determinará el precio de venta del cupcake.

2.12.03 Plaza

“Es el lugar donde se va a comercializar el producto o servicio que se ponga a disposición de los consumidores, también se considera el manejo de los canales de distribución, para que el producto o servicio llegue al lugar indicado en el tiempo estimado y en las condiciones correctas. Siendo importante sus puntos de ventas y sus tiempos de entregas.” (EUMED, 2009, pág. S/N)

La empresa se ubicará en la zona norte del Distrito metropolitano de Quito, sector San Carlos. La ubicación del negocio es debido al mercado meta, ya que los consumidores que tienen tendencia a adquirir el producto son mujeres de entre 15 a 30 años, puesto son las que mayormente consumen los cupcakes.

En esta parte de la ciudad de Quito, existen personas con poder adquisitivo, y es un lugar idóneo para establecerse una empresa de elaboración de cupcakes, puesto que en este sector no existen locales que ofrezcan este tipo de producto, por lo que no existe competencia directa, y es un lugar ideal para constituirse.



Figura 17 Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Carla Amaguaya

2.12.04 Promoción

“La promoción es dar a conocer el producto o servicio que ofrecerá al mercado, también se puede otorgar incentivos para que los clientes se atrevan a conocer el producto si es nuevo, o para posicionarlo en el mercado, como descuentos en el precio, o bien un dos por uno en el producto. “ (Soriano , 2009, pág. 16)

2.12.05 Logotipo



Figura 18 Logotipo
Elaborado por: Carla Amaguaya

COLORES

Rosado: este color representa la delicadeza, sensibilidad y dulzura, cualidades que representan a una mujer, por ese motivo la empresa está inspirada y direccionadas hacia el sexo femenino. (De Morena, 2016, pág. S/N)

Verde: representa la esperanza, crecimiento, frescura y estabilidad, está asociado con la salud y la naturaleza. (De Morena, 2016, pág. S/N)

Amarillo: es un color que está asociado con el sol, refleja alegría, optimismo, es un color que llama la atención de las personas. (Grande , 2006, pág. 90)

Azul: El azul sugiere responsabilidad e inspira confianza. Los azules más oscuros implican autenticidad, confianza, seguridad y fidelidad.

2.12.06 Eslogan

Una tentación que te cuida

Figura 19 Eslogan
Elaborado por: Carla Amaguaya

2.12.07 Publicidad

- Tarjetas de presentación

Son las que se ofrecerán a los clientes, utilizándolas como forma de dar a conocer la empresa.



Figura 20 Tarjeta Presentación
Elaborado por: Carla Amaguaya

- Hojas Membretadas

Este tipo de papelería de papelería se usará para documentación oficial de la empresa, ya que como cuenta con la información e imagen del negocio las personas pueden reconocernos.

THE HEALTHY CUPCAKES



Figura 21 Hoja Membretada
Elaborado por: Carla Amaguaya

- **Página Web**



Figura 22 Página web
Elaborado por: Carla Amaguaya

- **Página de Facebook**

Tener una cuenta en una de las redes sociales más usadas en los últimos años, hace que la empresa se dé a conocer ya que de esta forma cientos de personas sabrán de su existencia y ubicación de una forma mucho más rápida, ya que, siendo un establecimiento nuevo, no siempre es posible darse a conocer de forma inmediata.



Figura 23 Pagina Facebook
Fuente: Pagina de Facebook
Elaborado por: Carla Amaguaya

- **Cuenta de Instagram**

Una de las redes sociales más usadas y de mucha acogida es Instagram, por lo que usarla es de gran importancia, pues que millones de personas la usan, y se pueden observar fotos de los tipos de cupcakes se puede ofrecer, además se pueden informar a los usuarios de esta plataforma de las promociones que tendrá la empresa.

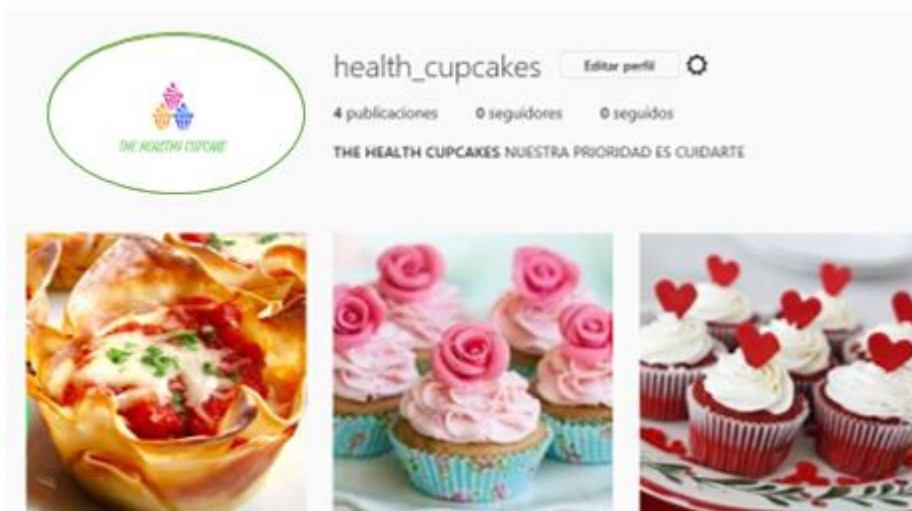


Figura 24 Cuenta Instagram
Fuente: Cuenta de Instagram
Elaborado por: Carla Amaguaya

Como complemento de la publicidad se realizarán promociones, del 2 x 1, los días viernes, también en las fechas de celebraciones de eventos como: San Valentín, Halloween, navidad, día del niño, día del padre y madre, y más, los cupcakes temáticos tendrán un precio especial. También si es el día de su cumpleaños el segundo cupcake para el festejado será a mitad de precio.

2.13 Análisis FODA

“El análisis FODA es una herramienta importante que ayuda a los gerentes a crear estrategias que logren un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna y la situación externa en las organizaciones productivas”. (David, 2007, pág. 200)

Tabla 26 FODA

Fortalezas

Debilidades

- Personal capaz, preparado y comprometido con la empresa, para lograr los objetivos planteados.
- El personal cumple con todos los procesos de preparación y elaboración de los cupcakes,
- Contamos con ingredientes de la mejor calidad, y lo más importante que son sanos para la salud del consumidor.
- Los cupcakes tienen un precio accesible para todas las personas.
- Los cupcakes tienen una variedad de sabores, tanto de sal como de dulce.
- Se ofrece cupcakes de sal y dulce cuya decoración es personalizada de acuerdo con la necesidad del cliente.
- Los cupcakes son versátiles ya que pueden ser usados para cualquier evento social.
- Al ser una empresa nueva no se cuenta con reconocimiento de las personas.
- Entre los primeros meses de funcionamiento de la empresa no se obtendrán grandes ganancias ya que es nueva y no es muy reconocida.
- Al producir un alimento que se pueden dañar fácilmente se corre el riesgo de provocar desperdicio lo que representaría una pérdida para la empresa.

Oportunidades

Amenazas

- Al ofrecer cupcakes de sal nos abre las puertas para liderar nuestro mercado.
- Se da la oportunidad de ampliarnos ya que al ser los únicos que ofrecemos cupcakes de sal, existiría gran demanda no solo en el norte sino también en el sur de la ciudad.
- Gracias a la tecnología la empresa se puede dar a conocer por medio de las redes sociales, puesto que muchas personas son usuarias de este tipo de plataformas.
- Obstáculos por parte del gobierno para poder implementar una empresa
- Implementación de empresas que ofrezcan el mismo producto.
- Una economía inestable, con un futuro incierto.
- Incremento de ventas los productos sustitutos

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Carla Amaguaya

Al ser la una microempresa nueva se tiene mucha ventaja ya no existe ningún otro establecimiento que ofrezca cupcakes de sal, al ser los primeros será de gran ayuda para lograr ser la preferencia del consumidor, además contamos con ingredientes de buena calidad y saludables ya que, al no tener algún tipo de preservantes, mantenemos la frescura y propiedades alimenticias de cada ingrediente con el que está elaborado el producto.

Al ser el cupcake versátil se puede usar en cualquier evento social no solo como postre si como un aperitivo o entrada, también es accesible para los posibles consumidores.

Al no usar algún tipo de químico se corre el riesgo de que se llegue a desperdiciar ya que el producto es delicado, y al presentar ese inconveniente y al ser nueva pues los primeros meses de funcionamiento no se tendrá utilidad.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Análisis del Consumidor

Se enfoca en la manera en que los consumidores y las familias o los hogares toman decisiones para gastar sus recursos disponibles en artículos. Eso incluye lo que compran, ¿Por qué?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿con que frecuencia lo compran?, el efecto de estas evaluaciones sobre compras futuras, y como lo desechan. (Schiffman, Lazar, & Wisenblit, 2010, pág. 5)

3.02 Determinación de la población y muestra

3.02.01 Población

“Conjunto de elementos que tienen unas características comunes. Debido a la imposibilidad de poder estudiar todos los sujetos de una población, se hace necesario la utilización de subconjuntos de elementos extraídos de la población, se denomina muestra”. (Evans & Rosenthal, 2007, pág. 95)

3.02.02 Muestra

“Es un subconjunto de individuos pertenecientes a una población, y representativos de la misma”. (Evans & Rosenthal, 2007, pág. 95)

Nomenclatura:

N = Tamaño de la población = 66.541

n = Tamaño de la muestra

e^2 = Error muestral (5%) = 0.0025

p = Probabilidad de éxito (50%) = 0.5

q = Probabilidad de fracaso (50%) = 0.05

$z^2 = \text{Nivel de confianza} = 95\% = 1.96$

FORMULA:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3,84) * (0,5) * (0,5)}{(0.0025)}$$

$$n = \frac{0,9600}{0,0025}$$

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

3.02.03 Técnicas de la Obtención de Información

“La investigación descriptiva proporciona una información más detallada del problema que permite describir sus características principales. Permiten cuantificar y medir determinadas conductas del individuo con el fin de generalizar los resultados a nivel estadístico. Las principales técnicas son la encuesta”. (Fernandez , 2007, pág. 38)

3.02.04 Formato de la encuesta

“La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información son la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantizan que la información proporcionada por una muestra”. (Fernandez , 2007, pág. 97)

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA CUPCAKES DE
SAL Y DULCE ELABORADA DE HARINA DE TRIGO Y ARVEJA CON
INGREDIENTES SALUDABLES

Objetivo: La encuesta es para determinar el grado de aceptación y demanda del producto ofertado, el resultado de la información será utilizado con fines académicos.

Marque con una X una solo respuesta.

1. ¿Qué edad tiene usted?

15-20 20-25 25-30 30 adelante

2. ¿Qué tipo de postres consume?

Pasteles Cupcakes galletas flan

3. Los postres que usted consume están son endulzados con:

Azúcar Stevia endulzantes otros

4. ¿Dónde adquiere estos productos?

Tiendas supermercados pastelerías

5. Sabia Ud. que el consumo excesivo de azúcar y preservantes afectan a su salud y pueden producir (diabetes, ansiedad, osteoporosis, artritis y más)

SI

NO

6. ¿Qué factor es la más importante al momento de realizar su compra?

Calidad Cantidad servicio Precio

7. ¿Consumen usted cupcakes?

SI

NO

8. ¿Con qué frecuencia consume los cupcakes?

Diaria semanal mensual

9. ¿Conoce usted las ventajas o beneficios que le ofrece los cupcakes elaborados de harina de trigo y arveja?

SI

NO

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de cupcake mediano de 100 gr?

\$1,75-\$2,00 \$2,01-\$2,75 \$2,76-\$3,00

11. ¿Le gustaría que los cupcakes se entreguen a domicilio?

SI

NO

12. ¿Adquiriría Cupcakes de sal y dulce elaborados a base con harina de trigo y arveja, con ingredientes sanos para usted?

SI

NO

13. ¿Porque medios Ud. le gustaría recibir publicidad y promociones?

Redes sociales

Prensa

Prensa radial

Televisión

3.02.05 Análisis de la Información

3.02 05.01 ¿Qué edad tiene usted?

Tabla 27 Edad

Años				
15-20	20-25	25-30	30-Adelante	Total
103	84	108	89	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

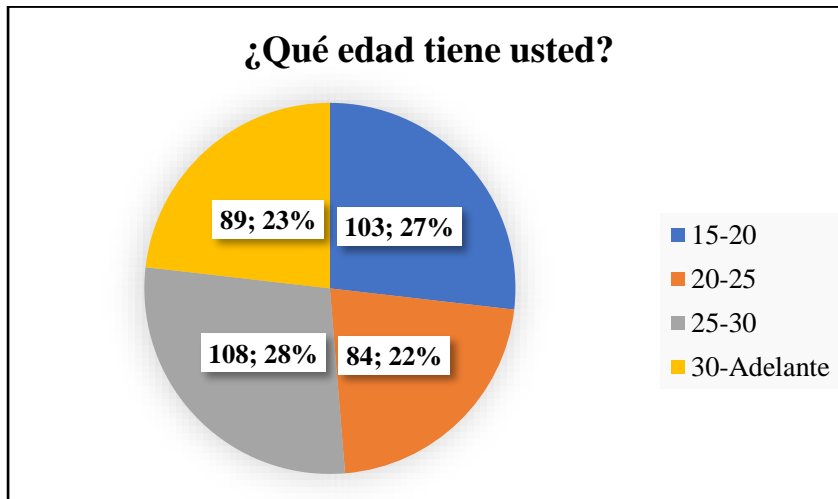


Figura 25 Edad

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: De acuerdo con la información obtenida se determinó que las personas encuestadas tienen entre 25 a 30 años con un porcentaje de 28%.

3.02.05.02 ¿Qué tipo de postres consume?

Tabla 28 Competencia

Pasteles	Cupcakes	Galletas	Flan	Total
119	90	98	77	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

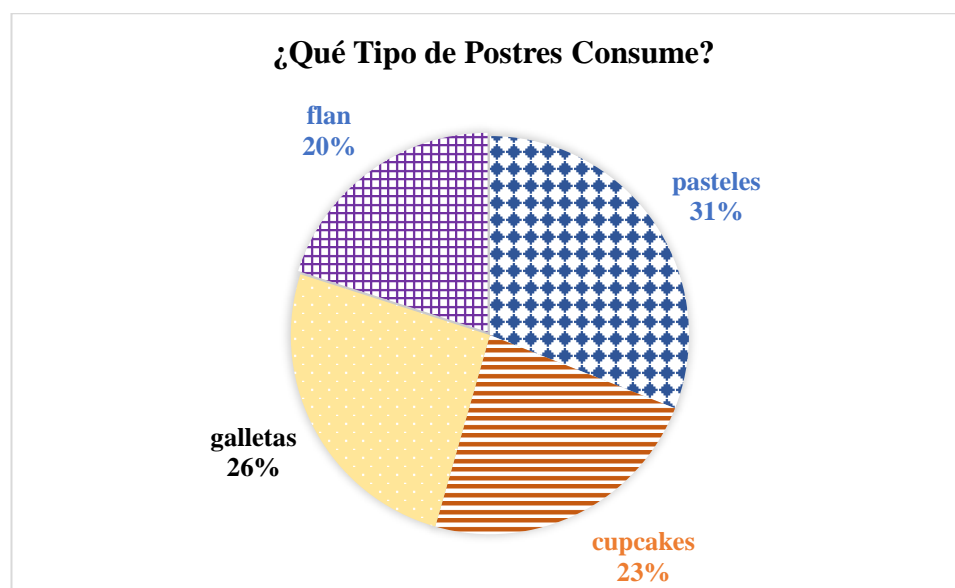


Figura 26 Competencia

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: De acuerdo con las encuestas realizadas el porcentaje más alto es de 31% de los pasteles, postre que más consumen las personas encuestadas.

3.02.05.03 ¿Los postres que usted consume están son endulzados con?

Tabla 29 Tipo de Endulzantes

Azúcar	Stevia	Endulzantes	Otros	Total
134	109	55	86	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

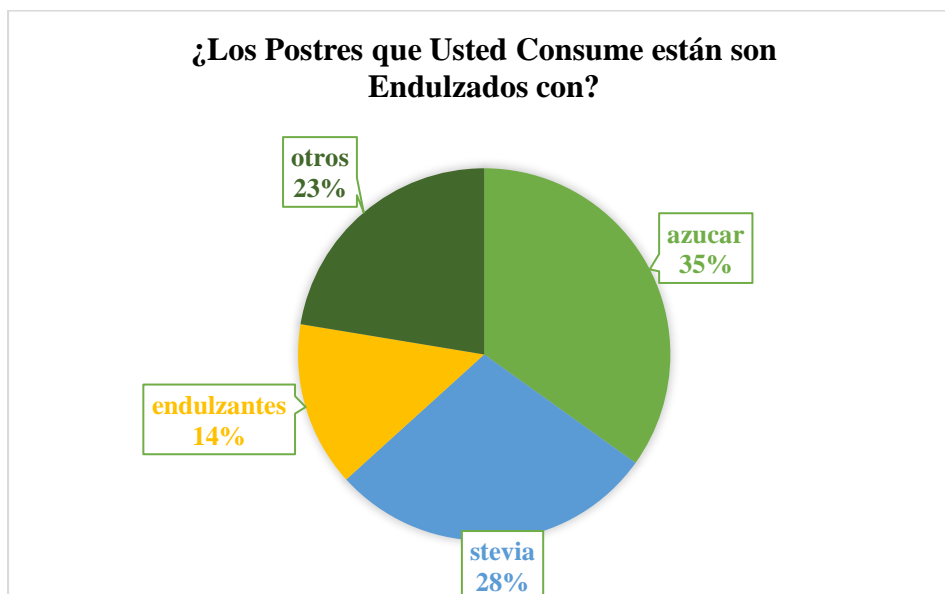


Figura 27 Tipo de Endulzantes

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: El endulzante que más se utiliza para los postres es el azúcar que representa el 35% del total de las personas a las cuales se les realizó las encuestas

3.02.05.04 ¿Dónde adquiere estos productos?

Tabla 30 Lugar de compra

Tiendas	Supermercados	Pastelerías	Total
125	128	131	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

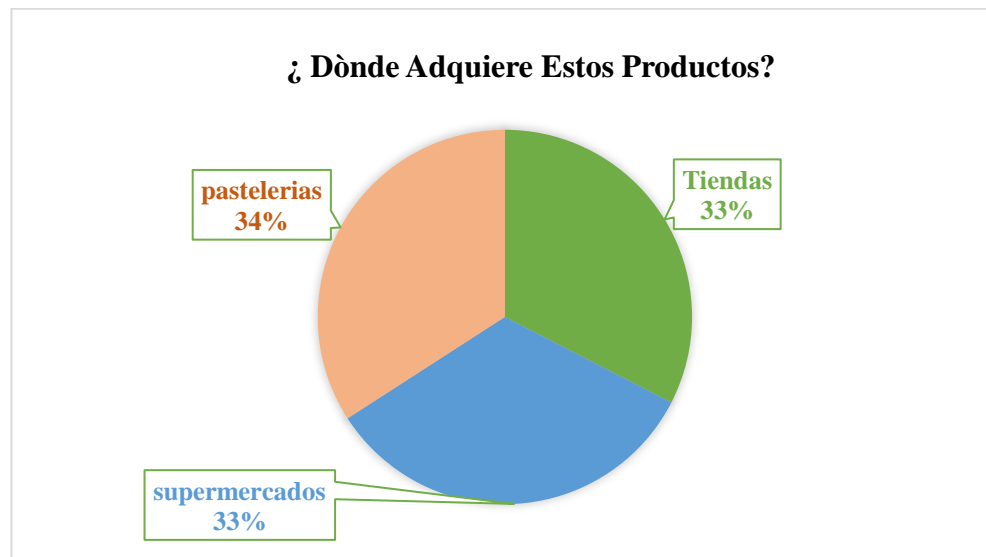


Figura 28 Lugar de compra

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: En el lugar donde con más frecuencia adquieren los postres las personas encuestas es en las pastelerías que representa el 34%, siendo este lugar el más acogida para las personas.

3.02.05.05 Sabia Ud. que el consumo excesivo de azúcar y preservantes afectan a su salud y pueden producir (diabetes, ansiedad, osteoporosis, artritis y más)

Tabla 31 Exceso de preservantes

SI	NO	Total
254	130	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

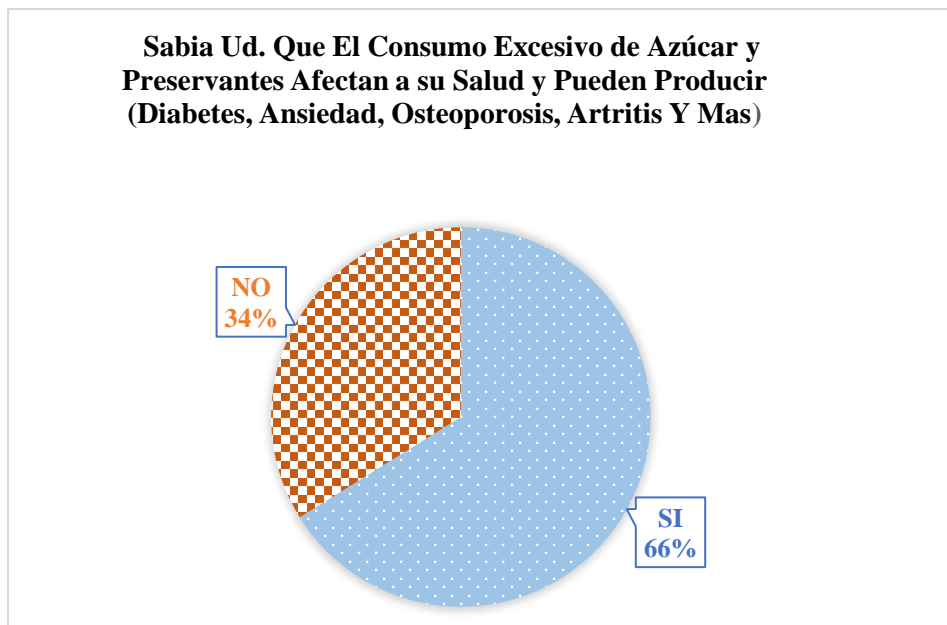


Figura 29 Exceso de preservantes

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: Las personas encuestadas han respondido que si conocen los efectos del consumo de azúcar con un 66% y aun sabiéndolo lo siguen consumiendo.

3.02.05.06 ¿Qué factor es la más importante al momento de realizar su compra?

Tabla 32 Factor importante de compra

Calidad	Cantidad	Servicio	Precio	Total
124	89	68	103	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

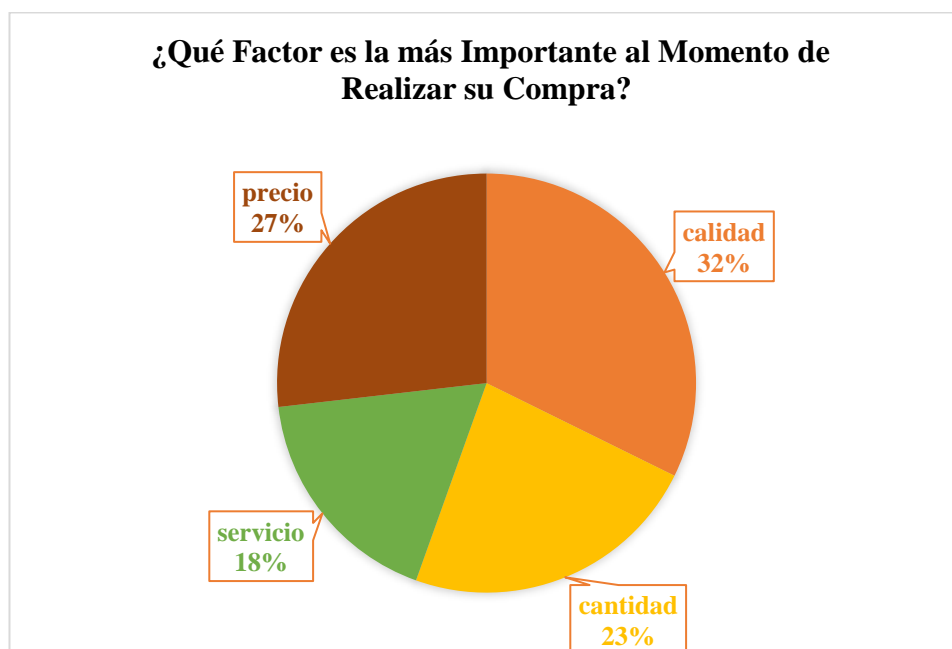


Figura 30 Factor importante de compra

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: Al momento de realizar la una compra los consumidores tienen en cuenta la calidad que le ofrezca el producto teniendo esta el 32%.

3.02.05.07 ¿Consume usted cupcakes?

Tabla 33 Consumo Aparente

Si	No	Total
242	142	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

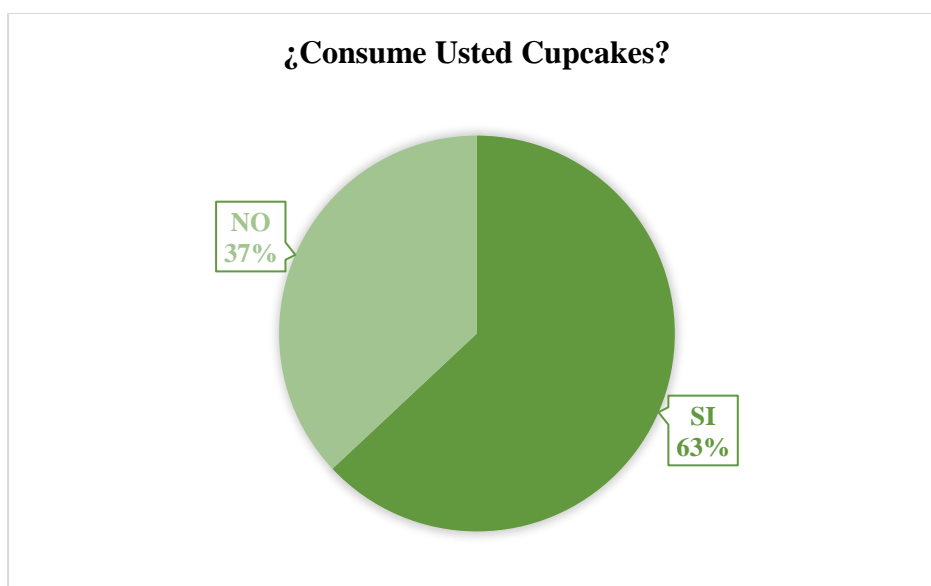


Figura 31 Consumo aparente

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: Las personas encuestadas dicen que si consumen cupcakes lo que representa el 63% y el 37% dicen que no, por lo que es uno de los productos que los consumidores prefieren.

3.02.05.08 ¿Con que frecuencia consume los cupcakes?

Tabla 34 Frecuencia de consumo

Diaria	Semanal	Mensual	Total
103	114	167	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

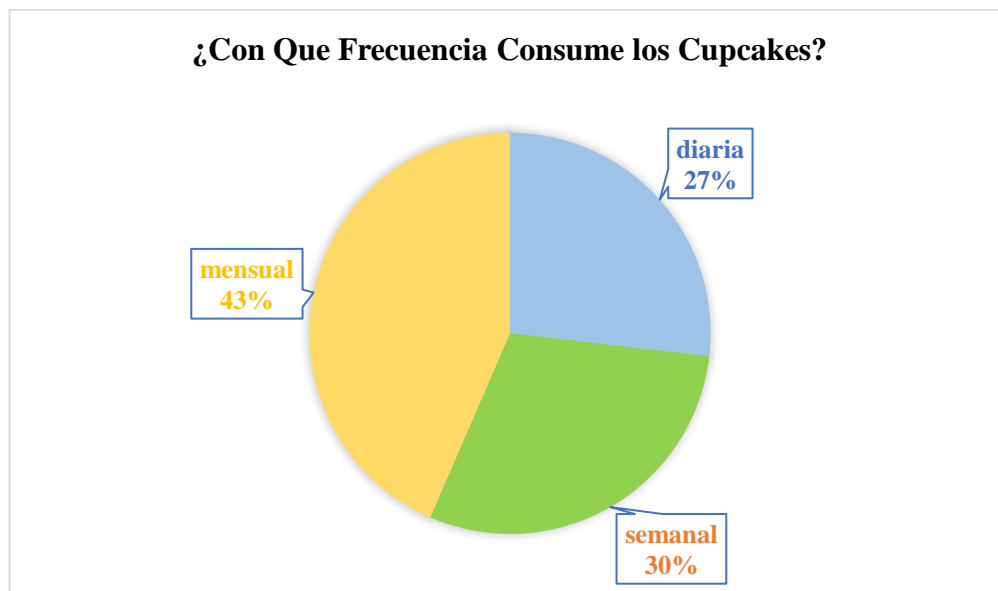


Figura 32 Frecuencia de consumo

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: Las personas que consumen cupcakes mayormente lo hacen de forma mensual que representa el 43%, y de semanal también con un 30%.

3.02.05.09 ¿Conoce usted las ventajas o beneficios que le ofrece los cupcakes elaborados de harina de trigo y arveja?

Tabla 35 Beneficios

Si	No	Total
137	247	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

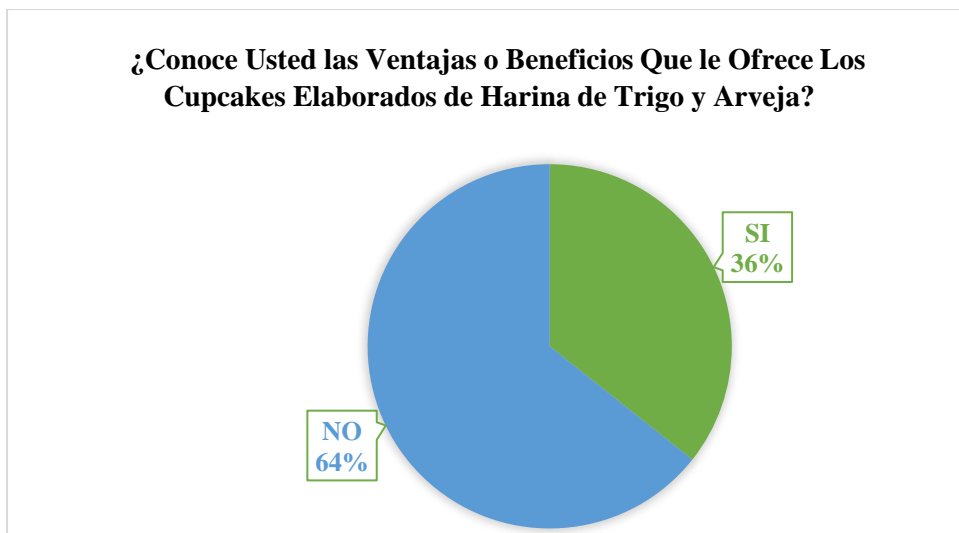


Figura 33 Beneficios

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: Las personas encuestadas dicen que no conocen los beneficios que tiene la combinación entre la harina de trigo y arveja, lo que representa el 64%, pero el 36% dice que si tiene conocimiento de las ventajas.

3.02.05.10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de cupcake mediano de 100 gr?

Tabla 36 Precio

Precio			
\$1,75-\$2,00	\$2,01-\$2,75	\$2,76-\$3,00	Total
178	113	93	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

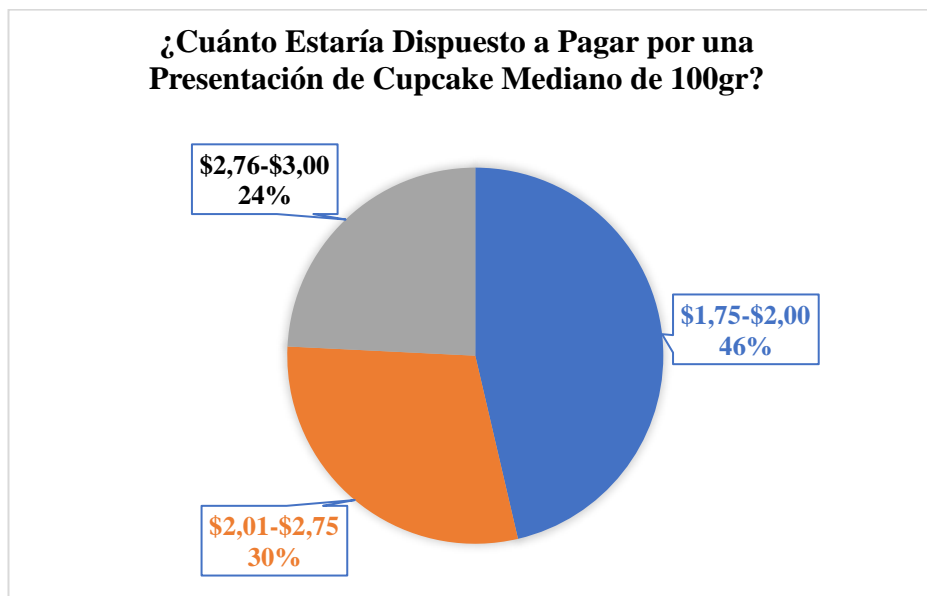


Figura 34 Precio

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: Las personas estarían de acuerdo en pagar de \$1,75 a \$2,00 por un cupcake de 100 gr lo que representa el 46% de las personas encuestadas.

3.02.05.11 ¿Le gustaría que los cupcakes se entreguen a domicilio?

Tabla 37 Forma de entrega

Si	No	Total
231	153	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

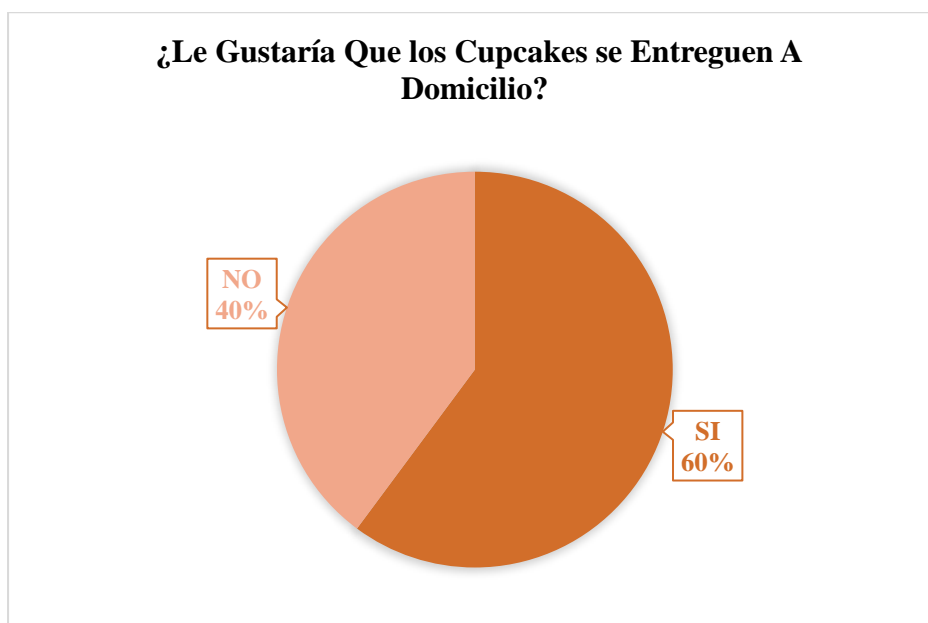


Figura 35 Forma de entrega

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: A las personas encuestadas afirman que les gustaría que los cupcakes se han entregados a domicilio ya que es una forma más fácil de adquirirlos.

3.02.05.12 ¿Adquiriría Cupcakes de sal y dulce elaborados a base con harina de trigo y arveja, con ingredientes sanos para usted?

Tabla 38 Implementación

Si	No	Totales
227	157	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

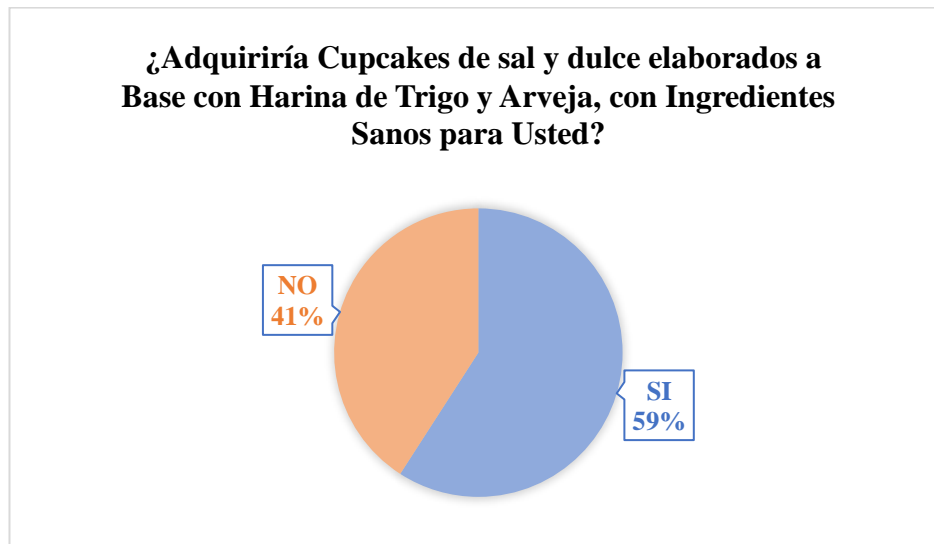


Figura 36 Consumo

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: La persona encuestada afirma que adquirirían cupcakes de sal o dulce elaborados con harina de trigo y arveja con un 59%, debido a que es un producto más saludable que los que actualmente se ofertan en el mercado.

3.02.05.13 ¿Porque medios Ud. le gustaría recibir publicidad y promociones?

Tabla 39 Publicidad

Redes sociales	Prensa	Prensa radial	Televisión	Total
139	68	76	101	384

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

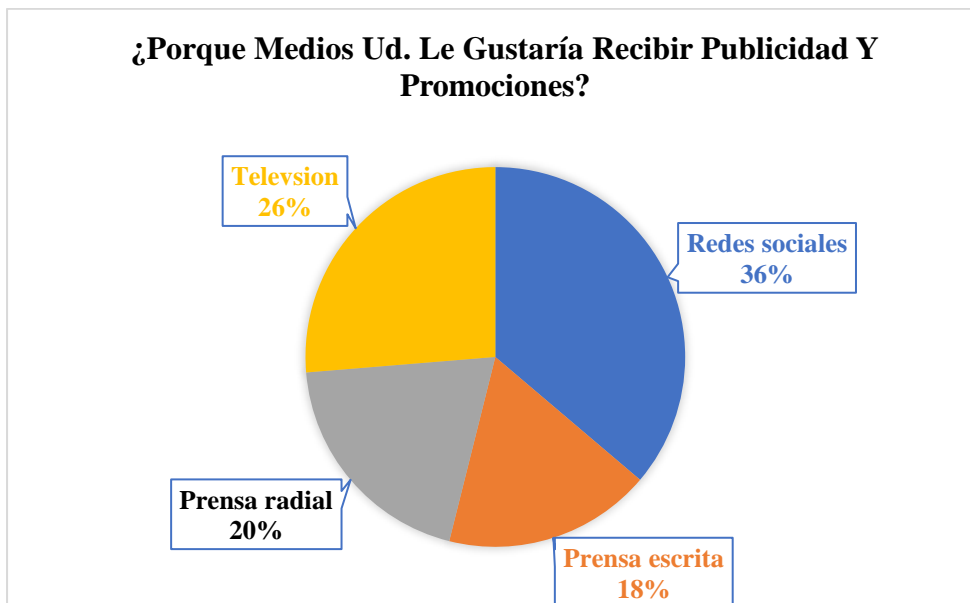


Figura 37 Publicidad

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

Análisis: Los medios para recibir promociones de preferencia para las personas encuestas es por medio de las redes sociales con un 36%, debido a que gran parte de la población utiliza este tipo de medio tecnológico para comunicarse o transmitirse información de una forma rápida.

3.03 Oferta

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (Baca Urbina , 2010, pág. 41)

3.03.01 Oferta histórica

No existe oferta histórica del producto.

3.03.02 Oferta Actual

Para obtener el cálculo de la oferta actual se toma de referencia el porcentaje más alto en la pregunta número dos de la encuesta la cual se refiere al consumo aparente de los postres con un 31%

Tabla 40 Oferta Actual

Año	Tamaño de Mercado	2.- ¿Qué tipo de postres consume?	Oferta Actual
2017	66.541	31%	20.627

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

3.03.03 Oferta proyectada

Se basa en los resultados de las ofertas históricas, obtenidas como resultado del “estudio de mercado, aplicando en este caso, el análisis estadístico del comportamiento de las variables que inciden en el estudio del entorno evaluado” (Jimenes, 2012, pág. 2012)

Tabla 41 Oferta Proyectada

Años	Oferta Actual	Tasa de Variación del PIB del sector al que pertenece el proyecto	Oferta Proyectada
2017	20627,62	0,28%	20.685
2018	20685,38	0,28%	20.743
2019	20743,29	0,28%	20.801
2020	20801,38	0,28%	20.860
2021	20859,62	0,28%	20.918

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

3.04 Productos Sustitutos

“Los productos sustitutos son aquellos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores, pero se basan en una tecnología diferente”.

(Rivera Camino & De Garcillan Lopez-Rua, 2012, pág. 244)

3.04.01 Oferta Histórica

Tabla 42 Oferta Proyectada

Artículos Producidos Vendidos	
Años	Valor
2012	\$8.163.457,00
2013	\$7.275.313,00
2014	\$12.748.434,00
2015	\$12.560.022,00
2016	\$15.192.235,69

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

304.02 Oferta Actual

Tabla 43 Oferta Actual

Artículos Producidos Vendidos

Total	Valor
2017	\$18.376.084,47

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

3.04.03 Oferta Proyecta

Tabla 44 Oferta Proyectada

Artículos Producidos Vendidos

Años	Valor
2018	\$22.227.174,94
2019	\$26.885.341,47
2020	\$32.519.723,63
2021	\$39.334.907,68
2022	\$47.578.355,21

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

3.05 Demanda

“Es la cantidad de bienes y servicios que en mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca Urbina , 2010, pág. 15)

3.05.01 Demanda Histórica

“Permite identificar la evolución del mercado objetivo en los últimos años e identificar los factores y variables, que han tenido directa incidencia en los resultados encontrados”. (Orejuela & Sandoval , 2007, pág. 62)

Tabla 45 Demanda Histórica

Años	Población
2012	56.298
2013	58.381
2014	60.541
2015	62.478
2016	64.477

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

3.05.02 Demanda Actual

La demanda actual se realiza con el objetivo de determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir. Determina la posibilidad de capturar una parte de mercado objetivo y ganar la participación en este, que garantice el éxito del proyecto (Orejuela & Sandoval, 2007, pág. 56)

Tabla 46 Demanda Actual

Año	Población	12. ¿Adquiriría Cupcakes de sal y dulce elaborados a base con harina de trigo y arveja, con ingredientes sanos para usted?	Demanda Actual
2017	66.541	59%	39259

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

3.05.03 Demanda Proyectada

La demanda proyectada se obtiene de la proyección a los cinco años siguientes, utilizando la demanda actual multiplicado por la tasa de crecimiento, nos ayuda a saber el aumento de la población y la posible demanda que se tendrá en los próximos cinco años.

Tabla 47 Demanda Proyectada

Años	Demanda Actual	Tasa de Crecimiento	Demanda Proyectada
2018	66.541	1,52%	67.552
2019	67.552	1,52%	68.579
2020	68.579	1,52%	69.622
2021	69.622	1,52%	70.680
2022	70.680	1,52%	71.754

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

3.06 Balance Oferta-Demanda

“Permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto o si este déficit puede ser cubierto progresivamente sin recurrir al proyecto”. (Leon , 2007, pág. 18)

3.05.01 Balance Actual

Tabla 48 Balance actual

Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
2017	39.259	20.627	18.631

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Carla Amaguaya

3.05.02 Balance Proyectado

Tabla 49 Balance Proyectado

Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
2018	39.856	20.743	19.113
2019	40.462	20.801	19.661
2020	41.077	20.860	20.217
2021	41.701	20.918	20.783

Fuente: INEC

Elaborado por: Carla Amaguaya

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Es diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea un bien o un servicio. Demuestra la viabilidad técnica del proyecto, también debe mostrar y justificar la alternativa que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al proyecto. (ILPES, 2009, pág. 91)

4.01 Tamaño del proyecto

“Depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo de proyecto que se esté formulando. Los factores que influyen en el tamaño del proyecto se encuentran la ‘demanda, tecnología, localización, financiamiento, recursos humanos”. (Rosales Posas , 2008, pág. 101)

4.01.01 Capacidad Instalada

“Es el conjunto de recursos productivos que dispone la empresa y que pueden ser utilizados para producir”. (Vargas Sanchez , 2009, pág. 657)

Tabla 50 Cupcake sal

Capacidad Instalada Cupcakes Sal	
No Personas	2
Horas Laboras Diariamente Cada Persona	3
Producción Diaria por Persona	30
Producción Total por Persona	60
Días a la Semana	5
Producción Semanal por Persona	300
Semanas	52
Producción Anual	14.400,00
Precio de Venta	\$2,10
Total Ingresos Anuales	\$30.240,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Carla Amaguaya

Tabla 51 Cupcake Dulce

Capacidad Instalada Cupcakes Dulce	
No Personas	2
Horas Laboras Diariamente Cada Persona	5
Producción Diaria por Persona	70
Producción Total por Persona	140
Días a la Semana	5
Producción Semanal por Persona	700
Semanas	52
Producción Anual	33.600,00
Precio de Venta	\$ 1,90
Total Ingresos Anuales	\$63.840,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Carla Amaguaya

4.01.02 Capacidad Óptima

Tabla 52 Cupcakes sal

Capacidad Óptima Cupcakes Sal	
No Personas	2
Horas Laboras Diariamente Cada Persona	3
Producción Diaria por Persona	40
Producción Total por Persona	80
Días a la Semana	5
Producción Semanal por Persona	400
Semanas	52
Producción Anual	19.200,00
Aceptación del Producto	59%
Total Aceptación del Producto	11.328,00
Frecuencia de Consumo	31%
Total Frecuencia de Consumo	3.511,68
Precio de Venta	\$2,10
Total Ingresos Anuales	\$7.374,53

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Carla Amaguaya

Tabla 53 Cupcake Dulce

Capacidad Óptima Cupcake Dulce	
No Personas	2
Horas Laboras Diariamente Cada Persona	5
Producción Diaria por Persona	70
Producción Total por Persona	140
Días a la Semana	5
Producción Semanal por Persona	700
Semanas	52
Producción Anual	33.600
Aceptación del Producto	59%
Total Aceptación del Producto	19.824,00
Frecuencia de Consumo	31%
Total Frecuencia de Consumo	6.145,44
Precio de Venta	\$1,90
Total Ingresos Anuales	\$11.676,34

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Carla Amaguaya

4.02 Localización

“El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos”. (Miranda Miranda , Gestion de proyectos: evaluacion financiera economica, 2005, pág. 122)

Puede ser útil para establecer el éxito o fracaso del proyecto, ya que se elige el lugar estratégico que encamine hacia la maximización de la rentabilidad de la empresa escogiendo la alternativa más conveniente.

Para mejor estudio se divide en dos partes: la macro localización y micro localización.

4.02.01 Macro localización

“Es la selección preliminar de la región o zona más adecuada, evaluando la presentación de los atractivos necesarios para la instalación del proyecto”.

(Hamilton & Pezo, 2006, pág. 83)

Ecuador es un país de América del Sur, limita con los países hermanos de Colombia y Perú. Este país es único y muy diverso tanto en cultura y en su naturaleza, gracias a sus climas, las cuatro regiones pueden ofrecer una infinidad de productos.

Pichincha es una de las veinte y cuatro provincias aquí se encuentra ubicado San Francisco de Quito, que es la capital también conocida como la “Carita de Dios”. La ciudad está compuesta por diferentes barrios como San Carlos en el norte de la capital, es un barrio que está lleno de locales comerciales de diferentes sectores económicos.



Figura 38 Macro Localización

Fuente: Google Maps

APOYAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUPCAKES DE DULCE Y DE SAL, PREPARADO CON HARINA DE TRIGO Y ARVEJA, UBICADA EN EL SECTOR DE SAN CARLOS, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017.

4.02.02 Micro localización

“Es la selección específica del punto o terreno dentro de la región que presenta las mejores ventajas”. (Hamilton & Pezo, 2006, pág. 83)

El barrio San Carlos está ubicado al norte de la ciudad de Quito, es un sector comercial y bastante concurrido por personas propias del lugar y por aquellas que no lo son.

En este sector se encuentran diferentes negocios ya que en lugares cercanos están hospitales públicos y privados, instituciones bancarias, entidades del estado y también escuelas y colegios, que hace que exista gran afluencia de personas todos los días

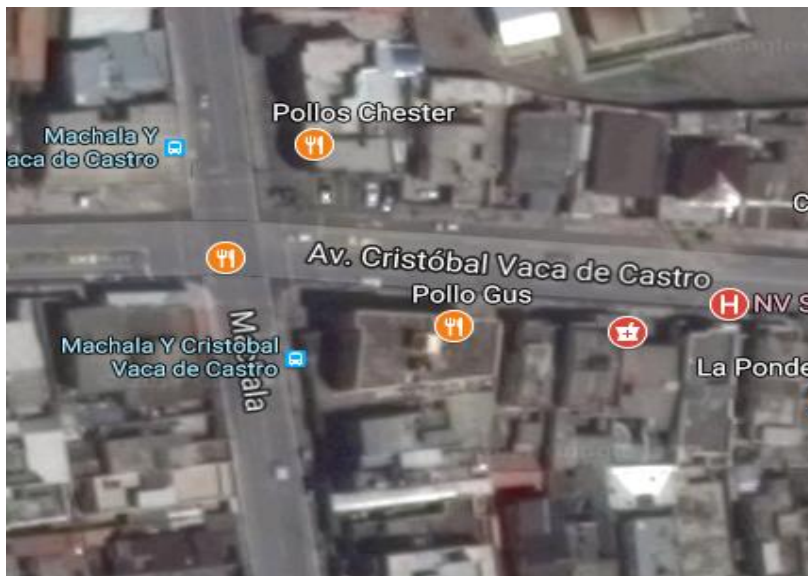


Figura 39 Micro Localización
Fuente: Google Maps

4.02.03 Localización Óptima

La localización óptima del proyecto estaría ubicado en la Av. Machala y Av. Vaca de Castro, ya que existe mucha afluencia de personas que están dispuesta a consumir productos cupcakes que son sanos para los consumidores.

4.03 Ingeniería del proyecto

“La ingeniería tiene por objetivo identificar la viabilidad técnica y económica de las alternativas visualizadas y establecer pautas para el desarrollo de las etapas posteriores de la ingeniería”. (Centro Argentino de Ingenieros, 2016, pág. 17)

Todo esto con el motivo de saber si el proyecto va a ser factible y sobre todo si se va poder llevar acabo todos los objetivos y metas propuestas al inicio del proyecto.

Durante todo el proceso de estudio se tomará en cuenta el tipo de tecnología que se va a emplear, la adquisición de la maquinaria que se va a ocupar; cuáles serán los procesos correctos para el buen desempeño de la empresa.

4.03.01 Definición del Bien y servicio

El proyecto ofrece a los consumidores productos saludables, ya que están elaborados con la combinación de harina de trigo y harina de arveja debido a que estas se complementan de tal manera que es de gran valor nutricional para quienes lo consumen.

Para ofrecer un servicio de calidad al cliente se contará con la tecnología adecuada y el personal capacitado para que el consumidor obtenga al comprar el cupcake una agradable experiencia, que garantice la fidelidad del cliente.

4.03.02 Distribución de planta



Figura 40 Distribución de la Planta

Fuente: Carla Amaguaya

Elaborado por: Carla Amaguaya

Tabla 54 Distribución de la Planta

Áreas	Longitud	Total
Producción	12,30m ² x 5,00m ²	61,50 m ²
Oficina Administrativa	4,86m ² x3,90m ²	18,95m ²
Baño	3,00m ² x3,00m ²	9,00m ²
Recepción	5,97m ² x4,59m ²	27,40m ²
	Total	116,86 m²

Fuente: Carla Amaguaya

Elaborado por: Carla Amaguaya

Detalle de la Planta por Áreas

4.03.02.01 Departamento de Producción

La cocina mediar un total de 61,50 m², contara con horno, una refrigeradora, una mesa larga de trabajo, y un aparador para guardar los utensilios de cocina



Figura 41 Depto. Producción

Fuente: Carla Amaguaya

Elaborado por: Carla Amaguaya

4.03.02.02 Oficina Administrativa

La oficina medirá un total de 18,95 m², contará con un escritorio, silla, equipo de computación y un mueble archivador.



Figura 42 Oficina Administrativa

Fuente: Carla Amaguaya

Elaborado por: Carla Amaguaya

4.03.02.03 Recepción

La recepción contará con un tamaño de 27,40 m², tendrá vitrinas exhibidoras del producto las cuales serán refrigeradas para la conservación del cupcake, una caja registradora, un sillón de espera.



Figura 43 Recepción

Fuente: Carla Amaguaya

Elaborado por: Carla Amaguaya

4.03.02.04 Baño

El tamaño del baño será de 9,00 m², será para para los clientes y el personal de ambos sexos.



Figura 44 Baño

Fuente: Carla Amaguaya

Elaborado por: Carla Amaguaya

4.03.03 Matriz S.L.P.

“Es una forma organizada para realizar la planeación de una distribución y está constituida por fases, en una serie de procedimientos y símbolos convencionales para identificar, evaluar áreas en la planeación”. (Ramirez Sandoval, 2013, pág. 12)

Matriz S.L.P

La matriz S.L.P muestra la razón o motivo por el cual las áreas se encuentran ubicadas de tal forma.

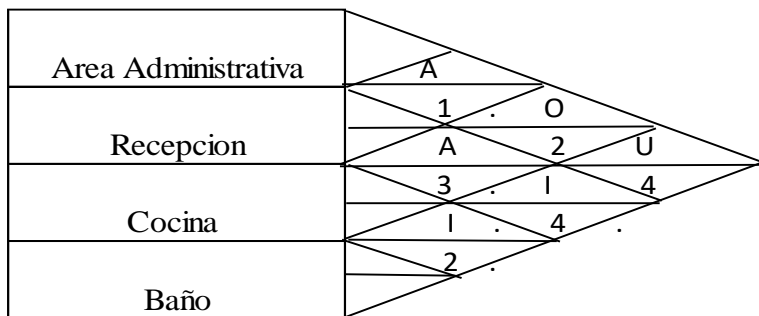


Figura 45 Matriz S.L.P

Fuente Estudio Técnico

Elaborado por: Carla Amaguaya

Tabla 55 Código de cercanía

Letra	Orden de Proximidad
A	Absolutamente necesario
E	Especialmente necesario
I	Importante
O	Ordinaria o normal
U	Sin importancia
X	Indeseable

Fuente: Evaluación de proyectos

Elaborado por: Carla Amaguaya

GRADOS DE CERCANÍA

Se establece las razones por las cuales los distintos departamentos deberían estar cerca un de otro.

Tabla 56 Grados de Cercanía

Número	Razón
1	Por control
2	Por higiene
3	Por proceso
4	Por conveniencia
5	Por Seguridad

Fuente: Evaluación de proyectos

Elaborado por: Carla Amaguaya

4.04 Proceso Productivo

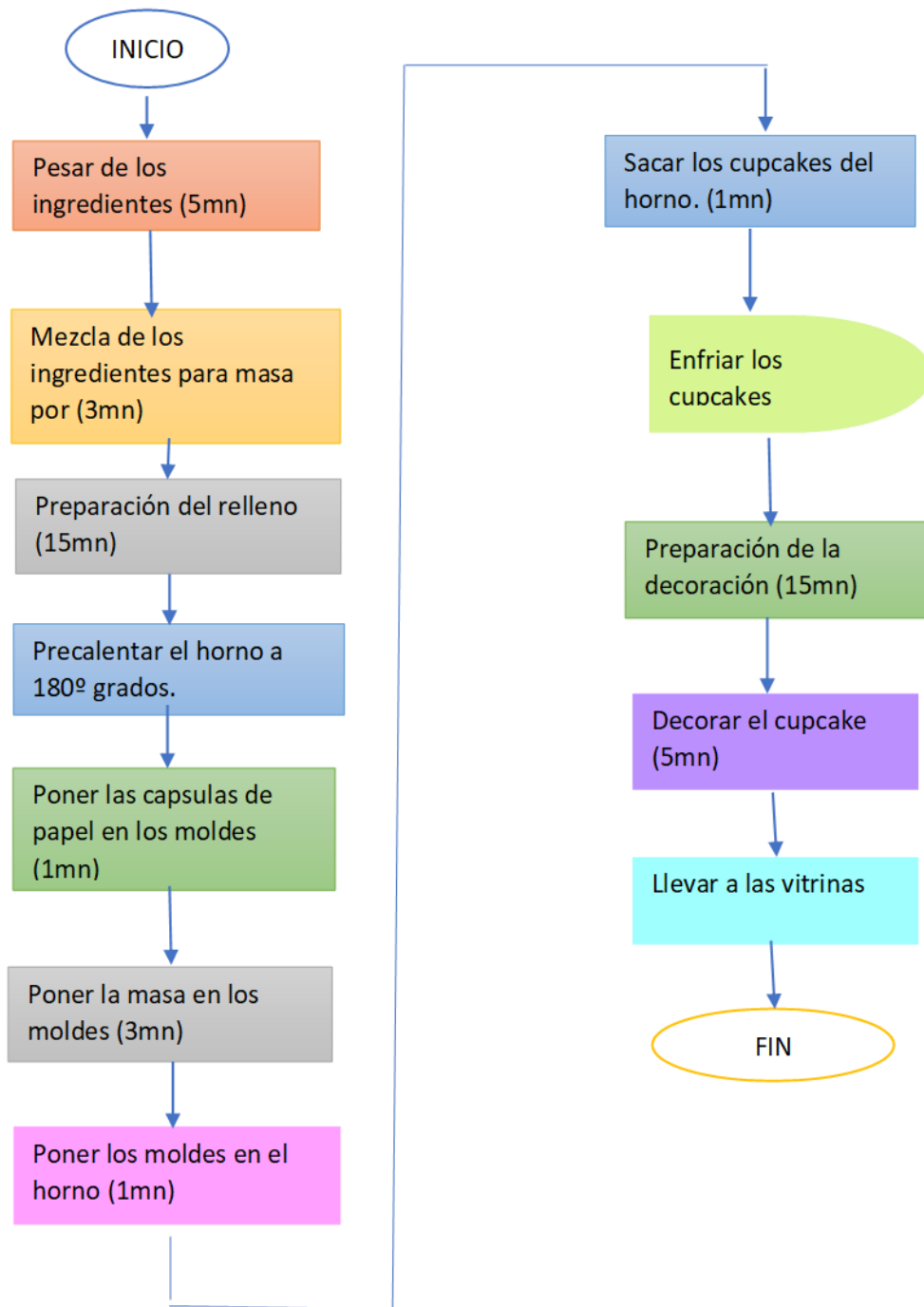


Figura 46 Proceso Productivo
Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Carla Amaguaya

4.04.01 Descripción de Actividades del flujograma de Producción

1. Inicio del proceso
2. Se tiene que pesar los ingredientes seleccionados, puesto que deben tener el gramaje exacto.
3. Se mezcla los ingredientes para la masa de los cupcakes
4. Se prepara el relleno para los cupcakes de sal.
5. Mientras se mezclan los ingredientes se precalientan el horno a 180 grados centígrados.
6. Una vez lista la masa se pone en las capsulas de papel y posteriormente en los moldes para el horneo.
7. Los moldes listos se proceden a colocar en el horno
8. Después de unos minutos en el horno se los saca del horno a los cupcakes
9. Una vez fuera del horno se les deja enfriar
10. Se prepara la decoración tanto para cupcakes de sal como para los de dulce
11. Se procede a decorar los cupcakes
12. Ya decorados los cupcakes se los lleva a las vitrinas para posteriormente su venta.

4.05 Maquinaria y Equipo

“Todas las maquinarias y equipo son activos fijos, utilizados por las empresas en la producción o distribución de un bien o servicio”. (Horngren , 2008, pág. 279)

Tabla 57 Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Horno rotativo	1	\$7.800,00	\$7.800,00
Frigorífico	1	\$1.150,00	\$1.150,00
Balanzas	1	\$25,00	\$25,00
Batidora industrial	1	\$805,00	\$805,00
Vitrina	1	\$1.120,00	\$1.120,00
Mesa de trabajo	1	\$120,00	\$120,00
		Total	\$11.020,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

4.05.01 Menaje

“El término menaje se refiere a los utensilios empleados por el cliente en el momento de utilizar platos, cubiertos, cristalería, utensilios de cocina en general”.

(Montes, Lloret, & Lopez , 2006, pág. 8)

Tabla 58 Menaje

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Moldes cupcakes (12)	10	\$10,00	\$100,00
Cuchara de helado	2	\$15,00	\$30,00
Colador	2	\$5,00	\$10,00
Set de boquillas decorativas	1	\$35,00	\$35,00
Cuchillo	2	\$3,00	\$6,00
Torres demostrativas	5	\$6,00	\$30,00
Set cucharas medidoras (5)	1	\$17,00	\$17,00
Set espátulas	1	\$20,00	\$20,00
Docenas mangas pasteleras	5	\$5,50	\$27,50
Bowl	3	\$5,00	\$15,00
Capsulas de papel (100)	5	0,85	\$4,25
		Total	\$294,75

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

4.05.02 Equipo de oficina

Son activos que posee la empresa como: grapadoras, perforadoras, teléfonos y demás artículos que la empresa requiera.

Tabla 59 Equipo de Oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Grapadora	1	\$5,00	\$5,00
Perforadora	1	\$5,00	\$5,00
Máquina Registradora	1	\$289,00	\$289,00
Teléfono	2	\$30,00	\$60,00
		Total	\$349,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

4.05.03 Equipo de Computación

Son todos los equipos electrónicos que posea la empresa computadoras, impresoras.

Tabla 60 Equipo de Computación

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Computadora	1	655	655
Impresora multifunción	1	243	243
		Total	898

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

4.05.04 Muebles y Enseres

Se considera así a los equipos de escritorio, las sillas, las mesas, los libreros, los mostradores, archivadores, y más.

Tabla 61 Muebles y Enseres

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Sillas Oficina	2	\$20,00	\$40,00
Escritorio	1	\$300,00	\$300,00
Archivador	1	\$289,00	\$289,00
		Total	\$629,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable. Es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. (Anzil, 2012, pág. S/N)

La empresa "THE HEALTHY CUPCAKE" ofrecerá dos tipos de productos que son los cupcakes de sal y los cupcakes de dulce, estarán elaborados con ingredientes saludables como la harina de trigo y la harina de haba, también serán endulzados con Stevia, que es un endulzante natural que no dañara a la salud de quien lo consuma además es apto para las personas diabéticas.

Los cupcakes se encontrarán en presentaciones de 100 gr, puesto que tienen el tamaño, peso y precio del cupcake es ideal ya que está al alcance de los consumidores, no solo puede ser considerado un postre, porque puede ser consumido también como parte de las comidas, al ser de sal también cuenta con vitaminas que son de utilidad para quien las personas que los consuman al ser beneficioso para la salud.

Además, al ofrecer un producto distinto al que se encuentra en el mercado, como los cupcakes de sal, se puede encontrar una infinita variedad de sabores que son de agrado para el consumidor que desea apreciar una nueva experiencia.

5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales

5.01.01 Ingresos Operacionales

“Son todos los ingresos relacionados con el objetivo social determinado por la empresa. Son la razón de ser del negocio”. (Malagon-Londoño, Galan Morera, & Ponton Laverde , 2007, pág. 483)

Tabla 62 Cupcake Sal

Ingresos por Producción Cupcakes Sal

Año	Cantidad	Precio de Venta	Total Ingresos
Año 1	11.328,00	2,10	23.788,80
Año 2	11.359,72	2,12	24.117,82
Año 3	11.391,53	2,15	24.451,39
Año 4	11.423,42	2,17	24.789,57
Año 5	11.455,41	2,19	25.132,43

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

Tabla 63 Cupcakes Dulce

Ingresos por Producción de Cupcakes Dulce

Año	Cantidad	Precio de Venta	Total Ingresos
Año 1	19.824,00	1,90	37.665,60
Año 2	19.879,51	1,92	38.186,55
Año 3	19.935,17	1,94	38.714,70
Año 4	19.990,99	1,96	39.250,15

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.01.02 Ingresos No Operacionales

“Son ingresos provenientes de transacciones diferentes a la actividad ordinaria de la compañía, actividades distintas tales como el manejo de portafolio de inversión en títulos cuyos rendimientos generan intereses y comisiones generalmente periódicos”. (Borrero & Ortiz , 2016, pág. 160)

5.2 Costos

“Las clasificaciones de los costos utilizados para preparar los estados financieros no son la mayoría de las veces las usadas por la gerencia con el propósito de control, los costos son con frecuencia clasificados en fijos y variables”. (Cuevas , 2007, pág. 21)

5.02.01 Costos Directos

“Son aquellos que pueden identificarse directamente con un bien o producto que produce la empresa”. (Reyes Fernandez , 2017, pág. 7)

Tabla 64 Cupcake Sal

Costo Producción de Cupcake Sal	
Descripción	Año 1
Materia Prima	
Harina	0,04
Harina de arveja	0,03
Huevos	0,08
Leche	0,04
Mantequilla	0,11
Polvo de hornear	0,00
Sal	0,00
Bicarbonato de sodio	0,00
Carne molida	0,15
Papa	0,25
Mano de Obra	
Medida de Ingredientes	0,03
Mezcla	0,06
Decoracion	0,07
Empaquetado	0,07
Costos Indirectos de Fabricación	
Caja Plástica	0,08
Etiquetas	0,04
Total Costo Producción	\$1,03

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

Tabla 65 Cupcake Dulce

Costos de Producción Cupcake Dulce	
Descripción	Año 1
Materia Prima	
Harina	0,04
Harina de arveja	0,03
Huevos	0,08
Leche	0,04
Mantequilla	0,10
Polvo de hornear	0,00
Sal	0,00
Stevia	0,08
Bicarbonato de sodio	0,00
Queso crema	0,05
Extracto de vainilla	0,00
Saborizante de menta	0,01
Mano de Obra	
Medida de ingredientes	0,03
Mezcla	0,06
Decoración	0,07
Empaquetado	0,07
Costos Indirectos de Fabricación	
Cajas plásticas	0,081
Etiquetas	0,04
Total Costo Producción	0,70

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.02.02 Materia Prima Directa (M.P.D)

“La materia prima directa es aquella que pueden ser identificados en los productos aun terminados. Los costos de estos materiales pueden ser cargado a los productos, ya que se puede cuantificar la cantidad de materiales utilizados por cada producto.” (Morales , Enriquez , & Huerta , 2016, pág. S/N)

Tabla 66 Cupcake Sal

Materia Prima Directa Cupcake Sal

Detalle	Costo	Cantidad	Costo Unitario	Material Utilizado	Total Costo Material
Harina	\$ 2,10	1.000,00	0,00	227	0,04
Harina de arveja	\$ 0,65	454,00	0,00	227	0,03
Huevos	\$ 0,15	1,00	0,15	6	0,08
Leche	\$ 0,85	1,00	0,85	0,5	0,04
Matequilla	\$ 2,89	454,00	0,01	200	0,11
Polvo de hornear	\$ 1,75	120,00	0,01	3	0,00
Sal	\$ 0,49	1.000,00	0,00	4	0,00
Bicarbonato de sodio	\$ 6,00	1.000,00	0,01	3	0,00
Carne molida	\$ 3,50	454,00	0,01	227	0,15
Papa	\$ 0,25	454,00	0,00	454	0,25
Total Materia Prima Directa					0,68

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

Tabla 67 Cupcake Dulce

Materia Prima Directa Cupcake de Dulce

Detalle	Costo	Cantidad	Costo Unitario	Material Utilizado	Total Costo Material
Harina	\$ 2,10	1.000,00	0,00	227	0,04
Harina de arveja	\$ 0,65	454,00	0,00	227	0,03
Huevos	\$ 0,15	1,00	0,15	6	0,08
Leche	\$ 0,85	1,00	0,85	0,5	0,04
Mantequilla	\$ 2,89	500,00	0,01	200	0,10
Polvo de hornear	\$ 1,75	120,00	0,01	3	0,00
Sal	\$ 0,49	1.000,00	0,00	3	0,00
Stevia	\$ 7,95	100,00	0,08	12	0,08
Bicarbonato de sodio	\$ 6,00	1.000,00	0,01	3	0,00
Queso crema	\$ 1,50	250,00	0,01	100	0,05
Extracto de vainilla	\$ 1,50	100,00	0,02	3	0,00
Saborizante de menta	\$ 2,50	100,00	0,03	4	0,01
Total Materia Prima Directa					0,42

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

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

Se hace referencia a los costos que asume la empresa cancelando la nómina o los servicios de las personas que están directamente relacionadas con la producción del bien o producto (Guzman , Guzman , & Romero , 2007, pág. 217)

Tabla 68 Cupcake de Sal

Mano de Obra	Horas Mensuales	Minutos	Hora	Minutos Utilizados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MINUTOS	240,00	60	14.400,00						
					525,85	531,63	537,48	543,39	549,37
Chef									
Medida de Ingredientes				10	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
Mezcla				20	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06
Ayudante									
					494,94	500,38	505,89	515,98	517,08
Decoracion				2	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
Empaquetado				2	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
Costo Total Mano de Obra					0,23	0,23	0,23	0,24	0,24

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

Tabla 69 Cupcake Dulce

Mano de Obra	Horas Mensuales	Horas	Hora	Minutos Utilizados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Minutos	240,00	60	14.400,00						
					525,85	531,63	537,48	543,39	549,37
Chef									
Medida de Ingredientes				10	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
Mezcla				20	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06
Ayudante									
					494,94	500,38	505,89	515,98	517,08
Decoracion				2	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
Empaquetado				2	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
Costo Mano de Obra					0,23	0,23	0,23	0,24	0,24

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.02.04 Costos Indirectos de Fabricación

“Los costos indirectos son aquellos que no se puede atribuirse directamente con el proceso de fabricación de un bien o producto que produzca la empresa”.

(Reyes Fernandez , 2017, pág. 7)

Tabla 70 Cupcake Sal

Costos Indirectos de Fabricación					
Detalle	Costo	Cantidad	Material Usado	Costo Material Usado	Total
Caja plástica	81	1000	0,081	1	0,08
Etiquetas	40	1000	0,04	1	0,04
Total Costos Fijos					0,12

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

Tabla 71 Cupcake de Dulce

Costos Indirectos de Fabricación					
Detalle	Costo	Cantidad	Material Usado	Costo Material Usado	Total
Caja plástica	81	1000	0,081	1	0,08
Etiquetas	40	1000	0,04	1	0,04
Total Coatos fijos					0,12

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.02.05 Gastos Administrativos

“Costo de Administrar y controlar un negocio, lo que incluye los honorarios de los administradores, sueldos, rentas, servicios básicos, y más”. (Barrow , 2008, pág. 176)

Tabla 72 Gastos Administrativos

Gastos Administrativos				
Descripcion	Cantidad	Valor		Total
		Unitario	Mensual	Anual 1
Sueldo Personal				
Administración	2	1.082,61	1.082,61	12.991,35
Gerente General	1	587,68	587,68	7.052,10
Cajera	1	494,94	494,94	5.939,25
Equipos de Oficina	4	329	329	329
Depreciacion de				
Activos Fijos	1	10,84	130,12	1.561,48
Equipo y Maquinaria	1	91,83	91,83	1.102,00
Muebles y Enseres	1	5,16	5,16	61,90
Equipo de computacion	1	24,94	24,94	299,33
Menaje	1	8,19	8,19	98,25
Servicios Basicos	1	615,00	615,00	7.380,00
Arriendo	1	500	500,00	6000,00
Internet	1	30	30,00	360,00
Luz	1	50	50,00	600,00
Agua	1	25	25,00	300,00
Teléfono	1	10	10,00	120,00
Gastos Generales	1	30,00	60,00	120,00
Mantenimiento				
Maquinaria	2	30,00	60,00	120
Total			1.656,74	22.381,83

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.02.06 Gastos de Ventas

“El gasto de ventas prevé los diversos gastos en que incurrirá el equipo de ventas, tales como: gastos de publicidad (diarios, revistas, televisión, internet, radio, etc.) comisiones de los vendedores, etc.”. (EDITORIAL VERTICE, 2008, pág.

141)

Tabla 73 Gasto de Ventas

Descripción	Gasto de Ventas		Total Mensual	Año 1
	Cantidad	Valor Unitario		
Flayers	100	0,15	15,00	180,00
pagina web	1	200,00	16,67	200,00
Tarjetas de presentación	100	0,20	20,00	240,00
Catálogo	1	20,00	20,00	240,00
TOTAL			71,67	860,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.02.07 Gastos Financieros

“Son aquellos que se derivan de la utilización de recursos financieros ajenos a la empresa para el desarrollo de su actividad. Se consideran gastos financieros, los intereses y comisiones devengados como consecuencia de la utilización de fuentes ajenas de financiación”. (Buireu Guarro, 2008, pág. 242)

Tabla 74 Gastos Financieros

Gastos Financieros			
Inversión:	100%	\$ 21.089,30	
Cap. Propio:	30%	\$ 6.326,79	
Financiamiento:	70%	\$ 14.762,51	
Plazo:		48 Meses	
Interés:		12%	0,24%
Pagos:	\$ 326,35	Mensual	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.03 Costos Fijos y Variables

5.03.01 Costos fijos

“Son aquellos costos que tiene la empresa independientemente de que haya actividades productivas o no. Los gastos mantenimiento, depreciaciones, son un ejemplo”. (Sundem, Stratton, & Horngren, 2007, pág. 92)

5.03.02 Costos Variables

“Se llaman costos variables a aquellos costos que dependen de la producción. Estos costos aumentan o disminuyen con la producción”. (Sundem, Stratton, & Horngren, 2007, pág. 93)

5.04 Inversión

Una inversión es cualquier sacrificio de recursos con la finalidad de recibir algún beneficio en el futuro, adquiriendo bienes específicos que sirven para el funcionamiento de la empresa.

5.04.01 Inversión Fija

Se refiere a todo tipo de activos fijos tangibles, así como la adquisición de mobiliario y equipo, para el inicio de operaciones de la empresa

Tabla 75 Inversión Fija

Cuadro de Inversiones						
Inversión Fija						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	-11.020,00					5.510,00
Muebles y Enseres	-619,00					309,50
Equipos de Computación	-898,00			-898,00		299,33
Equipos de oficina	-329,00					109,67
Menaje	-294,75					98,25
TOTAL	-13.160,75			-898,00		6.326,75

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.04.02 Capital de Trabajo

Es el capital necesario que la empresa requiere para iniciar sus actividades, este capital deberá cubrir sueldos, servicios básicos, materia prima y más gastos que se realizaran antes de generar algún ingreso.

Tabla 76 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo			
Descripción	1 mes	2 mes	Total
Sueldo Personal Administración	1.082,61	1.082,61	2.165,23
Servicios Básicos	615,00	615,00	1.230,00
Gastos Generales	60,00	60,00	120,00
Gastos de Ventas	71,67	71,67	143,33
Costos de Producción	2.135,05	2.135,05	4.270,10
TOTAL	3.964,33	3.964,33	7.928,66

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.04.03 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Tabla 77 Fuente de Usos y Fondos

Fuente de Usos y Fondos				
Descripción	Inversión	Recursos Propios	Financiamiento	Total
Equipo y Maquinaria	11.020,00	3.306,00	7.714,00	11.020,00
Muebles y Enseres	619,00	185,70	433,30	619,00
Equipos de Computación	898,00	269,40	628,60	898,00
Equipos de oficina	329,00	98,70	230,30	329,00
Menaje	294,75	88,43	206,33	294,75
Sueldo Personal Administración	2.165,23	649,57	1.515,66	2.165,23
Servicios Basicos	1.230,00	369,00	861,00	1.230,00
Gastos Generales	120,00	36,00	84,00	120,00
Gastos de Ventas	143,33	43,00	100,33	143,33
Costos de Produccion	4.269,99	1.281,00	2.988,99	4.269,99
TOTAL	21.089,30	6.326,79	14.762,51	21.089,30

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.04.04 Amortización de Financiamiento

Tabla 78 Tabla de Amortización

Tabla de Amortización			
Inversión	100%	21.089,30	
Cap. Propio	30%	6.326,79	
Financiamiento	70%	14.762,51	
Plazo		48	Meses
Interés		12%	0,24%
Pagos	326,35	Mensual	

Periodo	Saldo	Interés	Cuota	Capital	Saldo
0	14.762,51	0,00	0,00	0,00	14.762,51
1	14.762,51	36,14	326,35	290,21	14.472,29
2	14.472,29	35,43	326,35	290,92	14.181,37
3	14.181,37	34,71	326,35	291,64	13.889,74
4	13.889,74	34,00	326,35	292,35	13.597,39
5	13.597,39	33,29	326,35	293,07	13.304,32
6	13.304,32	32,57	326,35	293,78	13.010,54
7	13.010,54	31,85	326,35	294,50	12.716,04
8	12.716,04	31,13	326,35	295,22	12.420,81
9	12.420,81	30,41	326,35	295,95	12.124,87
10	12.124,87	29,68	326,35	296,67	11.828,20
11	11.828,20	28,95	326,35	297,40	11.530,80
12	11.530,80	28,23	326,35	298,12	11.232,68
13	11.232,68	27,50	326,35	298,85	10.933,82
14	10.933,82	26,77	326,35	299,59	10.634,24
15	10.634,24	26,03	326,35	300,32	10.333,92
16	10.333,92	25,30	326,35	301,05	10.032,87
17	10.032,87	24,56	326,35	301,79	9.731,07
18	9.731,07	23,82	326,35	302,53	9.428,55
19	9.428,55	23,08	326,35	303,27	9.125,27
20	9.125,27	22,34	326,35	304,01	8.821,26
21	8.821,26	21,59	326,35	304,76	8.516,51
22	8.516,51	20,85	326,35	305,50	8.211,00
23	8.211,00	20,10	326,35	306,25	7.904,75
24	7.904,75	19,35	326,35	307,00	7.597,75

25	7.597,75	18,60	326,35	307,75	7.290,00
26	7.290,00	17,85	326,35	308,51	6.981,49
27	6.981,49	17,09	326,35	309,26	6.672,23
28	6.672,23	16,33	326,35	310,02	6.362,22
29	6.362,22	15,57	326,35	310,78	6.051,44
30	6.051,44	14,81	326,35	311,54	5.739,90
31	5.739,90	14,05	326,35	312,30	5.427,60
32	5.427,60	13,29	326,35	313,06	5.114,54
33	5.114,54	12,52	326,35	313,83	4.800,71
34	4.800,71	11,75	326,35	314,60	4.486,11
35	4.486,11	10,98	326,35	315,37	4.170,74
36	4.170,74	10,21	326,35	316,14	3.854,60
37	3.854,60	9,44	326,35	316,91	3.537,68
38	3.537,68	8,66	326,35	317,69	3.219,99
39	3.219,99	7,88	326,35	318,47	2.901,53
40	2.901,53	7,10	326,35	319,25	2.582,28
41	2.582,28	6,32	326,35	320,03	2.262,25
42	2.262,25	5,54	326,35	320,81	1.941,44
43	1.941,44	4,75	326,35	321,60	1.619,84
44	1.619,84	3,97	326,35	322,39	1.297,45
45	1.297,45	3,18	326,35	323,17	974,28
46	974,28	2,38	326,35	323,97	650,31
47	650,31	1,59	326,35	324,76	325,55
48	325,55	0,80	326,35	325,55	0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.04.05 Depreciaciones

“Es la pérdida de valor que sufre un activo físico como consecuencia de su uso, los activos tienen una vida útil de un periodo determinado de tiempo, durante el transcurso de ese lapso se da esta pérdida de valor”. (eumet.com, 2014, pág. 487)

Tabla 79 Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	11.020,00	10	1.102,00	1.102,00	1.102,00	1.102,00	1.102,00
Equipos de oficina	329,00	10	32,90	32,90	32,90	32,90	32,90
Muebles y Enseres	619,00	10	61,90	61,90	61,90	61,90	61,90
Equipos de Computación	898,00	3	299,33	299,33	299,33	299,33	299,33
Menaje	294,75	3	98,25	98,25	98,25	98,25	98,25
TOTAL	13.160,75		1.594,38	1.594,38	1.594,38	1.594,38	1.594,38

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.04.06 Estado de Situación Inicial

“Cuando una empresa se crea por primera vez, debe tener el balance Inicial con el que contara la empresa al iniciar labores”. (Rincon Soto , 2011, pág. 63)

Tabla 80 Estado Situación Inicial

"THE HEALTHY CUPCAKE"	
Estado de Situación Financiero Inicial	
2017	
ACTIVOS	
Activo Corriente	\$ 2.378,56
Caja	\$ 2.378,56
ACTIVO FIJO	\$ 13.160,75
Equipo y Maquinaria	\$ 11.020,00
Muebles y Enseres	\$ 619,00
Equipos de Computación	\$ 898,00
Equipos de oficina	\$ 329,00
Menaje	\$ 294,75
TOTAL ACTIVOS	\$ 15.539,31
PASIVOS	
Pasivos no Corrientes	\$ 14.762,51
Préstamo Bancario por pagar	\$ 14.762,51
PATRIMONIO	\$ 776,81
Capital	\$ 776,81
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 15.539,31

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.04.07 Estado de Resultados Proyectado

“Es el resumen de los ingresos y gastos de una entidad durante un periodo específico, cada mes o año, también llamado estado de pérdidas o ganancias, presenta las operaciones de una empresa a lo largo del ejercicio contable”.

(Horngren , Harrison , & Smith , Contabilidad, 2007, pág. 18)

Tabla 81 Estado de Resultados Proyectado

Descripción	"THE HEALTHY CUPCAKE"				
	Estado de Resultado Proyectado				
	2017				
	Año	Año	Año	Año	Año
	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	61.454,40	62.304,36	63.166,08	64.039,72	64.925,44
Cupcakes sal	23.788,80	24.117,82	24.451,39	24.789,57	25.132,43
Cupcakes dulce	37.665,60	38.186,55	38.714,70	39.250,15	39.793,01
(-) Costo de Produccion	25.619,93	25.974,28	26.279,01	26.712,12	27.066,99
Cupcakes sal	11.715,84	11.877,88	11.987,65	12.223,10	12.377,57
Cupcakes dulce	13.904,09	14.096,40	14.291,36	14.489,02	14.689,42
(=) Utilidad Bruta en Ventas	35.834,47	36.330,09	36.887,07	37.327,60	37.858,45
(-) Gastos Operacionales				24.468,01	24.577,56
Gastos Administrativos	22.381,83	22.667,67	23.278,82	23.517,71	23.679,09
Gastos de Ventas	860,00	869,46	879,02	888,69	898,47
Gastos Financieros	386,38	281,28	173,05	61,61	
(=) Utilidad Operacional	12.206,26	12.511,67	12.556,18	12.859,59	13.280,89
(+) 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.	12.206,26	12.511,67	12.556,18	12.859,59	13.280,89
(-) 15 % Participacion Laboral	1.830,94	1.876,75	1.883,43	1.928,94	1.992,13
(=) Utilidad Antes de I.R.	10.375,32	10.634,92	10.672,75	10.930,65	11.288,76
(-) Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	10.375,32	10.634,92	10.672,75	10.930,65	11.288,76
(+) Depreciaciones	1.594,38	1.594,38	1.594,38	1.594,38	1.594,38
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	11.969,70	12.229,30	12.267,13	12.525,03	12.883,14

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.04.08 Flujo Neto de Efectivo

“Informa sobre los cambios históricos en el efectivo y los equivalentes del efectivo durante un ejercicio, clasificándolos según actividades de operación, de inversión y de financiación”. (Vintimilla & Osorio , 2012, pág. 11)

Tabla 82 Flujos Netos de Efectivo

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Inversion Total	-21.089,30			-898,00		6.326,75
Excedente Operacional		16.604,97	8.876,74	8.813,02	8.106,99	13.280,89
FLUJOS DE EFECTIVO	-21.089,30	16.604,97	8.876,74	7.915,02	8.106,99	19.607,64

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.04.09 Flujo de Caja Proyectado

“El flujo de caja tiene como propósito medir la disponibilidad de efectivo para cancelar las deudas contraídas con terceros. El F.C.P se basa en información propia de la compañía y el análisis del entorno midiendo el comportamiento a futuro” (Barrajas, 2008, págs. 155, 161)

Tabla 83 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL	21.089,30				
VENTAS					
Cupcakes sal	23.788,80	24.117,82	24.451,39	24.789,57	25.132,43
Cupcakes dulce	37.665,60	38.186,55	38.714,70	39.250,15	39.793,01
TOTAL INGRESOS	82.543,70	62.304,36	63.166,08	64.039,72	64.925,44
EGRESOS					
Gastos Administrativos	22.381,83	22.667,67	23.278,82	23.517,71	23.679,09
Gastos de Ventas	860,00	869,46	879,02	888,69	898,47
Cuota Prestamo	3.916,21	3.916,21	3.916,21	3.916,21	0,00
Costo de Produccion	25.619,93	25.974,28	26.279,01	26.712,12	27.066,99
Equipo y Maquinaria	11.020,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	619,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Computaci3n	898,00	0,00	0,00	898,00	0,00
Equipos de oficina	329,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menaje	294,75	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS	65.938,72	53.427,62	54.353,06	55.932,73	51.644,55
SALDO FINAL	16.604,97	8.876,74	8.813,02	8.106,99	13.280,89

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.05 Evaluaci3n Financiera

Contribuye directa o indirectamente a que los recursos disponibles en la economía sean asignados en la forma más racional entre los distintos usos posibles (Miranda Miranda , Gestion de Proyectos:evaluacion financiera , 2007, pág. 216)

5.05.01 Tasa Mí nima Aceptable de Rendimiento (T.M.A.R)

“Se le conoce como tasa a la que se descuenta el flujo. La T.M.A.R es la tasa de rentabilidad m í nima aceptable que los proyectos deben ofrecer para ser tomados en cuenta en el proceso de decisi3n respecto a una inversi3n”. (Rosales Posas, 2007, pág. 150)

$$\text{TMAR} = i + f + (i \times f)$$

i = inflación

f = costo de oportunidad

$$\begin{aligned} \text{Inflación} &= 1,10\% \\ \text{Costo de Oportunidad} &: 7,51\% \end{aligned}$$

$$\text{TMAR} = 0,011 + 0,0751 + (0,011 \times 0,1)$$

$$\text{TMAR} = 0,0861 + 0,00083$$

$$\text{TMAR} = 0,08693$$

$$\text{TMAR} = \mathbf{8,69\%}$$

5.05.02 Valor Actual Neto (VAN)

“Significa traer del futuro al presente cantidades monetarias a su valor equivalente. Se utiliza una tasa de descuento”. (Navarro Zeledon , 2012, pág. 3)

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

$$\text{VAN} = -21.089,30 + \frac{16.604,97}{1,086926} + \frac{8.876,74}{1,181408} + \frac{7.915,02}{1,284104} + \frac{8.106,99}{1,39573} + \frac{19.607,64}{1,517050672}$$

$$\text{VAN} = -21.089,30 + 15.277,00 + 7.513,70 + 6.163,85 + 5.808,44 + 12.924,84$$

$$\text{VAN} = -21.089,30 + 47.687,84$$

$$\text{VAN} = \$ 15.463,17$$

5.05.03 Tasas Interna de Retorno (T.I.R)

“Si la tasa interna de retorno es mayor que la tasa de descuento se sugiere aceptar la inversión, al contrario, es menor se conviene no invertir por lo que se escoge la que produce mayor retorno”. (Fernandez Espinoza , 2007, pág. 132)

$$TIR = -21.089,30 + 15.277,00 + 7.513,70 + 6.163,85 + 5.808,44 + 12.924,84$$

$$TIR = -21.089,30 + 47.687,84$$

$$TIR = 39\%$$

5.05.04 Periodo de Recuperación de Inversión (P.R.I)

“Se define como el tiempo en años que tarda en recuperarse el monto de la inversión inicial de un proyecto” (Fernandez Espinoza , 2007, pág. 128)

Tabla 84 PRI

Periodo	PERIODO DE RECUPERACIÓN				
	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-21.089,30	-21.089,30	1,00	-21.089,30	-21.089,30
1	16.604,97	-4.484,32	0,92	15.277,00	-5.812,29
2	8.876,74	4.392,42	0,85	7.513,70	1.701,40
3	7.915,02	12.307,45	0,78	6.163,85	7.865,26
4	8.106,99	20.414,44	0,72	5.808,44	13.673,70
5	19.607,64	40.022,08	0,66	12.924,84	26.598,54

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.05.05 Relación Costo Benéfico

“Debe ser igual o mayor a la unidad. Si fuese mejor, no se estaría recuperando la inversión. Permite determinar si el proyecto es bueno o no”. (De Rus, 2008, pág. 20)

$$RCB = \frac{\text{Flujos de Efectivo}}{\text{Inv. Inicial}}$$

$$RCB = \frac{\$40.022,08}{\$21.089,30}$$

$$RCB = 1,90$$

La empresa con el indicador de Relación Costo Beneficio indica que por cada dólar que la empresa obtenga tiene 0,90 centavos de ganancia. Lo que indica que la empresa es rentable.

5.05.06 Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio de un bien o servicio, está dado por el volumen de ventas para el cual, los ingresos totales se hacen iguales a los costos totales. Es decir, no hay pérdidas ni ganancias”. (Chambergo , 2017, pág. 4)

PUNTO DE EQUILIBRIO CUPCAKES SAL

	P.E. = $\frac{CF}{p - C_{vu}}$
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	11.190,92
Gastos de Ventas	430,00
Gastos Financieros	193,19
TOTAL COSTOS FIJOS	11.814,10
Costo Variable unitario	1,03
Precio	2,10

$$PE = \frac{CF}{p - C_{vu}}$$

$$PE = \frac{11.814,10}{2,10 - 1,03}$$

$$PE = \frac{11.814,10}{1,07} = 11.085,12 \text{ u}$$

GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

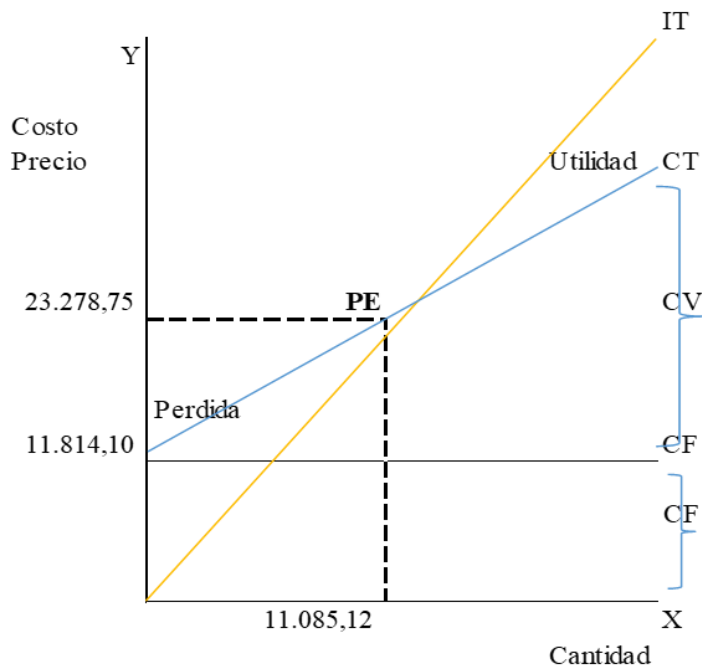


Figura 47 Punto de Equilibrio Cupcake Sal
Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Carla Amaguaya

PUNTO DE EQUILIBRIO CUPCAKE DULCE

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

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	11.190,92
Gastos de Ventas	430,00
Gastos Financieros	193,19
TOTAL COSTOS FIJOS	11.814,10
Costo Variable unitario	0,70
Precio	1,90

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

$$PE = \frac{11.814,10}{1,90 - 0,70}$$

$$PE = \frac{11.814,10}{1,20} = 9.856,39 \text{ u}$$

GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO CUPCKE DULCE

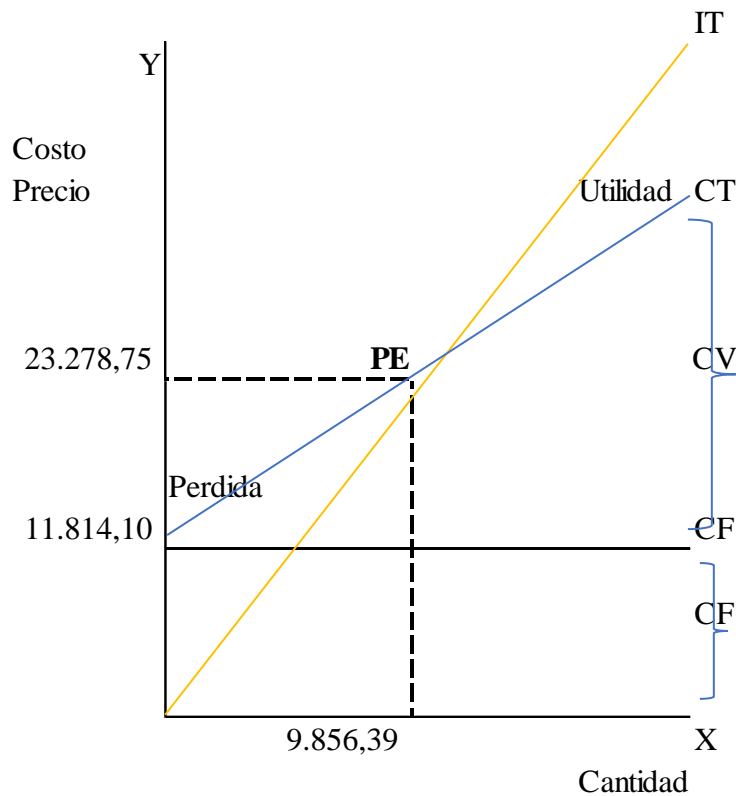


Figura 48 Punto de Equilibrio Cupcake Dulce

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Carla Amaguaya

5.05.07 Análisis Financiero

“El objetivo es el de aportar datos que permitan conocer la situación actual de la empresa y pronosticar su futuro, los distintos agentes participantes en los mercados financieros necesitan información para tomar decisiones de inversión o financiamiento”. (Gil Alvarez , 2009, pág. 10)

5.05.08 Rentabilidad sobre Capital (R.O.E)

“Es uno de los más importantes indicadores para tomar decisiones y evaluar la rentabilidad de un negocio”. (Briseño , 2007, pág. 13)

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

$$\text{R.O.E} = \frac{10.375,32}{6.326,79}$$

$$\text{R.O.E} = 1,64$$

La empresa tiene una alta capacidad de remuneración ya que las ganancias que obtiene son lo suficiente para retribuir a los socios y capacidad de volver a invertir.

5.05.09 Rentabilidad sobre Activo (R.O.A)

“Es un indicador que ayuda a determinar si los activos son eficientes para generar utilidad”. (Briseño , 2007, pág. 12).

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

$$\text{R.O.A} = \frac{10.375,32}{15.539,31}$$

$$\text{R.O.A} = 0,67$$

La rentabilidad de la empresa sobre los activos es alta por lo que indica que los activos que la empresa posee generan rentabilidad por ellos mismo.

5.05.10 Índice de Endeudamiento del Activo

“Mide la contribución de los acreedores con relación a la contribución de los propietarios para financiar los activos de la compañía”. (Barrajas Nova , 2008, pág. 86)

$$\begin{aligned}\text{INDICE DE ENDEUDAMIENTO} &= \frac{\text{TOTAL PASIVO}}{\text{TOTAL ACTIVO}} \\ &= \frac{\$ 14.762,51}{\$ 15.539,31} \\ &= 95\%\end{aligned}$$

El índice de endeudamiento es del 95% esto se debe a que el porcentaje del capital financiado es del 70%, aunque el índice es alto la empresa tiene la capacidad de pago de la deuda, además se tiene mayor oportunidad de tener ganancias altas.

5.05.11 Razón Corriente

“Para establecer el grado de liquidez de la empresa es necesario comparar este índice con los promedios de la industria o con los resultados históricos de la compañía”. (Barrajas Nova , 2008)

$$\begin{aligned}\text{RAZON CORRIENTE} &= \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} \\ &= \frac{\$ 2.378,56}{\$ 14.762,51} \\ &= 16\%\end{aligned}$$

La empresa cuenta con un índice de solvencia de 16% lo que significa que puede cubrir sus deudas con los acreedores.

CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTO

6.01 Impacto Ambiental

“El termino impacto ambiental se refiere a la alteración que las actividades humanas introducen en el medio y a su interpretación en términos de salud y bienestar humano”. (Gomez Orea & Gomez Villarino, 2013)

“The Healthy Cupcake” es una empresa que se está en el sector alimenticio por ende vamos a generar dos tipos de desperdicios orgánicos e inorgánicos, se debe tener en cuenta el tratamiento adecuado y eficiente de los desperdicios que se van a formar para reducir de manera significativa el efecto negativo que tendrá el medio ambiente.

Para evitar el impacto negativo hacia al ambiente se clasificará la basura reciclable que pueden ser los envases de los productos que se utilizaran para la elaboración de los cupcakes, ya que al recolectarlos podemos generar un ingreso extra para la empresa ya que se lo puede vender a las recicladoras, y además la basura orgánica que esta se puede utilizar para abono ya sea para plantas como para pequeños huertos que se puedan crear más adelante y así cultivar nuestros propios productos orgánicos libres de insecticidas y abonos químicos que se utilizaran para los cupcakes de sal.

El proceso de separación de desechos se manejará con extremo cuidado para cuidar el orden y la limpieza del establecimiento pues es muy importante al manipular alimentos.

6.02 Impacto Económico

“La evaluación del impacto económico se conserva como la determinación de las consecuencias que generan una determinada acción regulación, ley, inversión tecnológica, instrumento económico”. (Cruz Ceron, 2005, pág. 45)

“The Healthy Cupcake” contribuirá con el desarrollo de la comunidad pues genera ingresos y estos ayudan al PIB sectorial manufacturero aportando con un porcentaje mínimo, pero de esta forma ayuda a la situación económica del país.

La implementación de la empresa ayuda al sector económico donde estará ubicada ya que generará fuentes de empleo. Además, conforme vaya creciendo la empresa se necesario contratar más personal, pues el propósito de la empresa es crecer a nivel nacional y ser el establecimiento de preferencia del consumidor.

6.03 Impacto Productivo

La empresa” The Healthy Cupcake al apoyar al Plan Nacional del Buen Vivir y al cambio de la Matriz Productiva, el estado se ve beneficiado ya que de esta manera la economía interna mejorará porque se aumentará los ingresos, habrá mayor circulante de dinero e incrementar el consumo de productos propios del país.

6.04 Impacto Social

Debido a la implementación de la empresa “The Healthy Cupcake” se desea ayudar a la economía no solo del país sino también al crecimiento del mercado de Cupcakes ya que de esta forma se genera una competencia leal y hace que se ofrezca productos de calidad para el consumidor.

No solo los beneficios serán hacia el consumidor igualmente para la sociedad en general, pues al aumentarse fuentes de empleo se incrementan el nivel de ingresos de las personas y su calidad de vida será mucho mejor.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

- Al haber realizado el estudio respectivo se llega a la conclusión que la empresa será factible ya que la demanda es suficiente porque permite tener ventas que generan ingresos con los cuales podrá funcionar. también se podrá recuperar la inversión realizada y generar buenas utilidades que beneficiará tanto a la empresa como a los que la conforman.
- Por medio del análisis se determina que la demanda de consumo es aceptable para el proyecto, ya que al no tener tantos ofertantes en el mercado hace que la empresa pueda ser factible y tenga proyección de crecimiento de sus posibles clientes cada año debido a que es un producto que muchas personas no conocen y es fácil para trabajar pues se puede producir tanto cupcake de dulce como cupcake de sal.
- En el estudio financiero que se realizó se establece que de inversión para la implementación del proyecto es de \$21.029,41, teniendo en cuenta inversión fija, gastos operativos que tendrá la empresa. El 70% será de capital financiado obtenido de un préstamo el 30% restante será de capital propio.

7.02 Recomendaciones

- El proyecto es viable por lo que se puede utilizar la información recogida para tomar como referencia los estudios de nuevos proyectos para el crecimiento de los establecimientos de cupcakes. Además, se la puede profundizar ya que existe una variedad de mezclas de ingredientes que se puede realizar para aumentar los cupcakes de sal ofertados.
- Conforme la empresa vaya creciendo es importante que exista un análisis de la capacidad que la empresa tenga de producción de cupcakes y de acuerdo con el resultado que arroje el análisis y en base eso aumentar la capacidad de producción tanto los cupcakes de dulce como los cupcakes de sal para así poder satisfacer a la demanda.
- Se recomienda para incrementar las ventas y captar los clientes la empresa puede enfocarse más en el servicio de eventos empresariales ofreciendo la variedad de cupcakes para que las personas conozcan del producto y sepan que no solo existen de dulce si no de sal y que son realmente deliciosos. Además, se puede utilizar las herramientas como el internet y las redes sociales para dar a conocer la empresa ya que este medio comunicación es muy popular entre la población se puede captar a gran parte de ella.
- Análisis periódicos de los estados financieros con la finalidad de implementar medidas preventivas y correctivas para un mejor funcionamiento operativo administrativo y financiero de la empresa

BIBLIOGRAFÍA

- Díaz , A., & Arnoletto , E. (2009). *eumet.net*. Recuperado el 20 de julio de 2017, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>
- Rosales Posas , R. (2008). *La formulacion y evaluacion de proyectos*. San Jose, Costa Rica: EUNED. Recuperado el 18 de junio de 2017, de <https://books.google.com.ec/books?id=4Q1xH-UdSAMC&pg=PA117&dq=tama%C3%B1o+de+proyecto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZ4oajr8vUAhWF7iYKHdvMAy4Q6AEILjAC#v=onepage&q=tama%C3%B1o%20de%20proyecto&f=false>
- Agencia Nacional de Regulacion, control y Vigilancia Sanitaria. (mayo de 2016). *Agencia Nacional de Regulacion, control y Vigilancia Sanitaria*. Recuperado el 7 de junio de 2017, de <http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Anzil, F. (17 de Enero de 2012). *zonaeconomica*. Recuperado el 3 de agosto de 2017, de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Anzola, S. (2007). *Administracion de Pequeñas Empresas* (segunda edicion ed.). Mexico: MCGRAW-HILL. Recuperado el 1 de junio de 2017
- ARTUR.K. (19 de 11 de 2016). *CRECENEGOCIOS*. Recuperado el 12 de 26 de 2016, de <http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>

Baca Urbina , G. (2010). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill

Education. Recuperado el 10 de junio de 2017

Barrajas Nova , A. (2008). *Finanzas para no financistas*. Bogota: Editorial

Javeriana. Recuperado el 9 de agosto de 2017, de

https://books.google.com.ec/books?id=JmC1zekAM7oC&pg=PA86&dq=indices+financieros&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjE8N_NIODVAhUD4CYKHZj1BagQ6AEINzAD#v=onepage&q=indices%20financieros&f=false

Barrajas, A. (2008). *Finanzas para no Financistas* (cuarta ed.). Bogota: Editorial

Javeriana. Recuperado el 8 de agosto de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=JmC1zekAM7oC&pg=PA160&dq=flujo+de+caja+proyectado&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiWmKLRydjVAhUL4IMKHUAjD6YQ6AEIOjAE#v=onepage&q=flujo%20de%20caja%20proyectado&f=false>

Barrow , C. (2008). *Administre sus finanzas*. Dorling Kindersley Book. Recuperado

el 8 de agosto de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=5q7ft7Ejyh0C&pg=PA176&dq=gastos+administrativos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiAh4yXodjVAhXGSyYKHZy8DuMQ6AEIUTAI#v=onepage&q=gastos%20administrativos&f=false>

Borrero , A., & Ortiz , O. (2016). *PYMES Implementacion de normas de informacion*

financiera internacional. Barranquilla, Colombia : Editorial Universidad del

Norte. Recuperado el 3 de agosto de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=BHQ2DAAAQBAJ&pg=PA106&dq=ingresos+no+operacionales&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiR6rmgksTVA>

[hWESyYKHcOzDuEQ6AEIPTAE#v=onepage&q=ingresos%20no%20%20operacionales&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=hWESyYKHcOzDuEQ6AEIPTAE#v=onepage&q=ingresos%20no%20%20operacionales&f=false)

Briseño , H. (2007). *Indicadores Financieros*. Mexico: Editorial Umbral.

Recuperado el 7 de agosto de 2017, de

https://books.google.com.ec/books?id=eZtdxkK74iQC&printsec=frontcover&dq=indicadores+financieros&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjKyNH99_VAhWBViYKHdGmCMcQ6AEIJTAA#v=onepage&q=indicadores%20financieros&f=false

Buireu Guarro, J. (2008). *Prontuario Contable*. Valencia: CISS. Recuperado el 8 de agosto de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=wZY1q9PeiBcC&pg=PA242&dq=gastos+financieros&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjXw-L-p9jVAhXLPiYKHcvcuCPgQ6AEIOTAE#v=onepage&q=gastos%20financieros&f=false>

Camara de Comercio de Quito. (junio de 2016). *CCQ*. Recuperado el 7 de junio de 2017, de <https://www.lacamaradequito.com/>

Cely, N. (2008). *Ministerio de Coordinacion de Desarrollo Social*. Recuperado el 22 de mayo de 2017, de

<http://www.asocam.org/biblioteca/files/original/2640e61132b495fd9c104f390cce17fc.pdf>

CENSO 2010, I. C. (s.f.). *Ecuador CIFRAS*. Recuperado el 14 de 5 de 2016, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/InflacionA)

[inec/Inflacion/2016/InflacionA](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/InflacionA)

Centro Argentino de Ingenieros. (septiembre de 2016). *CEPSI*. Recuperado el 19 de julio de 2017, de <https://www.facet.unt.edu.ar/facetinforma/wp-content/uploads/sites/9/2016/09/SC01-01-0-Alcances-de-Ingenier%C3%ADa.pdf>

Chambergó , A. (2017). *Universidad Alas Peruanas*. Recuperado el 8 de agosto de 2017, de <http://www.uap.edu.pe/intranet/fac/material/02/20102BT020102410020108021/20102BT02010241002010802119252.pdf>

Cuerpo de Bomberos. (mayo de 2017). *CB-DMQ*. Recuperado el 7 de junio de 2017, de <https://www.bomberosquito.gob.ec/>

Cuevas , C. (2007). *Contabilidad de Costos*. Bogotá: PEARSON. Recuperado el 8 de agosto de 2017, de <https://books.google.com.ec/books?id=DFL2U3dCmRsC&pg=PA22&dq=que+son+los+costos+directos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiC7Zz8jdjVAhUE7yYKHV2pCy8Q6AEINzAE#v=onepage&q=que%20son%20los%20costos%20directos&f=false>

David, F. (2007). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: PEARSON EDUCATION. Recuperado el 01 de junio de 2017

De Morena, M. F. (2016). *Viaje por los senderos del color*. Balboa Press. Recuperado el 19 de julio de 2017, de <https://books.google.com.ec/books?id=kLWsCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=significado+color+verde&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiVofrvmZf>

VAhXHRiYKHSrmC7AQ6AEIMTAD#v=onpage&q=significado%20color
%20verde&f=false

De Rus, G. (2008). *Analisis costo - Beneficio*. Barcelona: Editorial Ariel.

Recuperado el 10 de agosto de 2017, de

https://books.google.com.ec/books?id=JTAvaCYSkvwC&printsec=frontcover&dq=beneficio+costo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjI6JewreDVAhUB2iYKHSC_Co8Q6AEIKTAB#v=onpage&q&f=false

EDITORIAL VERTICE. (2008). *El Proceso de Venta*. Malaga: Editorial Vertice.

Recuperado el 8 de agosto de 2017, de

https://books.google.com.ec/books?id=519Cz_7fM2MC&pg=PA141&dq=gastos+ventas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi29vKZpNjVAhXE4CYKHcbPDhgQ6AEINTAD#v=onpage&q=gastos%20ventas&f=false

EUMED. (2009). Recuperado el 18 de julio de 2017, de

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>

eumet.com. (2014). *eumet.com*. Recuperado el 15 de agosto de 2017, de

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1406/depreciaciones.pdf>

Evans, M., & Rosenthal, J. (2007). *Probabilidad y Estadística*. Barcelona: Editorial

REVERTE S.A. Recuperado el 11 de junio de 2017, de

https://books.google.com.ec/books?id=ZU3MEKZFGsMC&printsec=frontcover&dq=probabilidad+y+estadistica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi26uu_7LnUAhXC5iYKHcp1DgcQ6AEIITAA#v=onpage&q=probabilidad%20y%20estadistica&f=false

Fernandez , A. (2007). *Investigacion y Tecnicas de mercado*. Madrid: ESIC

EDITORIAL. Recuperado el 18 de julio de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=LnVxgMkEhkgC&printsec=frontcover&dq=Investigacion+y+Tecnicas+de+mercado&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEWjV75z6nNzVAhXCPCYKHArfAGsQ6AEIJTAA#v=onepage&q=Investigacion%20y%20Tecnicas%20de%20mercado&f=false>

Fernandez Espinoza , S. (2007). *Los Proyectos de Inversion: evaluacion financiera*.

Costa Rica: Editorial Tecnologica de Costa Rica. Recuperado el 8 de agosto de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=erlnsjksoLMC&pg=PA132&dq=tasa+interna+de+retorno&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEWjh2aDEgeDVAhVF6SYKHVpuB0oQ6AEINTAE#v=onepage&q=tasa%20interna%20de%20retorno&f=false>

Ferrel, O., & Hatline, M. (2012). *Estrategia de Marketing* (5ta edicion ed.). Mexico:

Cengage Learning. Recuperado el 31 de mayo de 2017

Gil Alvarez , A. (2009). *Introduccion al Analisis Financiero*. Alicante : Editorial

Club Universitario . Recuperado el 9 de agosto de 2017

Grande , I. (2006). *Conducta real del consumidor y marketing efectivo*. Madrid: ESIC

Editorial. Recuperado el 19 de julio de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=0WQK8BPzcf8C&pg=PA85&dq=significado+color+verde&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiVofrvmZfVAhXHRiYKHSrmC7AQ6AEIJjAB#v=onepage&q=significado%20color%20verde&f=false>

Guerra , G., & Aguilar , A. (s.f.). *Manual practico para la administracion de*

agronegocios. Mexico: NORIEGA EDITORES. Recuperado el 201 de mayo de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=5mfpMws2cpMC&pg=PA38&dq=que+es+los+objetivos++de+una+empres&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwie1felt oLUAhUBNSYKHZESBIQQ6AEITjAH#v=onepage&q=que%20es%20los%20objetivos%20de%20una%20empres&f=false>

Guzman , A., Guzman , D., & Romero , T. (2007). *Contabilidad Financiera*. Bogota:

Centro Editorial Universidad del rosario. Recuperado el 8 de agosto de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=U7vR89H9U2oC&pg=PA123&dq=que+es+mano+de+obra+directa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiT7KucntjVA hXHMSYKHUbyDycQ6AEISDAG#v=onepage&q=que%20es%20mano%20de%20obra%20directa&f=false>

Hall, R., & Taylor , J. (2006). *Macroeconomia*. Barcelona: Antoni Bosh, editor S.A.

Hamilton , M., & Pezo, A. (2006). *Formulacion y evaluacion de proyectos*. Bogota:

Convenio Andres Bello. Recuperado el 18 de junio de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=PfpYxDclwUMC&pg=PT77&dq=estudio+de+la+macro+localizacion+de+un+proyecto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEWjEtq25usvUAhWGbiYKHUCMCf4Q6AEIJTAA#v=onepage&q=estudio%20de%20la%20macro%20localizacion%20de%20un%20proyecto&f=false>

Hitt, M. (2006). *Administración*. Mexico: PEARSON EDUCACION. Recuperado el

1 de junio de 2017, de <https://books.google.com.ec/books?id=t8jx->

APOYAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUPCAKES DE DULCE Y DE SAL, PREPARADO CON HARINA DE TRIGO Y ARVEJA, UBICADA EN EL SECTOR DE SAN CARLOS, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017.

iaNoEC&pg=PA77&dq=que+es+el+ambiente+externo+de+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwie7pe-0qTUAhVGJCYKHUUqBBQQ6AEIKzAC#v=onepage&q=que%20es%20el%20ambiente%20externo%20de%20una%20empresa&f=false

Horngren , C. (2008). *Introduccion a la Contabilidad Financiera*. Mexico:

PEARSON Educacion. Recuperado el 30 de agosto de 2017, de

[https://books.google.com.ec/books?id=-](https://books.google.com.ec/books?id=-BJyun6IDP8C&pg=PA278&dq=clase+de+activos+fijos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi30sLJu__VAhWIIyYKHaYhAt4Q6AEILTAC#v=onepage&q=clase%20de%20activos%20fijos&f=false)

[BJyun6IDP8C&pg=PA278&dq=clase+de+activos+fijos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi30sLJu__VAhWIIyYKHaYhAt4Q6AEILTAC#v=onepage&q=clase%20de%20activos%20fijos&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=-BJyun6IDP8C&pg=PA278&dq=clase+de+activos+fijos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi30sLJu__VAhWIIyYKHaYhAt4Q6AEILTAC#v=onepage&q=clase%20de%20activos%20fijos&f=false)

Horngren , C., Harrison , W., & Smith , L. (2007). *Contabilidad* (Quinta ed.).

Mexico: PEARSON EDUCACION. Recuperado el 8 de agosto de 2017, de

https://books.google.com.ec/books?id=mRx5DafOaE8C&pg=PT48&dq=estado+de+resultados+contabilidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj_rLCdw9jVAhXCNSYKHRdPCHEQ6AEIMzAD#v=onepage&q=estado%20de%20resultados%20contabilidad&f=false

Iborra, M., Dasi, A., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de direccion de*

empresas. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A. Recuperado el 07 de mayo de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=X9v7CAAQBAJ&pg=PA97&dq=que+es+el+factor+legal&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjY8NSbjKvUAhWEOyYKHaHcAPQQ6AEIMDAC#v=onepage&q=que%20es%20el%20factor%20legal&f=false>

ILPES. (2009). *GUIA PARA PRESENTACION DE PROYECTOS*. Mexico: Siglo

XXI Editores, S.A. Recuperado el 18 de junio de 2017

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *INEC*. Recuperado el 18 de julio

de 2017, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-mar-2014/15_anios/Informe%20econom%EDa%20laboral-mar14.pdf)

[inec/EMPLEO/Empleo-mar-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-mar-2014/15_anios/Informe%20econom%EDa%20laboral-mar14.pdf)

[2014/15_anios/Informe%20econom%EDa%20laboral-mar14.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-mar-2014/15_anios/Informe%20econom%EDa%20laboral-mar14.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (octubre de 2016). *Instituto Nacional de*

Estadísticas y Censos. Recuperado el 20 de mayo de 2017, de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-marzo-2017/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (mayo de 2017). Recuperado el 20 de

mayo de 2017, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>

Jacome , H., Mayoral , F., Montesdeoca , L., Ramirez, F., Serrano, A., & Varela, M.

(2010). *Analisis de Coyuntura Economica*. Quito: FLACSO. Recuperado el

21 de mayo de 2017, de [https://books.google.com.ec/books?id=OG--](https://books.google.com.ec/books?id=OG--co62pvcC&pg=PA73&dq=tasa+de+interes+pasiva&hl=es&sa=X&ved=0ah)

[co62pvcC&pg=PA73&dq=tasa+de+interes+pasiva&hl=es&sa=X&ved=0ah](https://books.google.com.ec/books?id=OG--co62pvcC&pg=PA73&dq=tasa+de+interes+pasiva&hl=es&sa=X&ved=0ah)

[UKEwii_LqK-](https://books.google.com.ec/books?id=OG--co62pvcC&pg=PA73&dq=tasa+de+interes+pasiva&hl=es&sa=X&ved=0ah)

[JbVAhWGeCYKHeyTDTQQ6AEIITAA#v=onepage&q=tasa%20de%20inte](https://books.google.com.ec/books?id=OG--co62pvcC&pg=PA73&dq=tasa+de+interes+pasiva&hl=es&sa=X&ved=0ah)

[res%20pasiva&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=OG--co62pvcC&pg=PA73&dq=tasa+de+interes+pasiva&hl=es&sa=X&ved=0ah)

Jimenes, E. (2012). *Estudio de Mercado*. Mexico .

Krugman, P., & Wells , R. (2006). *Macroeconomia: Introduccion a la economia*.

Barcelona: EDITORIAL REVERTE S.A. Recuperado el 14 de mayo de

2017, de

https://books.google.com.ec/books?id=9kuFd0Hb8T0C&pg=PA284&dq=concepto+de+pib&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj8yUs_PTAhUDfiYKHeGoAqUQ6AEIJTAA#v=onepage&q=PIB&f=false

Lampitz, R., Gonfirkiel, D., Acosta, A., & Gudynas, E. (2005). *El otro riesgo país*.

Montevideo: ABYA YALA. Recuperado el 14 de mayo de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=LZNKrwo7bmQC&printsec=frontcover&dq=que+es+el+riesgo+país&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi31O6dhfbTAhXD6yYKHSZeCwEQ6AEIITAA#v=onepage&q=que%20es%20el%20riesgo%20país&f=false>

Leiva Bonilla, J. (2017). *Los emprendedores y la creación de empresas*. Costa Rica:

Editorial Tecnológica de Costa Rica. Recuperado el 20 de mayo de 2017, de

https://books.google.com.ec/books?id=c5LEpl_gEBEC&pg=PA61&dq=que+es+la+mision+de+una+empres&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiHtbvaroLUAhUOfiYKHWrHDhcQ6AEIJTAA#v=onepage&q=que%20es%20la%20mision%20de%20una%20empres&f=false

Lema Castillo, C. (marzo de 2015). *UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL*

ECUADOR. Recuperado el 7 de mayo de 2017, de

<http://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/633>

Leon, C. (enero de 2007). Recuperado el 28 de junio de 2017, de eumet.net:

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/232/indice.htm>

Malagon-Londoño, G., Galan Morera, R., & Ponton Laverde, G. (2007). *Garantía*

de Calidad en Salud (segunda ed.). Bogotá, Colombia : Editorial

Panamericana. Recuperado el 3 de agosto de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=zNIzAARgYZEC&pg=PA483&dq=ingresos+operacionales&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi1-IrviCTVAhVISyYKHdIRAd0Q6AEINDAD#v=onepage&q=ingresos%20operacionales&f=false>

Miranda Miranda , J. J. (2005). *Gestion de proyectos: evaluacion financiera*

economica (Quinta edicion ed.). Bogota: MM Editores. Recuperado el 18 de junio de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=pAQ9QelkHmkC&pg=PA123&dq=estudio+de+la+localizacion+de+un+proyecto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjGrOzps8vUAhVMKyYKHeMIBU0Q6AEIKTAC#v=onepage&q=estudio%20de%20la%20localizacion%20de%20un%20proyecto&f=false>

Miranda Miranda , J. J. (2007). *Gestion de Proyectos:evaluacion financiera* .

Bogota: MM Editores. Recuperado el 5 de agosto de 2017, de

https://books.google.com.ec/books?id=pAQ9QelkHmkC&printsec=frontcover&dq=evaluacion+financiera&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjQp6vx69_VAhXBKyYKHcPxBe0Q6AEIODAE#v=onepage&q=evaluacion%20financiera&f=false

Montes, E., Lloret, I., & Lopez , M. (2006). *Diseño y Gestion de Concinas*. Madrid ,

España : Ediciones Diaz de Santos. Recuperado el 30 de agosto de 2017, de

https://books.google.com.ec/books?id=CzS9YnHWxz8C&pg=PA8&dq=menaje+concepto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwid0NOnwf_VAhWLKyYKHafcA_QQ6AEIQzAG#v=onepage&q=menaje%20concepto&f=false

Morales , P., Enriquez , S., & Huerta , L. (2016). *Analisis y Normativa contable basica aplicable a las partidas que conforman los estados financieros .*

Mexico : Intituto Mexicano de Contadores Publicos .

Navarro Zeledon , M. (2012). *Universidad Nacional de Ingenieria*. Recuperado el 6 de agosto de 2017, de Recinto Universitario Augusto Sandino:

<https://mauriconavarrozeledon.files.wordpress.com/2012/11/unidad-no-iii-tmar-vpn-pri-y-tir1.pdf>

Orejuela, S., & Sandoval , P. (Diciembre de 2007). *Guia del estudio de mercado para la evaluacion de proyectos*. Recuperado el 28 de junio de 2017, de

<https://emprendeunefa.files.wordpress.com/2008/09/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf>

Orozco , C. (2007). *Analisis Administrativo*. Costa Rica: EUNED. Recuperado el 21 de mayo de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=Bptc1C9T8ioC&pg=PA87&dq=que+es+un+organigrama&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwid8vns34LUAhWC6SYKHeEfBzgQ6AEIKTAB#v=onepage&q=que%20es%20un%20organigrama&f=false>

Plan Nacional del Buen Vivir. (s.f.). *SECRETARIA NACIONAL DE PLANIFICAION Y DESARROLLO*. Recuperado el 18 de agosto de 2017, de

<http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>

PRO ECUADOR. (4 de marzo de 2013). *PRO ECUADOR*. Recuperado el 19 de

junio de 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>

Ramirez Sandoval, A. (febrero de 2013). *Tecnologico de Estudios Superiores del*

Oriente del Estado de Mexico . Recuperado el 04 de julio de 2017, de

<http://www.tesoem.edu.mx/alumnos/cuadernillos/2013.013.pdf>

Reyes Fernandez , Y. (2017). *Pontificie Universidad Catolica de Valparaiso*.

Recuperado el 8 de agosto de 2017, de Las clasificaciones de los costos

utilizados para preparar los estados financieros no son la mayoría de las veces

las usadas por la gerencia con el propósito de control, los costos son con

frecuencia clasificados en fijos y variables. (Cuevas , 2007, pág.

Rincon Soto , C. A. (2011). *Presupuestos Empresariales*. Bogota: Eco Ediciones.

Recuperado el 16 de agosto de 2017, de

https://books.google.com.ec/books?id=K8A0DgAAQBAJ&pg=PA63&dq=balance+general+inicial&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwii2MOl_d7VAhUMziYKHeCRBr8Q6AEIOjAD#v=onepage&q=balance%20general%20inicial&f=false

Rivera Camino , J., & De Garcillan Lopez-Rua, M. (2012). *DIreccion de Marketing*.

Madrid: ESIC Editorial. Recuperado el 11 de junio de 2017, de

[https://books.google.com.ec/books?id=xL1OrX6R-](https://books.google.com.ec/books?id=xL1OrX6R-oIC&pg=PA244&dq=que+son+los+productos+sustitutos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwik9dOlVfUAhXC4CYKHbvhCP8Q6AEIJjAB#v=onepage&q=que%20son%20los%20productos%20sustitutos&f=false)

[oIC&pg=PA244&dq=que+son+los+productos+sustitutos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwik9dOlVfUAhXC4CYKHbvhCP8Q6AEIJjAB#v=onepage&q=q](https://books.google.com.ec/books?id=xL1OrX6R-oIC&pg=PA244&dq=que+son+los+productos+sustitutos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwik9dOlVfUAhXC4CYKHbvhCP8Q6AEIJjAB#v=onepage&q=que%20son%20los%20productos%20sustitutos&f=false)

[ue%20son%20los%20productos%20sustitutos&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=xL1OrX6R-oIC&pg=PA244&dq=que+son+los+productos+sustitutos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwik9dOlVfUAhXC4CYKHbvhCP8Q6AEIJjAB#v=onepage&q=q)

Rivera, J., & De Garcillan , M. (2007). *Direccion de Marketing: Fundamentos y*

aplicaciones. Madrid: ESIC EDITORIAL. Recuperado el 29 de MAYO de

2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=NTR1DkBBIW8C&pg=PA268&dq=c>

APOYAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUPCAKES DE DULCE Y DE SAL, PREPARADO CON HARINA DE TRIGO Y ARVEJA, UBICADA EN EL SECTOR DE SAN CARLOS, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017.

concepto+de+producto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjY84ypspvUAhUHWS
YKHanxC5UQ6AEIKTAB#v=onepage&q=concepto%20de%20producto&f
=false

Rosales Posas, R. (2007). *La Formulación y Evaluación de Proyectos*. San Jose:

EUNED. Recuperado el 6 de agosto de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=4Q1xH->

[UdSAMC&pg=PA159&dq=INDICADORES+FINANCIEROS+DE+UN+P](https://books.google.com.ec/books?id=4Q1xH-UdSAMC&pg=PA159&dq=INDICADORES+FINANCIEROS+DE+UN+P)

[ROYECTO&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj8lpiyvsvVAhVL4iYKHQ82BH4](https://books.google.com.ec/books?id=4Q1xH-ROYECTO&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj8lpiyvsvVAhVL4iYKHQ82BH4)

[Q6AEIUDAJ#v=onepage&q=INDICADORES%20FINANCIEROS%20DE](https://books.google.com.ec/books?id=4Q1xH-Q6AEIUDAJ#v=onepage&q=INDICADORES%20FINANCIEROS%20DE)

[%20UN%20PROYECTO&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=4Q1xH-%20UN%20PROYECTO&f=false)

Schiffman, L., Lazar, L., & Wisenblit, J. (2010). *Comportamiento del Consumidor*

(10ma Edición ed.). Mexico: PEARSON EDUCACION. Recuperado el 11

de junio de 2017

Servicio de Rentas Internas. (junio de 2016). *SRI*. Recuperado el 7 de junio de 2017,

de <http://www.sri.gob.ec/de/304>

Soriano, C. (2009). *Marketing Mix*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S,A.

Recuperado el 29 de mayo de 2017, de

[https://books.google.com.ec/books?id=B0OMnbAf3soC&printsec=frontcove](https://books.google.com.ec/books?id=B0OMnbAf3soC&printsec=frontcover&dq=marketing+mix&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi7sOfTsJvUAhWESiY)

[r&dq=marketing+mix&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi7sOfTsJvUAhWESiY](https://books.google.com.ec/books?id=B0OMnbAf3soC&printsec=frontcover&dq=marketing+mix&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi7sOfTsJvUAhWESiY)

[KHdHrCTkQ6AEIjAA#v=onepage&q=marketing%20mix&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=B0OMnbAf3soC&printsec=frontcover&dq=marketing+mix&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi7sOfTsJvUAhWESiY)

Sundem, G., Stratton, W., & Horngren, C. (2007). *Contabilidad Administrativa*.

Mexico: PEARSON EDUCACION. Recuperado el 8 de agosto de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=fRi9LKlr03UC&pg=PA92&dq=que+>

son+los+costos+fijos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiSvoWGrNjVAhVKTC
YKHatkCigQ6AEIMjAC#v=onepage&q=que%20son%20los%20costos%20
fijos&f=false

Superintendencia de Bancos y Seguros. (2009). *Superintendencia de Bancos y Seguros*. Recuperado el 14 de mayo de 2017, de

http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2

Vargas Sanchez , G. (2009). *Introduccion a la teoria economica*. Mexico:

PEARSON Prentice Hall. Recuperado el 18 de julio de 2017, de

<https://books.google.com.ec/books?id=u1DFsje4IMcC&pg=PA657&dq=capacidad+instalada+de+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi8qtbXspfVAhWLKiYKHXhcB3IQ6AEIKTAB#v=onepage&q=capacidad%20instalada%20de%20una%20empresa&f=false>

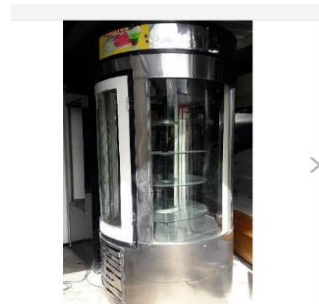
Vintimilla , J. C., & Osorio , D. (2012). *Universidad de Cuenca* . Recuperado el 8 de agosto de 2017, de

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1309/1/tcon611.pdf>

Anexo 1 Maquinaria y Equipo



Fuente: Investigación
Elaborado por: Carla Amaguaya



Fuente: Investigación
Elaborado por: Carla Amaguaya



Fuente: Investigación
Elaborado por: Carla Amaguaya

Anexo 2 Equipo de Computación



Fuente: Investigación
Elaborado por: Carla Amaguaya



Fuente: Investigación
Elaborado por: Carla Amaguaya



Impresora Multifuncion Epson L380 Sistema de Tinta Original

Imprima sin cartuchos Garantía cubierta por el fabricante Ideal para imprimir en su hogar con un costo ultrabajo Sistema original, fácil de recargar con botellas de tinta Imprima hasta 4.000 páginas en negro, 6.500 páginas en color con el kit de tintas incluido Conectividad USB Calidad fotográfica inigualable *La 380 NO tiene conexión inalámbrica (Wi fi)

Fuente: Investigación
Elaborado por: Carla Amaguaya

Anexo 3 Menaje



Fuente: Investigación
Elaborado por: Carla Amaguaya



Fuente: Investigación
Elaborado por: Carla Amaguaya

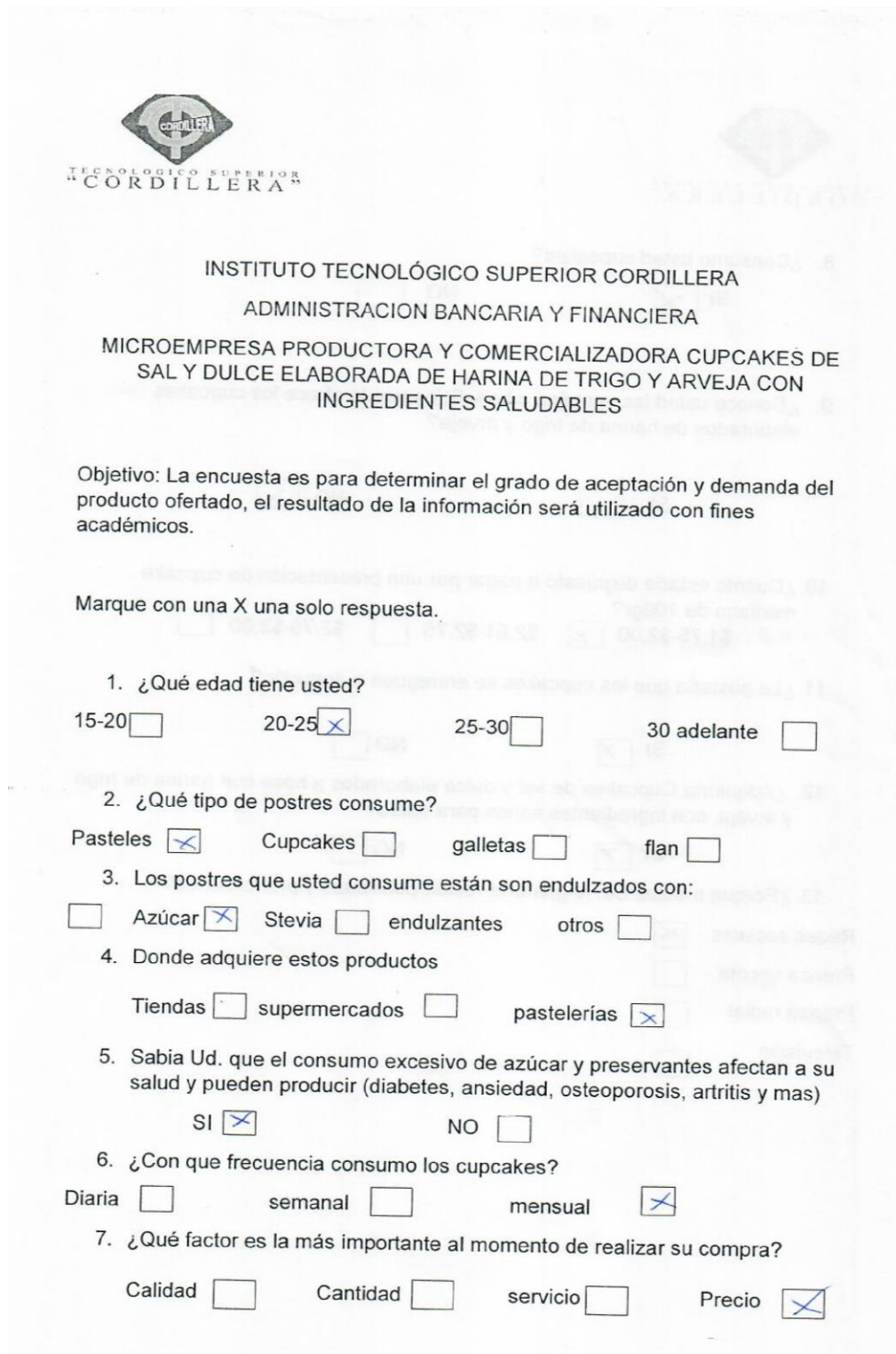



Fuente: Investigación
Elaborado por: Carla Amaguaya



Fuente: Investigación
Elaborado por: Carla Amaguaya

Anexo 4 Encuesta




TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA CUPCAKES DE
SAL Y DULCE ELABORADA DE HARINA DE TRIGO Y ARVEJA CON
INGREDIENTES SALUDABLES

Objetivo: La encuesta es para determinar el grado de aceptación y demanda del producto ofertado, el resultado de la información será utilizado con fines académicos.

Marque con una X una solo respuesta.

1. ¿Qué edad tiene usted?
15-20 20-25 25-30 30 adelante

2. ¿Qué tipo de postres consume?
Pasteles Cupcakes galletas flan

3. Los postres que usted consume están son endulzados con:
 Azúcar Stevia endulzantes otros

4. Donde adquiere estos productos
Tiendas supermercados pastelerías

5. Sabia Ud. que el consumo excesivo de azúcar y preservantes afectan a su salud y pueden producir (diabetes, ansiedad, osteoporosis, artritis y mas)
SI NO

6. ¿Con que frecuencia consumo los cupcakes?
Diaria semanal mensual

7. ¿Qué factor es la más importante al momento de realizar su compra?
Calidad Cantidad servicio Precio

APOYAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUPCAKES DE DULCE Y DE SAL, PREPARADO CON HARINA DE TRIGO Y ARVEJA, UBICADA EN EL SECTOR DE SAN CARLOS, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017.



8. ¿Consumen usted cupcakes?

SI

NO

9. ¿Conoce usted las ventajas o beneficios que le ofrece los cupcakes elaborados de harina de trigo y arveja?

SI

NO

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de cupcake mediano de 100gr?

\$1,75-\$2,00 \$2,01-\$2,75 \$2,76-\$3,00

11. ¿Le gustaría que los cupcakes se entreguen a domicilio?

SI

NO

12. ¿Adquiriría Cupcakes de sal y dulce elaborados a base con harina de trigo y arveja, con ingredientes sanos para usted?

SI

NO

13. ¿Porque medios Ud. le gustaría recibir publicidad y promociones?

Redes sociales

Prensa escrita

Prensa radial

Televisión

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carla Amaguaya

Anexo 5 Formulario de Inscripción y Actualización del Registro de Actividades Económicas

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Formulario de Inscripción y Actualización del Registro de Actividades Económicas
RAET – PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD



aaaa/mm/dd

Fecha:

A. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE	
APellidos y nombres completos:	
Número de identificación:	
Fecha de inicio de actividades:	

B. DATOS DE UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE	
DOMICILIO TRIBUTARIO	
PROVINCIA:	
CANTÓN:	
PARROQUIA:	
BARRIO:	
CALLE PRINCIPAL:	
No.:	
CALLE SECUNDARIA:	
VÍA:	
KILÓMETRO:	
MANZANA:	
EDIFICIO:	
PISO:	
REFERENCIA DE UBICACIÓN:	
CORREO ELECTRÓNICO:	
TELÉFONO 1:	TELÉFONO 2: CELULAR:

C. EN CASO DE ARTESANOS CALIFICADOS POR LA JUNTA NACIONAL DE ARTESANOS	
No. de CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE EXPEDICIÓN DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CADUCIDAD DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	

D. EN CASO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD	
No. de CARNE DE CONADIS O MINISTERIO DE SALUD:	
FECHA DE CADUCIDAD:	
PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD:	

E. EN CASO DE EJERCER LA ACTIVIDAD ECONOMICA EN UN LOCAL COMERCIAL	
No. DE ESTABLECIMIENTO:	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:	
No. DE PREDIO:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	
No. DE ESTABLECIMIENTO:	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:	
No. DE PREDIO:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	

Firma del Contribuyente

Nombres y Apellidos:

Cédula / RUC/ Pasaporte:

*Fuente: Investigación
Elaborado por: Carla Amaguaya*

APOYAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUPCAKES DE DULCE Y DE SAL, PREPARADO CON HARINA DE TRIGO Y ARVEJA, UBICADA EN EL SECTOR DE SAN CARLOS, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017.

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: CARLA MISHEL AMAGUAYA MORALES.pdf (D30323179)
Submitted: 2017-09-01 01:13:00
Submitted By: carlos.guzman@cordillera.edu.ec
Significance: 9 %

Sources included in the report:

JACOME.PAOLA .pdf (D30287077)
CHAMORRO CHAMORRO MAYRA ALEJANDRA.docx (D30299564)
TESIS Karla Gonzales.docx (D25906565)
TESIS FINALN Elizabeth con apa enviar por mail.docx (D19775987)
urkund_parratumbaco_natashalorena_Desarrollo del Talento Infantil_2017.docx (D26651094)
Tesis Jorge Benitez.pdf (D26649180)
TATIANA GER POZO.pdf (D30321734)
MARIBEL TESIS.pdf (D26515428)
urkund_tuquerres_angela_banca_2016.docx (D23321124)
<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1406/depreciaciones.pdf>
<http://www.tesoem.edu.mx/alumnos/cuadernillos/2013.013.pdf>
<http://www.sri.gob.ec/de/304>
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1309/1/tcon611.pdf>

Instances where selected sources appear:

95