



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TORTAS A BASE DE ARÁNDANOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS
EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

AUTORES:

Andrade Valencia Katy Vanessa

Quespaz Loza Eliana Lisbeth

DIRECTORA:

Msc. León Carlosama Rocío Guadalupe

Ibarra, 2022

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentados por **KATY VANESSA ANDRADE VALENCIA** y **ELIANA LISBETH QUESPAZ LOZA**, para optar por el título de **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA**; cuyo tema es **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TORTAS A BASE DE ARÁNDANOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 30 días del mes de noviembre 2021.



MSC. Rocío León
C.I: 040144165-4
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	040166482-6	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Andrade Valencia Katy Vanessa	
DIRECCIÓN:		Ibarra, Huertos Familiares, Calle 13 de abril & quito	
EMAIL:		kvandradev@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:	*****	TELÉFONO MÓVIL:	0960400776

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TORTAS A BASE DE ARÁNDANOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.
AUTORES:	Andrade Valencia Katy Vanessa Quespaz Loza Eliana Lisbeth
FECHA:	30 de noviembre del 2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. León Carlosama Rocío Guadalupe

2. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 18 días del mes de enero de 2022

EL AUTOR:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Andrade Valencia Katy Vanessa', with a horizontal line drawn through it.

Andrade Valencia Katy Vanessa

C.C. 040166482-6



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

3. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA IDENTIDAD:	DE	100364127-9	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Quespaz Loza Eliana Lisbeth	
DIRECCIÓN:		Ibarra, calle Cristóbal Colón y Antonio Jose de Sucre.	
EMAIL:		elquespazl@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:	*****	TELÉFONO MÓVIL:	0967411576

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TORTAS A BASE DE ARÁNDANOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.
AUTORES:	Andrade Valencia Katy Vanessa Quespaz Loza Eliana Lisbeth
FECHA:	30 de noviembre del 2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. León Carlosama Rocío Guadalupe

4. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 18 días del mes de enero de 2022

EL AUTOR:

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a hand-drawn oval. The signature appears to be 'Quespaz Loza Eliana Lisbeth'.

Quespaz Loza Eliana Lisbeth

C.C. 100364127-9

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado al ser que me ha llenado fortaleza para lograr esta meta, Dios, que con su infinito amor y misericordia ha sido mi soporte y guía durante este duro y largo camino universitario.

A mi madre Martha Valencia, ya que este logro es de las dos, por tanto, le dedico este trabajo porque ha sido una lucha de ambas el haber llegado hasta este punto de mi carrera, ella ya que con su apoyo incondicional me ha levantado y ha sacado la mejor versión de mí en cada suceso y etapa de mi vida.

A mis abuelitos, quienes son mi pilar fundamental de mi vida, con su infinito amor y sabiduría han guiado cada paso de mi existencia, inculcándome valores y educación.

A Yesenia y Liam, quienes me motivaron a diario para seguir esforzándome hasta conseguir y cumplir mis metas; y a Sellenne quien es mi compañera y mi motivo de lucha, ella con su compañía, con su sonrisa y sus travesuras me ha ayudado durante este proceso de crecimiento profesional y familiar.

A mi novio Jonathan Guerrero ya que de una u otra forma me ha apoyado con sus consejos, carisma, animo constante, fomentos en mí el deseo de superación y anhelo de triunfo en la vida.

Y a toda mi familia porque con sus oraciones, palabras de aliento y consejos hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Vanessa Andrade

DEDICATORIA

Porque a lo largo del camino nunca estuve sola.

El presente trabajo primeramente lo dedico a Dios por bendecir mi camino y cada uno de mis esfuerzos.

A mi padre Marcelo Quespaz, por su infinito amor y apoyo incondicional en todas las decisiones de mi vida para de esta manera cumplir todos mis objetivos.

A mis hermanos Erick y Joseph, ya que es un logro que quiero compartir con ustedes, porque estoy segura que mis éxitos forman parte de sus alegrías.

A mi abuelita Bertha Erazo, que ha sido como una segunda madre para mí.

A mi madre Fernanda Loza, por sus consejos.

Al amor de mi vida Andrés Garzón, por su amor incondicional y motivación.

Eliana Quespaz

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la vida y a mi madre por su incondicional apoyo.

Un agradecimiento especial a la gloriosa Universidad Técnica del Norte por las experiencias inolvidables que en ella he vivido.

En especial a mis queridos docentes quienes me han aportado significativamente en mi desarrollo personal como profesional y al impartirme sus conocimientos adquiridos durante los años transcurridos dentro de la institución.

Agradezco infinitamente a todos mis amigos/as por todos los momentos que compartimos dentro y fuera de la universidad.

Vanessa Andrade

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial a la Universidad Técnica del Norte por haberme abierto sus puertas y dado la oportunidad de pertenecer a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. A mis docentes, quienes me han brindado todos sus conocimientos para salir adelante y construir una carrera profesional.

A mi tutora MSc. Rocío León y a mis oponentes, MSc. Sandra Guevara y MSc. Benito Scacco, por su generosa ayuda para culminar este trabajo de grado de la mejor manera.

A la Ing. Mirian Cevallos, por su generosidad y paciencia para enseñarme durante mis prácticas pre profesionales.

A la Lic. Gladys Salgado, por sus valiosos consejos y su amistad.

A la MSc. Gabriela Arciniegas, por su amabilidad y su valioso aporte en mi formación académica.

Eliana Quezpaz

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO	ii
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xx
ÍNDICE DE ANEXOS	xxi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxii
EXECUTIVE SUMMARY	xxiii
INTRODUCCIÓN.....	xxiv
CAPÍTULO I: Fundamentación Teórica	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Objetivo	1
1.3. Marco Teórico	1
1.4. Estudio de Factibilidad.....	4
1.4.1. Estudio de Mercado.....	4
1.4.2. Estudio Técnico.....	9
1.4.3. Estudio Financiero.....	10
1.4.4. Estudio Organizacional	16
CAPÍTULO II: Procedimientos Metodológicos.....	19
2.1. Introducción.....	19
2.2. Objetivo	19
2.3. Tipo de Investigación	19
2.3.1 Investigación Descriptiva	19
2.3.2 Investigación Documental	20
2.3.3 Investigación Cuantitativa	20
2.4. Métodos	20
2.4.1 Método Descriptivo	20
2.4.2 Método Estadístico	21
2.4.3 Método PEST	21
2.4.4 Método AOOR	21
2.5. Tipo de Muestreo.....	21

2.6	Técnicas e Instrumentos	23
2.6.1	Encuesta.....	23
2.6.2	Entrevista.....	23
2.7	Identificación de Variables Diagnósticas	24
2.7.1	Variables.....	24
CAPÍTULO III: Diagnóstico		32
3.1	Introducción.....	32
3.2	Objetivos	32
3.3	Desarrollo de Variables	33
3.3.1	Factor Político - Legal	33
3.3.2	Factor Económico.....	41
3.3.3	Factores Sociales y Culturales.....	45
3.3.4	Factores Tecnológicos	47
3.3.5	Ubicación Geográfica.....	48
3.4.	Análisis de la Información	49
3.4.1.	Determinación de Oportunidad Diagnóstica	49
3.5.	Conclusión Diagnóstica.....	51
CAPÍTULO IV: Propuesta		52
4.1	Introducción.....	52
4.2	Objetivo	52
4.3	Estudio de Mercado.....	52
4.3.1	Introducción.....	52
4.3.2	Objetivo del Estudio de Mercado	53
4.3.3	Variables del Estudio de Mercado.....	53
4.3.4	Segmentación del Mercado	55
4.3.5	Mercado Meta.....	56
4.3.6	Instrumentos de Investigación.....	58
4.3.7	Conclusión general de la aplicación de la Encuesta.....	75
4.3.8	Demanda.....	75
4.3.9	Oferta.....	78
4.3.10	Oferta Actual	85
4.3.11	Balance entre Demanda y Oferta.....	87
4.3.12	Demanda a Cubrir	88
4.3.13	Proyección de Precios	89

4.3.14	Estrategias de Comercialización	90
4.3.15	Conclusión del Estudio de Mercado.....	96
4.4	Estudio Técnico.....	97
4.4.1	Introducción.....	97
4.4.2	Objetivo	97
4.4.3	Localización del Proyecto	97
4.4.4	Tamaño del Proyecto.....	103
4.4.5	Capacidad Instalada.....	112
4.4.6	Ingeniería del Proyecto.....	113
4.4.7	Procesos: Estratégicos, Operativos y de Apoyo	116
4.4.8	Inversión del Proyecto.....	124
4.4.9	Capital de Trabajo	140
4.4.10	Inversión Total del Proyecto	141
4.4.11	Financiamiento	141
4.4.12	Conclusión Estudio Técnico.....	143
4.5	Estudio Financiero.....	143
4.5.1	Introducción.....	143
4.5.2	Objetivo del Estudio Financiero.....	144
4.5.3	Presupuesto de la Inversión	144
4.5.4	Costos y Gastos Proyectados.....	147
4.5.5	Costos Indirectos de Fabricación	152
4.5.6	Resumen de los Costos de Producción.....	155
4.5.7	Gastos Administrativos	155
4.5.8	Gastos de Venta.....	160
4.5.9	Gastos Financieros	163
4.5.10	Depreciación de Propiedad, Planta y Equipo	165
4.5.11	Proyección de Costos y Gastos	170
4.5.12	Estados Financieros Presupuestados	171
4.5.13	Análisis de los Indicadores Financieros	175
4.6	Estudio Organizacional	183
4.6.1	Introducción.....	183
4.6.2	Objetivo	184
4.6.3	La Empresa.....	184
4.6.4	Funciones y Competencias del Personal	192

4.6.5	Constitución de la Microempresa.....	198
4.6.6	Conclusión del Capítulo	200
CAPÍTULO V: Validación.....		201
5.1	Introducción.....	201
5.2	Objetivo	201
5.3	Equipo de Trabajo1	201
5.4	Metodología de Verificación.....	202
5.4.1	Factores a Validar.....	202
5.4.2	Método de Calificación	202
5.4.3	Rango de Interpretación	203
5.5	Resultados	204
5.5.1	Calificación e Interpretación	209
CONCLUSIONES.....		210
RECOMENDACIONES		211
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		212
ANEXOS		223

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables de segmentación del mercado	22
Tabla 2. Diagnóstico externo en los ámbitos PEST para identificación de variables e indicadores empresariales.....	30
Tabla 3. Competencias y Funciones de los GAD Municipales de la provincia.	37
Tabla 4. Actividades Económicas Relevantes.....	46
Tabla 5. Cobertura de servicios básicos de la provincia.....	47
Tabla 6. Determinación de Oportunidad Diagnóstica	50
Tabla 7. Variables de Estudio.....	54
Tabla 8. Variables de segmentación del mercado	55
Tabla 9. Segmentos.....	56
Tabla 10. Muestra poblacional	57
Tabla 11. Muestreo Estratificado.....	58
Tabla 12. Consumo de tortas	59
Tabla 13. Tipo de tortas	60
Tabla 14. Motivo por el cual usted consume tortas.....	61
Tabla 15. Frecuencia de consumo	62
Tabla 16. Tipo de torta a adquirir	63
Tabla 17. Precio de una torta pequeña.....	64
Tabla 18. Precio de una torta mediana	65
Tabla 19. Precio de una torta grande	66
Tabla 20. Arándano es una fruta beneficiosa para la salud	67
Tabla 21. Al salir al mercado el producto lo compraría	68
Tabla 22. Lugar de compra.....	69
Tabla 23. Características de tortas de arándanos	70
Tabla 24. Microempresa de tortas de arándanos	71
Tabla 25. Características que le gustaría que tenga el servicio	72
Tabla 26. Promoción para el producto.....	73
Tabla 27. Recomendaría nuestro producto	74
Tabla 28. Identificación de la demanda.....	76
Tabla 29. Identificación de la demanda.....	76
Tabla 30. Formula proyección de la demanda.....	77
Tabla 31. Proyección de la demanda	77

Tabla 32. Oferta actual de expendio de tortas en la provincia de Imbabura	85
Tabla 33. Fórmula proyección de la oferta	86
Tabla 34. Proyección de la oferta anual	86
Tabla 35. Balance entre oferta y demanda	87
Tabla 36. Demanda a cubrir	89
Tabla 37. Tasa promedio de inflación	90
Tabla 38. Proyección de precios	90
Tabla 39. Matriz para la micro localización	100
Tabla 40. Matriz de evaluación	101
Tabla 41. Matriz de factores de micro localización	101
Tabla 42. Especificación técnica del horno industrial	104
Tabla 43. Especificación técnica de la batidora industrial	105
Tabla 44. Especificación técnica de la vitrina comercial	105
Tabla 45. Especificación técnica de las rejillas para enfriamiento	106
Tabla 46. Especificación técnica de moldes pequeños, medianos y grandes	107
Tabla 47. Especificación técnica de balanza	107
Tabla 48. Especificación técnica del mesón de aluminio	108
Tabla 49. Especificación técnica del fregadero	108
Tabla 50. Especificación técnica del procesador de alimentos	109
Tabla 51. Proveedores	110
Tabla 52. Capacidad instalada de producción	112
Tabla 53. Áreas de la microempresa	113
Tabla 54. Simbología normas ANSI para el diagrama de flujo	117
Tabla 55. Maquinaria y Equipo	125
Tabla 56. Equipos de Cómputo	125
Tabla 57. Equipo de Seguridad	125
Tabla 58. Muebles y Enseres	126
Tabla 59. Vehículo	127
Tabla 60. Resumen de Inversión Tangible	127
Tabla 61. Gastos de Constitución	128
Tabla 62. Materia Prima Directa de la torta pequeña en gramos	128
Tabla 63. Materia Prima Directa de la torta mediana en gramos	129
Tabla 64. Materia Prima Directa de la torta grande en gramos	129
Tabla 65. Materia Prima Directa en kilogramos	129

Tabla 66. Valor total de MPD requerida	130
Tabla 67. Mano de Obra Directa	131
Tabla 68. Materia Prima Indirecta.....	132
Tabla 69. Materia Prima Indirecta.....	132
Tabla 70. Mano de Obra Indirecta.....	133
Tabla 71. Otros Costos Indirectos de Fabricación.....	133
Tabla 72. Resumen de los Costos Indirectos de Fabricación	134
Tabla 73. Resumen de los Costos de Producción.....	134
Tabla 74. Servicios Básicos.....	135
Tabla 75. Personal Administrativo	135
Tabla 76. Suministros de Oficina	136
Tabla 77. Materiales de aseo y limpieza.....	137
Tabla 78. Resumen Gastos Administrativos.....	137
Tabla 79. Remuneración del personal de ventas	138
Tabla 80. Gatos de publicidad	138
Tabla 81. Otros gastos de ventas	139
Tabla 82. Resumen gastos de ventas	140
Tabla 83. Inversión en Capital Trabajo	140
Tabla 84. Inversión Total del proyecto.....	141
Tabla 85. Financiamiento	142
Tabla 86. Promedio de la tasa de inflación.....	145
Tabla 87. Proyección de Ingresos	146
Tabla 88. Resumen de Ingresos Proyectados	147
Tabla 89. Materia Prima Directa en kilogramos.....	147
Tabla 90. Valor total de MPD requerida	148
Tabla 91. Proyección anual de MPD requerida	149
Tabla 92. Proyección de costo total de MPD	150
Tabla 93. Mano de Obra Directa	151
Tabla 94. Tasa de crecimiento de SBU	151
Tabla 95. Proyección de salarios de Mano de Obra Directa	152
Tabla 96. Cálculo de la Materia Prima Indirecta.....	152
Tabla 97. Cálculo de la Materia Prima Indirecta anual	153
Tabla 98. Resumen Materia Prima Indirecta	153
Tabla 99. Proyecciones de las remuneraciones de la MOI.....	154

Tabla 100. Costos anuales de los CIF.....	154
Tabla 101. Resumen de los costos producción.....	155
Tabla 102. Servicios Básicos.....	156
Tabla 103. Proyección de los Servicios Básicos	156
Tabla 104. Remuneración anual del personal administrativo.....	157
Tabla 105. Proyección de las remuneraciones del personal administrativo	157
Tabla 106. Gastos anuales de suministros de oficina	158
Tabla 107. Proyección de precios de los suministros de oficina	158
Tabla 108. Materiales de aseo y limpieza.....	159
Tabla 109. Proyección de materiales de aseo y limpieza	159
Tabla 110. Resumen de gastos administrativos	160
Tabla 111. Remuneración anual de personal de ventas.....	160
Tabla 112. Proyección de las remuneraciones del personal de ventas	161
Tabla 113. Gastos de publicidad.....	161
Tabla 114. Proyección de los gastos de publicidad	162
Tabla 115. Proyección de crecimiento de otros gastos de ventas.....	163
Tabla 116. Resumen de las proyecciones de gastos de venta.....	163
Tabla 117. Tabla de amortización del crédito	164
Tabla 118. Resumen del pago de capital e interés.....	165
Tabla 119. Depreciación de propiedad, planta y equipo	166
Tabla 120. Depreciación de maquinaria y equipo	167
Tabla 121. Depreciación de equipo de cómputo	167
Tabla 122. Depreciación de equipo de seguridad.....	168
Tabla 123. Depreciación de muebles y enseres	168
Tabla 124. Depreciación del vehículo	169
Tabla 125. Resumen de las depreciaciones	169
Tabla 126. Proyección total de los costos y gastos.....	170
Tabla 127. Proyección del estado de flujo de efectivo	174
Tabla 128. Costo de Oportunidad.....	175
Tabla 129. Cálculo del Valor Actual Neto	177
Tabla 130. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno	178
Tabla 131. Proyección de ingresos y costos actualizados	179
Tabla 132. Proyección de flujos netos y acumulados.....	180
Tabla 133. Punto de equilibrio en cantidades.....	182

Tabla 134. Tablero integral de comandos de indicadores financieros	182
Tabla 135. Funciones del gerente general	193
Tabla 136. Funciones del contador de la microempresa	194
Tabla 137. Funciones del jefe de producción	195
Tabla 138. Funciones del jefe de producción	196
Tabla 139. Funciones del vendedor	197
Tabla 140. Equipo de Trabajo	201
Tabla 141. Factores a validar	202
Tabla 142. Método de calificación	203
Tabla 143. Rango de interpretación.....	203
Tabla 144. Porcentaje de calificación.....	204
Tabla 145. Resultados.....	208

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Consumo de tortas.....	59
Figura 2. Consumo de tipo de tortas.....	60
Figura 3. Motivo por el cual consume tortas.....	61
Figura 4. Frecuencia de consumo.....	62
Figura 5. Tipo de torta a adquirir.....	63
Figura 6. Precio torta pequeña.....	64
Figura 7. Precio torta mediana.....	65
Figura 8. Precio torta grande.....	66
Figura 9. Beneficios del arándano.....	67
Figura 10. Disposición al comprar el producto.....	68
Figura 11. Lugar de compra.....	69
Figura 12. Características y preferencias de compra.....	70
Figura 13. Microempresa.....	71
Figura 14. Servicio.....	72
Figura 15. Promoción del producto.....	73
Figura 16. Recomendación del producto.....	74
Figura 17. Proyección de la demanda.....	78
Figura 18. Proyección de la oferta.....	87
Figura 19. Proyección de la demanda insatisfecha.....	88
Figura 20. Las 4Ps del Marketing Mix.....	91
Figura 21. Torta de Arándanos.....	91
Figura 22. Empaque de tortas pequeñas, medianas y grandes.....	92
Figura 23. Canales de Comercialización.....	94
Figura 24. Página de Facebook de la microempresa.....	95
Figura 25. Tarjetas de presentación de la microempresa.....	96
Figura 26. Medio de transporte de la microempresa.....	96
Figura 27. Macro localización del proyecto.....	98
Figura 28. Micro localización de la microempresa.....	102
Figura 29. Financiamiento.....	111
Figura 30. Plano arquitectónico de la microempresa.....	114
Figura 31. Mapa de procesos de la microempresa.....	116
Figura 32. Diagrama de flujo de planificación estratégica.....	118

Figura 33. Diagrama de flujo de adquisición de materia prima e insumos.	119
Figura 34. Diagrama de flujo de producción de tortas.	121
Figura 35. Diagrama de flujo de comercialización de las tortas.	123
Figura 36. Estado de Situación Financiera	172
Figura 37. Estado de resultados proyectados.....	173
Figura 38. Nutri-key	185
Figura 39. Logotipo de la microempresa.....	185
Figura 40. Estructura organizacional.....	190
Figura 41. Estructura funcional	191
Figura 42. Niveles administrativos	191
Figura 43. Matriz de validación 1.....	205
Figura 44. Matriz de validación 2.....	206
Figura 45. Matriz de validación 3.....	207

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Validación del Proyecto de Investigación URKUND	224
Anexo 2. Técnicas de Investigación	225
Anexo 3. Formato de la Encuesta.....	226
Anexo 4. Formato de la Entrevista	235
Anexo 5. Proforma de Maquinaria y Equipos de Producción	242
Anexo 6. Evidencia Fotográfica	249

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad las pastelerías se han convertido en una actividad que ha estado en constante crecimiento, sin embargo, las exigencias de los clientes han permitido generar más plazas para crear este tipo de empresas para en cierto modo llegar a satisfacer las necesidades requeridas por los clientes al momento de realizar un acontecimiento. La presente investigación consiste en realizar un Estudio de Factibilidad para la creación de una Microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos en la provincia de Imbabura. Las técnicas utilizadas en la investigación fueron la entrevista a la competencia y la encuesta para los clientes. Luego de realizar el estudio de mercado se pudo determinar la viabilidad del proyecto, dando como resultado que, si existe una demanda insatisfecha en lo que respecta al consumo de tortas en la provincia de Imbabura, por lo tanto, se puede observar gran interés de los clientes encuestados a que se abra una nueva empresa productora y comercializadora de tortas saludables en la ciudad con servicios diferentes a los ya existentes.

Palabras clave: Pastelería, estudio de factibilidad, investigación, demanda insatisfecha.

EXECUTIVE SUMMARY

At present, pastry shops have become an activity that has been in constant growth, however, the demands of customers have allowed to generate more places to create this type of companies to in a way meet the needs required by customers at the time of holding an event. This research consists of conducting a feasibility study for the creation of a company that produces and markets healthy cakes in the province of Imbabura. The techniques used in the research were the interview with the competition and the survey for customers. After conducting the market study, it was possible to determine the viability of the project, resulting in that, if there is an unsatisfied demand regarding the consumption of cakes in the province of Imbabura, therefore, great interest can be observed from the clients surveyed to open a new company that produces and markets healthy cakes in the city with different services from those already in existence.

Keywords: Pastry, feasibility study, cross-sectional research, unsatisfied demand.

INTRODUCCIÓN

En los países desarrollados se observa cómo cada vez más las personas buscan generar sus propias fuentes de trabajo. De igual manera, las empresas pequeñas y medianas pueden convertirse en un poderoso motor de la economía si logran desarrollarse y llegar a ser competitivas en el entorno globalizado en el que se deben mover. Los países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo están abordando el emprendimiento como una alternativa a la incertidumbre laboral de nuestra época y a la necesidad de creación de riqueza de la población, especialmente en el caso de los jóvenes. Las pastelerías se han convertido en una de las tendencias a posicionarse durante el 2019, año en el que el Ecuador aparentemente vio proliferar la oferta de este tipo de servicios (Veintimilla, 2016, p.4).

El presente trabajo propone un Estudio de Factibilidad para la creación de una Microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos en la provincia de Imbabura. La idea nace con la visión de dar un valor agregado diferente a las tortas tradicionales que se ofertan en el mercado como también de las necesidades y preferencias del cliente que gusta de alimentos saludables.

El planteamiento es apropiado ya que se considera necesario realizar un estudio de factibilidad que permita conocer la viabilidad del proyecto y posicionamiento de la empresa en el mercado. El objetivo principal es el diseño de un estudio de factibilidad para la creación de una pastelería en la ciudad de Ibarra, para ello se va a realizar una encuesta a la población de la provincia de Imbabura. La información resultante permite analizar la matriz AOOD de la empresa a crear; aprovechar los aliados existentes y enfrentar los oponentes.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tortas de arándanos en la provincia de Imbabura mediante el uso de metodologías técnicas e instrumentos que permitan identificar la viabilidad de la implementación del proyecto.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno a través de un análisis de los aspectos geográficos y demográficos, permitiendo contar con un mayor conocimiento del segmento al cual está dirigido el proyecto de investigación.
- Estructurar un marco teórico en base a fuentes primarias y secundarias que sustenten el desarrollo del presente proyecto.
- Elaborar un estudio técnico mediante la proyección financiera a fin de determinar el tamaño óptimo del proyecto, la localización y la adecuada distribución de la microempresa y la cuantificación de la inversión inicial.
- Desarrollar el estudio financiero mediante el uso de los indicadores permitiendo determinar si existe viabilidad la implementación y ejecución del proyecto.
- Elaborar el estudio organizacional mediante la planificación de las actividades, tareas y delegación de funciones con la finalidad de garantizar que los procesos administrativos sean relacionados a la actividad y garanticen una buena ejecución.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Introducción

Este capítulo también conocido como marco teórico es de suma importancia debido a que presenta un conjunto de ideas, conceptos y definiciones a partir de investigación documental estrechamente vinculada y relacionada con fuentes primarias y secundarias, que permiten construir una fundamentación teórica de calidad, con el fin de sustentar el desarrollo del trabajo de investigación. Se concluye que la fundamentación teórica es la base para que una investigación sea acertada y la información del tema de investigación sirva de guía al lector.

1.2. Objetivo

Determinar los referentes teóricos del estudio de factibilidad mediante una investigación documental para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos en la provincia de Imbabura.

1.3. Marco Teórico

Se pretende desarrollar una idea innovadora sobre alimentación saludable, de alta calidad, diversificada y a precios accesibles en un solo lugar, dirigido a personas que cuidan de sus hábitos alimenticios. Esto permitirá mejorar la calidad de vida de las personas mediante la oferta de productos sanos elaborados con endulzantes como la Stevia y a precios cómodos que satisfagan necesidades de los consumidores.

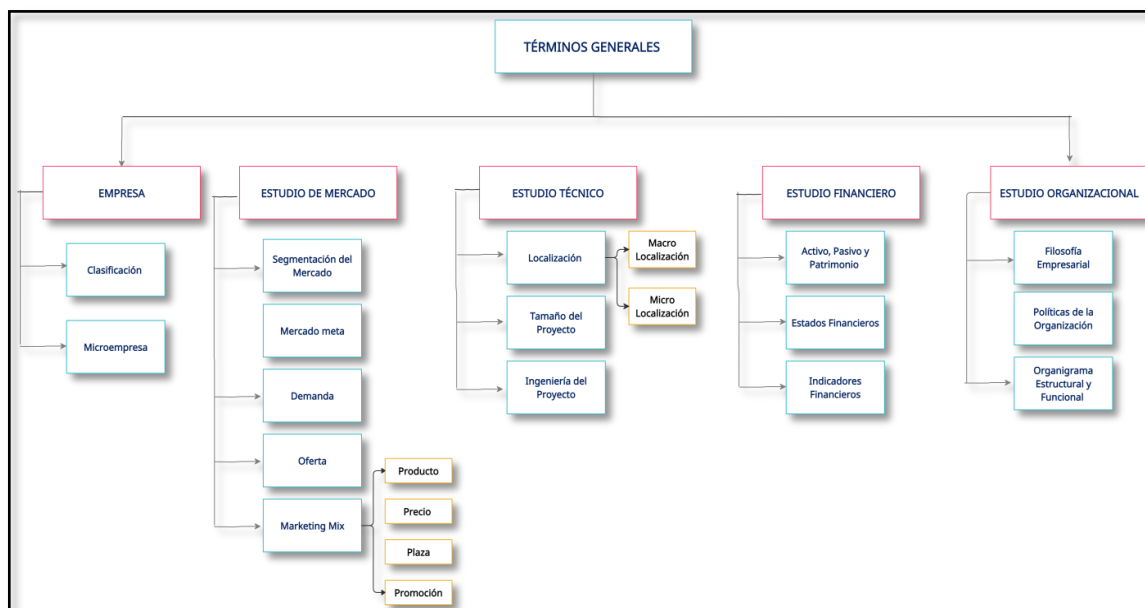


Figura 1. Esquema de Términos Generales
Fuente: (Rhea, 2017) y agregaciones de autoras.

✓ Empresa

Es un grupo de personas que comparten un propósito en común buscando obtener rentabilidades financieras: es decir, “La empresa es un agente económico con autonomía y responsabilidades, que puede realizar actividades productivas. (López Calvajar, Mata Varela, Becerra Lois, & Cabrera Caballero, 2018).

Es una organización dedicada a la persecución de fines económicos o comerciales de bienes o servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad, y está conformada por socios o accionistas que aportan el capital con el fin de obtener lucro. (Gamboa Salinas, Jordán Vaca, & Pérez Salinas, 2017).

✓ Clasificación

La empresa es toda actividad económica organizada para producir, transformar, comercializar, administrar y custodiar bienes o para prestar servicios a través de un establecimiento de comercio. Detallando a continuación la clasificación de las empresas según: (Bello, Castañeda, Perdomo, & Rodríguez, 2016).

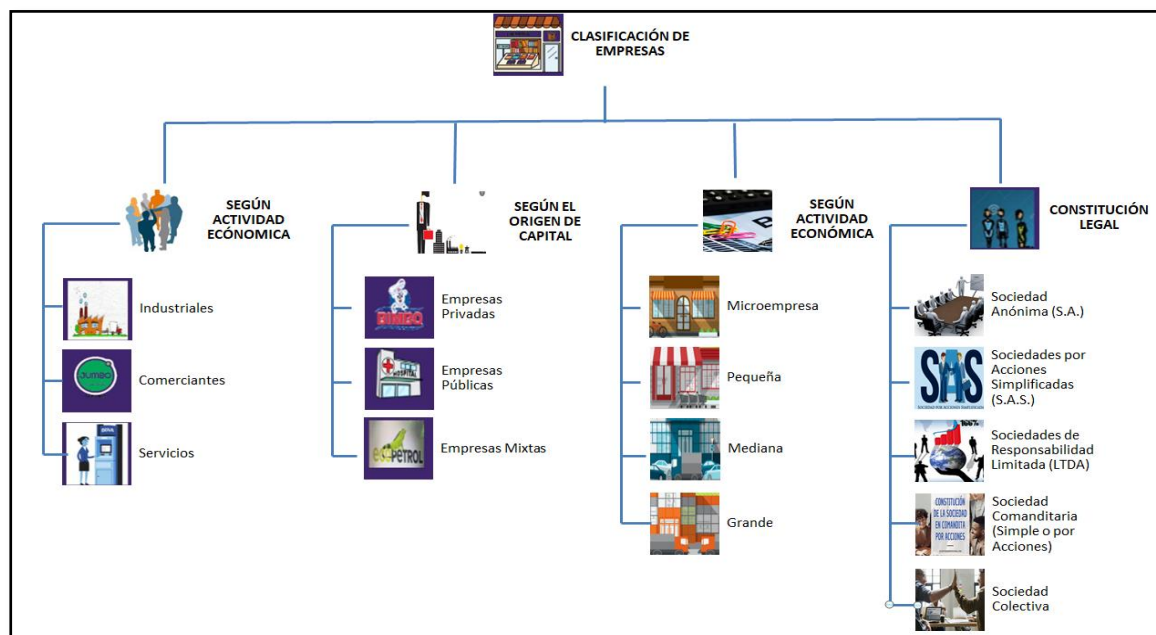


Figura 2. Clasificación de las Empresas

Fuente: Contabilidad para microempresas, (Bello, Castañeda, Perdomo, & Rodríguez, 2016) y argumentación de las autoras.

✓ Microempresa

Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, aplicando de forma organizada, utiliza los conocimientos y recursos: humanos, económicos, materiales y tecnológicos para la elaboración de productos o servicios que se suministran a los consumidores, con la finalidad de obtener un margen de utilidad y luego cubrir los costos fijos variables y gastos de fabricación. (García Prado, 2015).

La microempresa es un proyecto que se realiza con la finalidad de desarrollar actividades productivas o de servicios con recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos para satisfacer las necesidades de los consumidores, estas están formadas por un número pequeño de personas y predomina la mano de obra.

- Importancia de la microempresa

Según (Arias, 2017) afirma que: “La importancia del sector micro empresarial de un país, lo constituye su contribución al desarrollo como medio para adelantar los procesos eficientes de la distribución del ingreso y la generación del empleo, además, las microempresas abarcan una parte importante del empleo. Sea que represente un cambio en la estructura o en una nueva forma de visualizar su creciente atención” (p. 15).

Actualmente en Ecuador existen varias (Mipymes) según el (Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN), mismas que han permitido el crecimiento de la producción, generación de plazas de empleo, desarrollo económico, innovación y el dinamismo productivo del país, mismas que se encuentran inmersas en todas las actividades productivas de la económica como son: el comercio, industrias manufactureras, construcción, transporte, bienes inmuebles, entre otros. Se conoce como Mipymes a las micro, pequeñas y medianas empresas cuya naturaleza se determina como sociedades y personas naturales; con su volumen de ventas, capital de trabajo y número de trabajadores; para las microempresas su unidad productiva es de 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas e ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$100.000,00) dólares americanos.

1.4. Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad es el inicio para el desarrollo de un proyecto de producción o prestación de servicios, ayudando a realizar y analizar estudios técnicos, financieros, administrativos y de mercado con el fin de llegar a la consecución del estudio debidamente realizado.

1.4.1. Estudio de Mercado

El estudio de mercado se determina si el producto o servicio que se va a fabricar y a vender tenga una aceptación en el mercado y si los posibles consumidores están dispuestos a adquirirlo.

(Pacheco Coello & Pérez Brito, 2016) Explica: “Con este estudio se pretende conocer y hacer un análisis de la demanda y oferta; es decir, saber quiénes serán los posibles consumidores del producto o servicio a proporcionar, así como cuáles son las empresas que actualmente lo ofrecen (competencia)”.

Haciendo el análisis a la definición el estudio de mercado es conocer las variables que comprende un mercado en cuanto a oferentes y demandantes ya sea de productos o servicios, es decir, saber si el producto será aceptado por los consumidores y si existe o no la competencia en cuanto a la comercialización.

✓ Segmentación del mercado

Para (Hernández Garnica & Maubert Viveros, 2017) es la división del mercado total en una serie de sub mercados de compradores o de posibles compradores.

Además, según (Hartline, 2015) define que, La segmentación de mercado es el proceso de partir el mercado total para un producto en particular y/o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos. Se puede decir que la segmentación del mercado es la división del mismo en grupos con necesidades y características similares para conseguir ofrecer una oferta adaptada a cada grupo objetivo.

✓ Mercado meta

Es el principal sector de la población al que está dirigida la microempresa con la finalidad de ofertar y comercializar el producto. Se puede decir que el proceso adecuado de selección del segmento comercial al que está dirigido proveerá una correcta interacción del cliente u proveedor, misma que permitirá satisfacer las necesidades y demandas de forma tal que incentive el bienestar y preferencias del producto que se va a elaborar.

✓ Demanda

Dentro de la investigación de mercado al analizarlo permite establecer el número de compradores que están dispuestos a comprar el producto o servicio a comercializarse por la entidad. Según (Flóres Uribe, 2015) manifiesta que:

La demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio. Para su estudio, es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y, así mismo, conocer la tendencia que muestra el bien y/o servicio que se va a comercializar. Con base en esta información, es posible proyectar el comportamiento futuro de la demanda.

Es la cantidad de cierto producto o servicio que están dispuestos a comprar los consumidores a ciertos precios. Para los emprendedores es muy importante conocer que productos desearía comprar los potenciales consumidores para luego proveer eficientemente

dicho bien. La Ley de la demanda es Si los precios de un producto suben, la demanda disminuye” (Dávila Frias, 2015).

La demanda son todas las necesidades del mercado que una empresa u organización va a satisfacer al ingresar un producto o servicio nuevo al mercado, analizando la capacidad de adquisición, gustos y preferencias de los clientes.

✓ Oferta

Son unidades de negocios que se dedican a la producción de un producto o servicio para ponerlo a la venta. De acuerdo a (Flóres Uribe, 2015) la oferta:

Es la relación que existe entre el precio de un bien y las cantidades de que una empresa desearía ofrecer de este bien por unidad de tiempo. la oferta global es la sumatoria para cada precio de las cantidades de todos los productos de este mercado desean ofrecer.

Se denomina oferta a la cantidad de un bien, producto o servicio que los empresarios o los emprendedores están dispuestos a ofrecer en el mercado a ciertos precios. La ley de la oferta es “Si los precios de un producto suben, la oferta también sube”. (Dávila Frias, 2015).

Se puede analizar que la oferta es el producto o servicio que va a satisfacer las necesidades de un mercado meta, tomado en cuenta a los principales competidores y productos similares a los que la empresa va a comercializar a los clientes, ofreciendo un producto con valor agregado.

✓ Marketing mix

El marketing mix es el proceso de ejecución y planificación de la concepción del producto que la empresa comercializa, fijación de sus precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios con el fin de crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y de las organizaciones que integran el mercado. (Martínez Candil, 2016, p. 25).

Esta estrategia tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los consumidores y generar rentabilidad para la entidad. Este estudio permite a la microempresa implementar y desarrollar técnicas que logren formar diferenciación y ventajas competitivas.

- Producto

Según (Calvo Porral & Stanton , 2017) indican que: “El producto es el elemento clave en la oferta de mercado y el marketing. La planificación mixta comienza ofreciendo lo que aporta valor a los clientes objetivos. Esta oferta se convierte en la base sobre la que la empresa construye y crea relaciones rentables con los clientes”.

En el caso del proyecto la microempresa se dedicará a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos dirigida a los habitantes de la provincia de Imbabura. Este proyecto tiene como finalidad satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores que buscan cuidar de su salud y su apariencia física, ya que hoy en día las enfermedades están siendo cada vez más frecuentes en la sociedad. La función principal del producto es aportar nutrientes y vitaminas al organismo, además, tendrá un sabor agradable para el paladar de los posibles consumidores.

El arándano es una fruta silvestre con bajo contenido en glucosa y alto en antioxidantes y flavonoides, mismo que posee beneficios y propiedades nutritivas, como se detalla a continuación:



Figura 3. Beneficios del arándano

Fuente: (Fitness, 2016)

El producto a ofrecer son las tortas elaboradas con insumos naturales bajos en carbohidratos y calorías, mismos que serán consumidas en cualquier tipo de celebración. Este producto estará elaborado con insumos como es huevos, harina sin gluten, Stevia 100% natural y complementamos con el sabor agradable del arándano siendo una fruta muy beneficiosa que ayuda a prevenir la presencia de enfermedades cardiovasculares, infecciones urinarias, el cáncer, la diabetes y además es una alta fuente de vitaminas que aportan al organismo.

- Precio

El precio, como variable de decisión comercial, constituye un elemento crítico en la estrategia de mercadotecnia ya que supone, de alguna forma, la síntesis de la política comercial de la empresa. Las decisiones acerca de la fijación de precios condicionan la evolución de la compañía. (Sangri Coral, 2014, p. 12).

Según (Flóres Uribe, 2015) manifiesta que: Las empresas fijan precios para sus bienes y/o servicios teniendo en cuenta el costo de su elaboración, el comportamiento de la demanda y del mercado. El precio es el resultante del comportamiento de la oferta y demanda; dependiendo de la clase de producto y/o servicio, se puede definir alguna estrategia para la fijación de los precios. (p. 28). La fijación de este componente en nuestro proyecto es de mucha importancia dado que el valor agregado que se designe a las tortas debe ser correspondiente a todos los aspectos que intervienen en la producción y que genere liquidez económica al mismo tiempo.

- Plaza

Es de gran importancia determinar correctamente la plaza en la cual se llevará a cabo un emprendimiento, pues, depende de ello el logro del éxito de la microempresa y por lo tanto es importante realizar el estudio de factibilidad en función de un mercado factible donde pueda mantenerse y posesionarse (Sellers Rubio & Casado Díaz, 2013).

- Promoción

Para que los consumidores adquieran un producto o un servicio es necesario contar con una serie de procesos que comuniquen adecuadamente la existencia y características del mismo, para esto se debe de implementar estrategias de publicación y de promoción que incentive esta acción; a continuación, se detalla una definición de este término:

(Casado Díaz & Sellers Rubio, 2013) Mencionan que: El proceso de promoción entre la empresa y el mercado tiene como finalidad informar, persuadir y/o recolectar la existencia, características o beneficios de un producto o de la empresa. La forma en que se combinarán los distintos instrumentos de comunicación dependerá de las características del producto, del mercado, de los competidores y de la estrategia perseguida por la empresa.

La promoción es un elemento que consta de herramientas de comunicación, con el fin de transmitir información a los potenciales compradores del bien y/o del servicio.

1.4.2. Estudio Técnico

(Vaca, 2010) Define: “El estudio técnico como un proceso que busca determinar la viabilidad técnica de la elaboración del producto, las inversiones necesarias para realizar dicha producción tanto en tecnología, infraestructura como en personal y materiales” (p. 56).

El estudio técnico está conformado por:

- Macro localización y micro localización optima del proyecto.
- Factores determinantes del proyecto como; el tamaño y la capacidad del negocio.
- Disponibilidad necesaria de materiales e insumos.
- Descripción del proceso del proyecto y el producto.

El estudio técnico tiene como objetivo demostrar si el proyecto de inversión es o no factible, además, justificando desde el punto de vista económico haber seleccionado la mejor opción en cuanto al tamaño, localización y proceso productivo para suministrar el mercado demandante del bien o servicio a producir.

✓ Localización del Proyecto

El principal objetivo de la localización es el análisis del lugar más idóneo para ubicar el proyecto, a fin de que dicho lugar ofrezca los máximos beneficios (Vaca, 2010).

- Macro localización

Corresponde a la selección de un área global en donde, de acuerdo con los estudios preliminares realizados, se puede ubicar el proyecto (Flórez, 2015).

La macro localización tiene como objetivo determinar la zona en la que el proyecto tendrá mayor influencia con el medio para esto se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

- Micro localización

La micro localización es la ubicación específica dentro de una zona macro de mayor alcance es el lugar donde se sentará definitivamente el local o la empresa (Flórez, 2015).

✓ Tamaño del Proyecto

Es la capacidad instalada y se entiende como la capacidad de producir un determinado volumen en la unidad de tiempo: hora, turno, día, mes o año (Rodríguez, 2018). El tamaño de una microempresa se establece de forma óptima tomando en cuenta factores como; inversiones, materia prima, tecnología y demanda, con la finalidad de determinar la capacidad de producción para bienes o servicios en un periodo de tiempo.

1.4.3. Estudio Financiero

Es un instrumento que permite medir la viabilidad del proyecto, usando como base la sistematización de la información financiera la cual identifica las inversiones, costos e ingresos que se pueden deducir estudios anticipados.

De igual manera (Flórez, 2015) lo define como: Al estado financiero como un proyecto financiero que interviene en una serie de variables que, al ser evaluada, permite escoger la

mejor alternativa. Entre las variables a considerar se encuentran las siguientes: el análisis detallado de las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los costos de producción, los ingresos que se esperan generar, gastos de operación y financiamiento.

✓ Activo

(Fierro, 2015) Dice que: Un activo es:

- Un recurso controlado por la entidad.
- Resultado de eventos o sucesos pasados.
- Un potencial directo de la generación de flujos de efectivo.
- Los flujos de efectivo se generan por el uso en la producción o disposición de los activos. Se puede decir que los activos son los bienes, derechos u otros recursos de los que dispone una empresa, los mismos de los que se espera obtener un beneficio económico futuro.

✓ Pasivos

Desde el punto de vista de la asesoría contable, son oportunidades que tiene el inversionista para financiar sus proyectos productivos mediante la combinación de recursos propios con recursos externos de otras instituciones financieras, en una mezcla optima que permita liberar mayores beneficios económicos para sus dueños bajo el costo del financiamiento que represente. (Fierro, 2015, p. 36)

Los pasivos representan las deudas y obligaciones con las que una empresa financia su actividad.

✓ Patrimonio

También es considerado como el producto de la ecuación contable: Activo – Pasivo = Patrimonio = Activo neto (Fierro, 2015). Podemos decir que el patrimonio es un conjunto de bienes, derechos u obligaciones de una empresa o los socios de la misma, dicho recursos se emplean para lograr sus objetivos individuales o colectivos.

✓ Ingresos

(López, 2016) Manifiesta que un ingreso: Se refiere a todas las entradas de dinero, donde se suman todos los ingresos de los integrantes de la familia o personal y se dividen en:

- ✓ Ingresos activos: son aquellos que consumen de nuestro tiempo para generarlos.
- ✓ Ingresos pasivos: son aquellos que no requieren esfuerzo ni tiempo para generarlos.
- ✓ Ingresos fijos: son aquellos que ingresa la misma cantidad en el mismo plazo de tiempo.
- ✓ Variables: son variables en cantidad y tiempo.

El ingreso de flujo de dinero y gastos surgidos producto de la actividad del negocio permite a la microempresa poder realizar de forma normal las operaciones comerciales a las que se brinda y a su vez obtener liquidez financiera.

Es la cantidad de bienes por el precio en el caso de las empresas su objetivo es generar las utilidades y cumplir las obligaciones, en el caso del emprendimiento social es cumplir con sus objetivos y mantenerse al día con sus compromisos. (Dávila Frias, 2015).

✓ Gastos

(López, 2016) Lo define así: Los gastos son las salidas del dinero, que se proceden durante el periodo que abarca el presupuesto que realiza cualquier miembro de la unidad familiar.

- Gastos Administrativos

Todos los gastos relacionados con el área administrativa, como los sueldos, prestaciones, amortización de diferidos, depreciaciones sobre activos fijos, seguros, impuestos, otros, como papelería y útiles de oficina, transporte, viáticos, comunicaciones, investigación y desarrollo, etc. (Flórez, 2015, p. 25).

En conclusión, los gastos administrativos son aquellos que se incurren como consecuencia del pago de sueldos, así mismo de todas las depreciaciones que se realicen de los activos fijos de la empresa.

- Gatos de venta

Son aquellos que se incurren durante la venta del producto, así como las comisiones que se brinda a los vendedores. Según (Flórez, 2015) menciona que: Son los relacionados con el área de venta, como los sueldos, comisiones de ventas, prestaciones, gastos de publicidad, gastos de distribución, asistencia técnica a clientes, fletes, bodega, empaques, etc.

- Gasto financiero

Según (Ramírez, 2013): Son los que se originan por el uso de recursos ajenos, permitiendo financiar el crecimiento y desarrollo de las empresas. El mejor ejemplo de este tipo de costos es el gasto por interés que tiene una compañía por los créditos que se le han otorgado. Esta cuenta contable permite a la microempresa contar con información relevante para tomar decisiones, a través de una administración adecuada de los desembolsos monetarios relacionados a las actividades ordinarias de la entidad, con el fin de que el proceso debe de ser monitoreado y justificado para realizar una buena administración de los bienes u recursos adquiridos por la institución.

- ✓ Estados Financieros

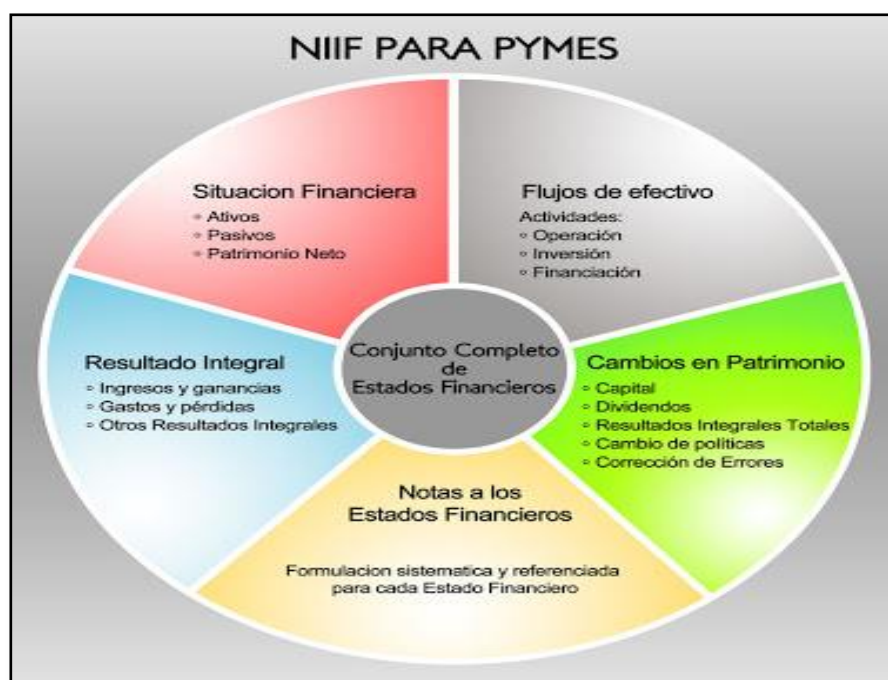


Figura 4. NIIF para PYMES – Análisis de los Estados Financieros

Fuente: (Wild, Subramanyam, & Halsey, 2016)

Los estados financieros muestran las operaciones de la empresa durante cierto periodo. Además, se utilizan para comunicar a los accionistas y acreedores cual el desempeño de la empresa en el pasado y sirven de punto de partida para la planeación financiera (Morales Castro & Morales Castro, 2014). Le podremos decir que los estados financieros son el reflejo de la contabilidad de una empresa y muestran la estructura económica de la misma, en ellos se plasman las actividades que realiza la empresa en un determinado periodo de tiempo.

- Estado de situación financiera

De igual manera (Flórez, 2015) lo define como: Es una proyección de la información en el plan de negocio, es el más convencional. Los rubros propuestos en el estado de situación corresponden a partidas que se pueden encontrar cuando existe la presencia de un nuevo proyecto y en el caso de uno en funcionamiento.

Se puede decir que es un informe financiero que refleja información del estado de la economía y las finanzas de una empresa en un periodo de tiempo determinado.

- Estado de resultados

(Calleja & Calleja, 2017) Afirma que: Este estado financiero muestra las ventas o ingresos, costos, gastos y la utilidad o pérdida resultante del periodo. Refleja información relativa al resultado de sus operaciones en un periodo dado, la cual es presentada en un documento comúnmente denominado estado de resultados.

El estado de resultados nos presenta las operaciones de una entidad durante un periodo de tiempo contable reflejando los ingresos, los costos, y los gastos relativos con el fin de determinar la utilidad o pérdida neta, así como también el resultado integral del ejercicio.

- Estado de Flujo de efectivo

De igual manera (Flórez, 2015) menciona que un: El flujo de efectivo es un estado financiero utilizado para la proyección financiera, une todos los conceptos del flujo de efectivo operativo, financiero y del inversionista. Los rubros que se incluyen son los que tienen movimiento al proyectar cifras del estado de resultados o del estado de situación financiera.

Es un estado financiero que brinda información sobre el origen utilización de las corrientes de efectivo y sus equivalentes.

✓ Indicadores Financieros

Las razones financieras permiten identificar lo monetario con la que cuenta la entidad, es decir, el análisis de estos rubros es imprescindible para la empresa, medios que permiten obtener un panorama de años anteriores y del presente de la evolución que ha generado la inversión realizada en el negocio.

Según (Flórez, 2015) detalla los siguientes indicadores financieros:

- VAN

El Valor Actual Neto permite llevar a valor presente los valores obtenidos del Flujo de Fondos Totalmente Neto (FFT_N) con la utilización de una tasa que se llama costo de oportunidad, que es el porcentaje que permite que la inversión rinda en el plan de negocio y que, a su vez, sea atractivo de acuerdo con los rendimientos de papeles en el sistema financiero.

- TIR

Es la tasa que permite calcular el rendimiento en el plan de negocio antes de iniciar cualquier inversión. Si esta tasa llena las expectativas del inversionista, hará que el plan de negocios se hará una realidad, pero si, por el contrario, este no lleva las expectativas financieras del inversionista, no invertirán en el plan de negocio.

- Punto de Equilibrio

Es un instrumento de análisis que sirve para identificar dentro de los periodos proyectados, cual es el volumen de ventas necesarias para que el plan de negocio no pierda ni gane dinero.

Es el número de unidades que se deben vender y en el cual los ingresos del negocio igualan a los costos y gastos; es decir, es el nivel de ventas en el cual no hay pérdidas ni utilidades. (Dávila Frias, 2015).

1.4.4. Estudio Organizacional

El estudio administrativo es necesario dentro de una organización, ya que, ahí se define el cómo se va a gestionar la microempresa, también se define al personal para alcanzar los objetivos planteados por la organización. Dentro de este estudio se desarrolla lo siguiente:

✓ Filosofía empresarial

Es el conjunto de saberes que busca establecer de manera racional los principios más generales que orientan y organizan el trabajo dentro de una organización, es decir, la manera de pensar o de ver las cosas en la empresa. (Ramírez, López , & Parra, 2019).

• Misión

La misión o razón de ser de la organización es un breve enunciado que sintetiza los principales propósitos, estrategias y valores que deberán ser conocidos, comprendidos, así como también compartidos por todas las personas que colaboren en el desarrollo empresarial (Luna, 2015).

De igual manera (Ramírez, López , & Parra, 2019), indica que la misión “es el propósito, razón de ser y fin de una empresa y define lo que pretende cumplir en un entorno específico, es decir, es lo que la organización hace en el presente y la manera como atiende a diferentes grupos de interés, como son los accionistas, consumidores, colaboradores, comunidad y gobierno. La misión se convierte en el marco de referencia para orientar las decisiones de aplicación y uso de los recursos disponibles con el fin de que la empresa pueda funcionar de forma coherente”.

La misión es plantear objetivos que se pretenden realizar en un corto plazo, mediante una serie de actividades, las mismas que estarán enfocadas a la visión que se ha planteado dentro de una microempresa u organización.

- **Visión**

Es aquella idea o conjunto de ideas que se tiene de la empresa a futuro o el sueño de esta a largo plazo. Es la luz que indica el camino y le da un sentido estratégico (Luna, 2015).

De igual forma (Ramírez, López , & Parra, 2019), define la visión como “el camino al cual se dirige la organización a mediano plazo y sirve de rumbo para dirigir y orientar las decisiones estratégicas de crecimiento y competitividad. La visión es cualitativa, es exigente ya que contribuye una fuerza vital para el cambio y suele ser atemporal ya que no tiene una fecha específica para el cambio, pero su consecución implica una proyección dinámica en el horizonte y guía el camino con la finalidad de llegar hacia el futuro”. La visión hace referencia a donde queremos llegar en el futuro, teniendo en cuenta los objetivos planteados y como se debe de trabajar en el tiempo con el fin de cumplir el reto que se ha propuesto.

- **Objetivos**

Los objetivos organizacionales se refieren a las metas que la microempresa desea alcanzar transcurrido un determinado tiempo, pues estos están establecidos luego de haber fijado la misión y visión institucional. Para (Torres, 2014) menciona que: El propósito de los objetivos es convertir el sueño de los fundadores y la misión del negocio en indicadores específicos, en resultados y consecuencias que la organización desea alcanzar. Sirven como normas de rendimiento y como fuente importante de motivación e identificación para los empleados.

- **Organigrama Estructural y funciones**

Permite establecer jerárquicamente las áreas funcionales de una microempresa u organización, para que de esta manera se facilite la delimitación de responsabilidades y funciones, mismos que deben respaldarse con la respectiva documentación. Para (Bernal , 2014) manifiesta que: La estructura organizacional se representa gráficamente la cual es

conocida como el organigrama donde se muestra de manera visual la división formal del trabajo tanto por niveles jerárquicos (por ejemplo: directivos, jefes, operarios), como por áreas funcionales (por ejemplo: mercadeo, finanzas, desarrollo humano, producción y operaciones), entre otros. Por lo tanto, para que una empresa tenga una estructura organizacional que sea funcional se debe de ejecutar e implementar un organigrama como refiere (Ramírez, López , & Parra, 2019) quienes definen el organigrama de la siguiente manera “Los niveles jerárquicos las líneas de autoridad y responsabilidad, los jefes de cada grupo de empleados, los canales formales de comunicación, entre otros, y las relaciones que existen entre los puestos de la empresa en cada uno de los departamentos, de tal manera que sea una relación entre todas las áreas de trabajo”.

CAPÍTULO II: PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

2.1. Introducción

Dentro de este capítulo se estructura un estudio descriptivo en el cual forman parte los enfoques cualitativo y cuantitativo, con el fin de determinar las características y comportamientos más importantes que tiene el mercado potencial en el cual se pretende introducir las tortas a base de arándanos, estos aspectos serán recolectados mediante la aplicación de instrumentos de investigación como: entrevistas dirigida a la competencia u oferentes y encuestas dirigidas a los posibles clientes o a la demanda, también se usaran fuentes secundarias como artículos, revistas, libros y otros similares que ayuden a sustentar la información necesaria para la puesta en marcha del proyecto.

2.2 Objetivo

Determinar la metodología adecuada que permita recopilar información específica y pertinente para realización del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos en la provincia de Imbabura y así asegurar la veracidad de los resultados y llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto.

2.3 Tipo de Investigación

2.3.1 Investigación Descriptiva

Este tipo de investigación a la cual se apoyará el presente proyecto es descriptivo, mediante el cual se obtendrá información específica del mercado potencial en el cual se pretende incursionar. Según Monroy M. y Nava, (2018). En su libro Metodología de la Investigación nos dice que el método descriptivo comprende, la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición de fenómenos, el enfoque se hace sobre una persona, grupo o cosa se conduce en el presente. (Monroy, 2018; Nava, N. 2018). Por tal motivo se empleará una investigación descriptiva basada en un enfoque cuantitativo, este permitirá conocer de mejor manera las características y comportamientos del

consumidor, diversas técnicas e instrumentos de recolección de información para este proyecto.

2.3.2 Investigación Documental

La investigación documental depende, fundamentalmente, de la información que se obtiene de documentos, entendiéndose por estos a todo el material que pueda acudir como fuente de referencia, sin que se altere su naturaleza o sentido los cuales aportan información sobre un acontecimiento. (Monroy. 2018; Nava, N. 2018). Este método se lo utilizará en todo el desarrollo de la presente investigación con la finalidad de buscar información en documentos y fuentes que sirvan como referencia para el presente proyecto objeto de estudio.

Por medio de este método se recaba información apropiada que ayudara a determinar la oportunidad diagnóstica del proyecto, mediante el desarrollo de variables e indicadores referentes al macro y micro entorno de la propuesta de negocio. Esta técnica es un referente para la recopilación de información acerca de demografía en donde se podrá ubicar la microempresa a través de los datos obtenidos de las entrevistas realizadas a la demanda potencial.

2.3.3 Investigación Cuantitativa

Este tipo de investigación se encargará de recoger, procesar y analizar datos numéricos obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos como son las encuestas y entrevistas que se realizarán a los posibles consumidores y a la competencia, esta información posteriormente será reflejada en la tabulación de los resultados.

2.4 Métodos

2.4.1 Método Descriptivo

El método permitirá recoger, organizar, presentar y analizar resultados obtenidos de las observaciones, y las características de los consumidores para presentarlos de forma sistemática y dar una idea clara de la situación actual acerca del mercado en el cual se pretende incursionar y la ubicación donde se desea emprender el negocio.

2.4.2 Método Estadístico

Este método se empleará para recolectar información acerca del mercado meta al que se va a dirigir el proyecto, los datos de la demanda potencial e insatisfecha para conocer qué porcentaje de la demanda se podrá cubrir con la aplicación del presente estudio de factibilidad, la oferta para conocer cuántos tipos de negocios de similares características existen en la provincia, los datos del crecimiento poblacional, y el índice de inflación que servirán como base para las futuras proyecciones el estudio y el procesamiento de la información recopilada mediante la aplicación de datos e histogramas de frecuencias que se utilizan en el desarrollo del presente proyecto.

2.4.3 Método PEST

Es una herramienta que permitirá evaluar los cuatro factores externos a través del análisis consiste en examinar oportunidades y amenazas que surgen a partir de estos cuatro factores que son; factor Político, Económico, Social y Tecnológico, que pueden afectar en a la puesta en marcha del proyecto en el presente y en el futuro, con los resultados que ofrece el análisis PEST es posible tener una visión favorable al llevar la implementación del presente estudio de mercado.

2.4.4 Método AOOD

Será utilizado para resumir la investigación diagnóstica en los resultados esperados de este capítulo que consiste en identificar la matriz AOOD del proyecto.

2.5 Tipo de Muestreo

Para el cálculo de la muestra se tomó en cuenta a la población total del país, la Región Sierra provincia de Imbabura a partir del cual se consideró la población adulta de 30 a 64 años, dado que desde esta edad los estudios médicos demuestran que empiezan a surgir problemas de salud a demás es el grupo en donde la mayoría de este segmento cuenta con un nivel de ingresos estable, además el producto está enfocado a contribuir a los buenos hábitos alimenticios y al cuidado de la salud.

El muestreo es probabilístico porque esta técnica de muestreo escoge a los individuos de una población aleatoriamente y cada uno cuenta con semejante probabilidad positiva de ser elegido y formar un segmento de la muestra (Otzen y Manterola, 2017). A continuación, se evidencia la población y la fórmula de la muestra utilizada.

Tabla 1
Variables de segmentación del mercado

VARIABLES	CARACTERÍSTICAS
Segmentación Geográfica	País: Ecuador Región: Sierra Provincia: Imbabura
Segmentación Demográfica	Edad

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y PDyOT de la provincia de Imbabura (2020).

Para la recolección de información se utilizará el muestreo probabilístico, mismo que consiste en seleccionar una muestra estadística, además, se empleará el muestreo estratificado con el fin de aplicar las encuestas a los subgrupos de forma proporcional en función a la población de cada uno de los cantones de la provincia de Imbabura.

El cálculo de la muestra se realizó en base a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * \sigma^2 * Z^2}{(N - 1) * e^2 + \sigma^2 * Z^2}$$

Suarez, M. (2018). *Interaprendizaje de estadística básica*.

En donde:

n = Tamaño muestra

N = 166'689.95 número de habitantes a trabajar

σ = 0.5 Desviación estándar de la población

E = 5% Limite aceptable de error muestral

Z = 1.96 (nivel de confianza 95%)

Desarrollo de la fórmula de muestra:

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

$$n = \frac{166'689.95 * 0,5^2 * 1,96^2}{(166'689.95 - 1) * 0,05^2 + 0,5^2 * 1,96^2}$$

$$n = 383 \text{ encuestas}$$

Se deben realizar 383 encuestas a las personas adultas entre los 30 y 64 años de edad de la provincia de Imbabura.

2.6 Técnicas e Instrumentos

Para la ejecución de la presente investigación se tomó en cuenta las siguientes técnicas:

2.6.1 Encuesta

Se la aplicara mediante el cuestionario en formato de encuesta, aplicado por el encuestador para dirigir al encuestado a proporcionar la información que se requiere. (Monroy. 2018; Nava, N. 2018). La aplicación de este instrumento tiene como objetivo recabar información relevante que proveen los posibles consumidores, datos necesarios para establecer la proyección de la demanda, análisis de precios y estrategias de marketing que serán aplicadas, tomando en cuenta las necesidades, gustos y preferencias de la población objetivo.

2.6.2 Entrevista

El investigador se reúne con el informante, el cual proporcionara información en base a su conocimiento y experiencia sobre el tema de estudio que permita conocer aspectos de primera mano del problema. (Monroy. 2018). Se aplicará la entrevista cualitativa al ser una forma más flexible y abierta que la cuantitativa, Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona y otra u otras, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (Sampieri, 2014). La entrevista como herramienta de investigación se la aplicó a los propietarios de las principales empresas que se dedican a la elaboración y comercialización

de tortas en la provincia de Imbabura, con el objetivo de recabar información acerca de las estrategias de diferenciación y posicionamiento, la entrevista se la realizó de forma presencial en los establecimientos de la competencia.

2.7 Identificación de Variables Diagnósticas

Para analizar cada una de las variables será necesario agregar indicadores de cada una de ellas, permitiendo mejorar la comprensión de la investigación. Después de haber determinado el tipo de investigación que se aplicará en el presente proyecto con el fin de analizar la realidad del mercado al cual se pretende dirigir, se han identificado las principales variables que intervendrán, con el propósito de conocer las características del macro entorno hacia el que está dirigido el proyecto.

2.7.1 Variables

✓ Factor Político – Legal

- Ordenanza
- Normas Técnicas Legales
- Marco Legal Nacional
- Permisos de Funcionamiento

✓ Factor Económico

- Incremento de establecimientos comerciales
- Cumplimiento obligaciones contables y tributarias
- Tasa de inflación
- Empleo
- Desempleo
- Producto Interno Bruto

✓ Factores Sociales y Culturales

- Densidad Poblacional
- Edad
- Salud
- Actividades económicas relevantes

✓ **Factores Tecnológicos**

- Banca Web
- Aplicaciones

Tabla 2

Diagnóstico externo en los ámbitos PEST para identificación de variables e indicadores empresariales.

Objetivos Específicos	VARIABLES	Indicadores	Técnicas	Fuentes de Información	Referencia
Investigar la normativa legal para obtener los permisos de funcionamiento del negocio	Factor Político Legal	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ordenanza ✓ Normas Técnicas Legales ✓ Marco legal nacional ✓ Permisos de funcionamiento 	Secundarias	Documental	<ul style="list-style-type: none"> -Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación -Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización -Constitución de la República del Ecuador
Realizar un análisis de todos los aspectos económicos que estén relacionados con el proyecto	Factor Económico	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento de establecimientos comerciales ✓ Cumplimiento obligaciones contables y tributarias ✓ Tasa de inflación ✓ Empleo ✓ Desempleo ✓ Producto Interno Bruto 	Secundarias	Documental	<ul style="list-style-type: none"> -Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura -Instituto Nacional de Estadísticas y Censos Banco Central de Ecuador
Analizar todos los aspectos sociales de la provincia de Imbabura	Factores Sociales y Culturales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Densidad poblacional ✓ Edad ✓ Salud ✓ Actividades económicas relevantes 	Secundarias	Documental	<ul style="list-style-type: none"> -Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura - INEC 2012, Proyecciones referenciales a nivel cantonal 2010-2020 -Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano

Identificar la disponibilidad de maquinaria y personal técnico para el mantenimiento de la misma	Factores Tecnológicos	✓ Banca Web ✓ Aplicaciones	Secundarias	Documental	-Municipio de Ibarra, 2019 -Ecuahornos
--	-----------------------	-------------------------------	-------------	------------	---

Fuente: Investigación propia a partir de la investigación científica.

CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO

3.1 Introducción

El diagnóstico permite conocer la situación actual del sector en estudio, describiendo los aspectos más relevantes que ayuden al desarrollo del proyecto, tales como los factores políticos o legales, económicos, sociales, ambientales y tecnológicos. En el presente capítulo se analizarán las variables diagnosticas a través de indicadores con el fin de conocer el entorno interno y externo de la provincia de Imbabura. Además, se determinará la matriz de los posibles Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos (AOOR) que aporten a la idea del negocio y así llegar a la conclusión del diagnóstico de la zona donde se plantea la realización del proyecto.

3.2 Objetivos

✓ **Objetivo General**

Conocer la situación actual del entorno de la provincia de Imbabura e identificar los factores, políticos, económicos, sociales tecnológicos y ambientales con la finalidad de implementar una microempresa de elaboración de tortas de arándanos.

✓ **Objetivos Específicos**

- Realizar un análisis del factor político legal en función al tema de estudio.
- Determinar los aspectos económicos que puedan intervenir en el desarrollo de la propuesta.
- Estudiar los aspectos sociales y culturales de la provincia de Imbabura.
- Determinar los factores tecnológicos para el desarrollo de la propuesta.
- Identificar los factores ambientales y geográficos del proyecto.
- Desarrollo la matriz AOOR en función a la información recabada a través de los factores PEST.
- Realizar la conclusión diagnóstica del capítulo.

3.3 Desarrollo de Variables

El desarrollo de variables es de gran importancia ya que permite reconocer, analizar, evaluar y conocer las condiciones del mercado potencial en el cual se pretende introducir el nuevo producto, para lo cual se desarrollan las siguientes variables con sus respectivos indicadores:

3.3.1 Factor Político - Legal

3.3.1.1. Ordenanza

Es una disposición o norma jurídica que forma parte de un reglamento y que está subordinada a una ley; mismas que son emitida por la autoridad que tiene el poder o la facultad para exigir su cumplimiento. A continuación, se detalla el sustento legal para la creación de emprendimientos en el país:

LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN
CAPÍTULO I
DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Artículo 1.- Objeto y ámbito. - La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal.

Artículo 2.- Objetivos de la ley. - Son objetivos de esta Ley los siguientes:

- a) Crear un marco interinstitucional que permita definir una política de Estado que fomente el desarrollo del emprendimiento y la innovación;
- b. Facilitar la creación, operación y liquidación de emprendimientos;
- c. Fomentar la eficiencia y competitividad de emprendedores;
- d. Promover políticas públicas para el desarrollo de programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores;
- a. Fortalecer la interacción y sinergia entre el sistema educativo y actores públicos, privados, de economía mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal del sistema productivo nacional; y,
- b. Impulsar la innovación en el desarrollo productivo.

Artículo 3.- Definiciones. - Para efectos de la presente Ley se tendrán en cuenta las siguientes definiciones:

- a) **Emprendimiento.** - Es un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo.
- b) **Innovación.** - Es el proceso creativo mediante el cual se genera un nuevo producto, diseño, proceso, servicio, método u organización, o añade valor a los existentes.
- c) **Emprendedor.** - Son personas naturales o jurídicas que persiguen un beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades, desarrollan un proyecto y organizan los recursos necesarios para aprovecharlo.
- d) **Ecosistema emprendedor.** - Es todo el entorno que facilita, incluye y fomenta el desarrollo de empresas y proyectos en un lugar determinado.
- e) **Cultura emprendedora.** - Es el conjunto de cualidades, conocimientos y habilidades necesarias que posee una persona para gestionar un emprendimiento.
- f) **Capital semilla.** - Es la inversión de recursos en la fase inicial de un proyecto, desde su concepción hasta el desarrollo de un proyecto innovador.
- g) **Capital de riesgo.** - Es la inversión que consiste en la participación en el capital social de un emprendimiento. El aportante invierte en un proyecto convirtiéndose

- en socio-accionista del emprendimiento financiado y de esta manera participa de modo directo en los riesgos y resultados.
- h) Plataformas de fondos colaborativos o “crowdfunding”. - Son sociedades mercantiles cuyo objeto social es la búsqueda de financiamiento de proyectos a través plataformas desarrolladas sobre la base de nuevas tecnologías, que ponen en contacto a promotores de proyectos que demandan fondos con inversores u ofertantes de fondos que buscan en la inversión un rendimiento o la compra de un bien o servicio.
 - i) Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S).- Tipo de sociedad mercantil conformada por una o más personas, mediante un trámite simplificado para fomentar la formalización y desarrollo de empresas.
 - j) Sociedades de beneficio e interés colectivo.- Son aquellas compañías que, al desarrollar sus actividades operacionales en beneficio de los intereses de sus socios o accionistas, se obligan a generar un impacto social positivo en procura del interés de la sociedad y del medio ambiente.
 - k) Acreedor disidente. - Es el acreedor que declina participar del proceso de reestructuración previsto en esta ley.
 - l) Proveedores de suministro asegurado. - Son quienes proveen bienes o servicios considerados esenciales en la cadena de producción y cuya provisión no se interrumpirá durante la reestructuración de emprendimientos.

Artículo 4.- Principios. - Son principios de esta Ley los siguientes:

- a) Articulación. - Es la sinergia entre actores públicos, privados, mixtos y de la economía popular y solidaria, con la academia, para el desarrollo del ecosistema emprendedor e innovador.
- b) Desarrollo económico. - Favorecer el desarrollo económico a partir del emprendimiento y la innovación, de manera justa, democrática, productiva, solidaria y sostenible, basado en la generación de riqueza, trabajo digno y estable.
- c) Celeridad. - Los trámites y procedimientos se deben ejecutar de forma eficiente con calidad y en el menor tiempo posible.
- d) Transparencia. - Garantizar el derecho a acceder a las fuentes de información pública.

- e) Formación integral. - En aspectos y valores como: desarrollo del ser humano, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad, estímulo a la investigación y aprendizaje permanente.
- f) Artículo 5.- Obligaciones del Estado. - Son obligaciones del Estado para garantizar el desarrollo del emprendimiento y la innovación, las siguientes:
- Apoyar al emprendimiento mediante políticas públicas apropiadas, que permitan crear un ecosistema favorable;
 - Simplificar trámites para la creación, operación y cierre de empresas, en todos los niveles de gobierno; y,
 - Asignar los recursos necesarios para implementar las políticas públicas que se emitan en aplicación de esta Ley.

3.3.1.2. Normas Técnicas Legales

Están establecidas por los GAD's, para la aprobación de los respectivos permisos de funcionamiento para la puesta en marcha legal de las microempresas. De acuerdo al Art. 57 del COOTAD, menciona que el Concejo municipal de los GADs tiene la facultad normativa en las materias de competencia del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, mediante la expedición de ordenanzas cantonales, acuerdos y resoluciones que pueden ser de carácter tributario y administrativo, espacios públicos predios urbanos y rurales, agua potable y alcantarillado, recolección de basura, patentes, plusvalías, higiene y salubridad, aspectos sociales, movilidad, entre otros.

Las regulaciones locales las rige a los GADs, establece en la Constitución de la República del Ecuador y en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), las competencias y funciones exclusivas del GAD Municipal en el territorio local, las cuales son necesarias conocer para identificar que se necesita implementar la empresa productora de tortas de arándanos, a continuación se detallan las competencias y funciones que pueden influir directa e indirectamente en el proyecto.

Tabla 3

Competencias y Funciones de los GAD Municipales de la provincia.

Son Competencias exclusivas del GAD	Relación en el proyecto
<ul style="list-style-type: none"> • Planificación conjunta del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo cantonal y formular planes de ordenamiento territorial. • Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón. • Planificar, construir y mantener la vialidad urbana. • Prestar servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos y actividades de saneamiento ambiental. • Crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas, tarifas y contribuciones. • Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley. • Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines. • Elaborar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las competencias del GAD permitiendo tener claro su accionar y enfoque de servicios a la comunidad, con esta institución se realzarán trámites directamente como permiso de funcionamiento de la pastelería, permisos de uso de suelo, el aseguramiento de los servicios básicos de agua potable, alcantarillado; el GAD se encargará del buen estado de las vías que conectan en la ciudad.
Funciones del GAD municipal	Relación en el proyecto

-
- Promover el desarrollo sustentable territorial cantonal y garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales.
 - Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio.
 - Establecer el régimen de uso del suelo y urbanístico, para lo cual determinará las condiciones de urbanización, parcelación, lotización, división o cualquier otra forma de fraccionamiento.
 - Elaborar y ejecutar el plan cantonal de desarrollo, el de ordenamiento territorial y las políticas públicas en el ámbito de sus competencias y en su circunscripción territorial,
 - Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados.
 - Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno.
 - Implementar el derecho al hábitat y a la vivienda y desarrollar planes y programas de vivienda de interés social en el territorio cantonal.
 - Implementar los sistemas de protección integral del cantón que aseguren el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos consagrados en la Constitución.
 - Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental en el territorio cantonal de manera articulada con las políticas ambientales nacionales.
 - Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno.
 - Regular y controlar el uso del espacio
- Las funciones atribuidas al GAD Municipal promueven el desarrollo cantonal, el ámbito social, cultural, deportivo, vial, de infraestructura, económico dentro del cual se incluye el turismo su regulación y promoción, lo cual permite el desarrollo de nuevas iniciativas que incentiven este sector y beneficien a la sociedad respetando los derechos individuales y colectivos. Garantiza el cumplimiento de las funciones de seguridad, cuidado del medio ambiente, maneja los desechos y controla la contaminación que afecten los atractivos naturales, controla la normativa en construcciones, promueve la cultura, el arte, en beneficio a la colectividad, la estabilidad en estas políticas promueve el desarrollo de proyectos como el propuesto que tiene en el GAD Municipal un alado para que la idea de negocio puede ejecutarse y desarrollarse satisfactoriamente.
-

público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización.

- Crear y coordinar los consejos de seguridad ciudadana municipal, con la participación de la Policía Nacional.
- Regular y controlar las construcciones en la circunscripción cantonal, con especial atención a las normas de control y prevención de riesgos y desastres.
- Regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad.
- Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón.

Fuente: Prefectura Imbabura

3.3.1.3. Marco Legal Nacional

La Constitución de la República del Ecuador es la norma vigente suprema del país, en donde se detallan los derechos y obligaciones contemplados para los ciudadanos ecuatorianos y extranjeros residentes, en relación al estudio de factibilidad se encuentra que la Constitución garantiza en su capítulo sexto el derecho al trabajo y reconoce diversas formas de organizaciones productivas y promueve formas de producción que aseguren el buen vivir. Para la constitución de una microempresa en el cantón Ibarra se requiere cumplir con varios requisitos legales como:

- **Patente Municipal GAD –I:**

Acorde al Art. 547 del COOTAD, deben declarar y pagar el impuesto a la patente municipal todas las personas, empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en el Cantón Ibarra que realicen actividades económicas de forma permanente.

- **Constitución de la Empresa:**

La microempresa a crear se pretende hacerlo a través de la forma de constitución de una SAS ya que estas son un tipo de compañía que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, y su trámite no tiene ningún costo, además de impulsar a la economía mediante la formalización de los emprendimientos, tiene como beneficios constituir a los negocios en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos. (portal.supercias.gob.ec/images/SAS).

Algunas de las ventajas de constitución bajo la denominación de SAS son las siguientes:

- No requieren escritura pública
- Capital mínimo
- Pueden dedicarse a cualquier actividad mercantil legal
- Se puede constituir por una sola persona.

3.3.1.4. Permisos de Funcionamiento

Para la creación de la empresa deberá cumplir las siguientes obligaciones:

- ✓ Compatibilidad de Uso de Suelo

Conforme a lo dispuesto por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra (2019), se menciona que, para el funcionamiento de un establecimiento con el uso del suelo, se deben presentar los siguientes requisitos:

- Solicitud de Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo (Croquis)
- Escritura de Constitución
- RUC
- Copias de Cédula
- Copias de Papeleta de Votación
- Copia de Pago Impuesto Predial

✓ Permiso de Bomberos

El Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Ibarra (2017), establece que este permiso consiste en instalar sistemas de prevención de incendios dentro de la organización con el fin de minimizar los riesgos, la solicitud se la deberá realizar en la institución del cuerpo de bomberos de cada zona. Para obtenerlo se debe presentar los siguientes requisitos.

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Extintores de incendios en número, capacidad y tipo determinado por el Departamento de Prevención y Control de Incendios del Cuerpo de Bomberos
- Señalización de Escape
- Pago del Impuesto Predial

✓ Registro Patronal

Los requisitos que el patrono necesitará para obtener el registro patronal en el Instituto de Seguridad Social IESS son los siguientes:

- Contrato de trabajo inscrito en la Inspección de Trabajo de todos los funcionarios de la empresa de mantenimiento de veneras y lavadoras.
- Cédula de identidad del representante de la compañía y papeleta de votación.
- RUC de la compañía.
- Copia de pago de teléfono o luz

3.3.2 Factor Económico

3.3.2.1 Incremento de Establecimientos Comerciales

El sector industrial corresponde al 19,38%, que está relacionado principalmente con la actividad manufacturera, y la otra actividad que es la construcción, esto se aprecia en la construcción de diversos conjuntos habitacionales que utilizan la mano de obra de personas

que habitan en el sector rural. Y el sector agropecuario representa el 11,61% de las actividades económicas, y se relaciona con actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, las cuales no se realizan en el área urbana, sino se concentran en las parroquias rurales como Salinas, Lita y La Carolina, debido a las condiciones ambientales, productivas y culturales que se presentan en la zona.

Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas	16
Industrias Manufactureras	17
Construcción	26
Comercio al por Mayor	84
Transporte y Almacenamiento	101
Alojamiento y Servicio de Comidas	11
Información y Comunicación	7
Actividades Inmobiliarias	14
Actividades de Servicios Adm. y de Apoyo	39
Enseñanza	4
Atención de la Salud Humana	9
Artes, Entretenimiento y Recreación	3
Distribución de Agua	1
Agricultura y afines	20
Explotación de Minas y Canteras	1
Suministro de Electricidad	5
Otras Actividades de Servicio	2
TOTAL	360

Figura 5. Pymes según el sector económico

Fuente: Superintendencia de compañías

3.3.2.2 Cumplimiento Obligaciones Contables y Tributarias

Consiste en presentar la información verídica y exacta a través de las declaraciones mensuales de la actividad económica que se va a ejercer.

El Servicio de Rentas Internas (en adelante SRI), (2017). Establece la presentación de los siguientes documentos para la obtención del RUC:

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía, con la razón de su inscripción en el Registro Mercantil.
- Copia certificada del nombramiento del representante legal de la compañía, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Copias de la cédula y de la papeleta de votación del representante legal.

- Certificación de la dirección domiciliaria en que la compañía desarrolle su actividad económica.
- Formulario del RUC en que consten todos los datos en él exigidos para la inscripción de persona jurídica, y la firma de su representante legal.

3.3.2.3 Tasa de Inflación

La inflación para el año 2020 en lo que respecta a Productos alimenticios, bebidas y tabaco; textiles, prendas de vestir y productos de cuero fue negativa. Este registró una variación anual de -0,78%, reflejando una disminución de los precios respecto a diciembre 2019, cuando hubo una inflación de -0,84%. (Boletín Técnico INEC 2020.) Por lo tanto, existió un nivel negativo de la variación de precios que presenta dos escenarios, uno de ellos puede ser la mantención de la capacidad de compra por parte de la demanda y por otra parte muestra una débil demanda interna que afecta en la reducción de precios, dando paso a una menor inversión desde el sector privado.

Con esta información se puede concluir que los pequeños productores o microempresarios seguramente no pensarán en aumentar su nivel productivo, y podría resultar conveniente bajar la producción y reducir el empleo. Es por ello que el presente proyecto no estará conformado por varios empleados, si no por el personal suficiente para el funcionamiento del negocio, ya que no sería conveniente en estos momentos contar con gastos que podría significar pérdidas a corto o largo plazo

3.3.2.4 Empleo

A nivel nacional en el mes de junio de 2017 se registró un nivel menor de desempleo que fue de 4,5%, frente al 5,3% que se registró en el mes de junio de 2016, por lo que se aprecia una reducción de 0,8 puntos porcentuales según los datos del INEC. A la vez se nota un gran incremento de la tasa de subempleo, en junio de 2016 esta ascendía a 16,3%, mientras que para junio de 2017 se ubicó en 20,5%. A demás se observa que la tasa de empleo adecuado no tuvo una significativa variación, ya que en junio de 2016 se encontraba en 40% y para el mismo mes de 2017 asciende a 40,1%.

3.3.2.5 Desempleo

En el año 2020 tras los efectos de la crisis del coronavirus en el país y de acuerdo a los datos presentados por el INEC el desempleo pasó de 3,8 % en diciembre del año pasado, a 13,3 % entre mayo y junio de 2020, es decir, un incremento de 9,5 puntos porcentuales. (INEC 2020.)

Una vez analizados los datos del empleo y desempleo se pueden concluir que este indicador podría afectar negativamente al proyecto ya que ha existido mucha reducción de personal de sus puestos de trabajo y esto disminuye la capacidad adquisitiva de las personas, pero también lo podemos ver desde otro escenario, las tortas son un producto de rápida rotación ya que a pesar de los efectos de la pandemia se ha podido observar que las personas no han dejado de consumir este tipo de productos.

3.3.2.6 Producto Interno Bruto

La emergencia sanitaria mundial por causa de la Covid-19 ha impactado directamente en el desempeño económico de los países de la región y el mundo, afectando la movilidad de las personas y el normal funcionamiento de establecimientos productivos y comerciales. Esto fue determinante para que en 2020 el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador, en términos constantes, haya totalizado USD 66.308 millones, lo que representa una caída de términos de 7.8%, según los datos de las cuentas nacionales trimestrales. (bce.fin.ec)

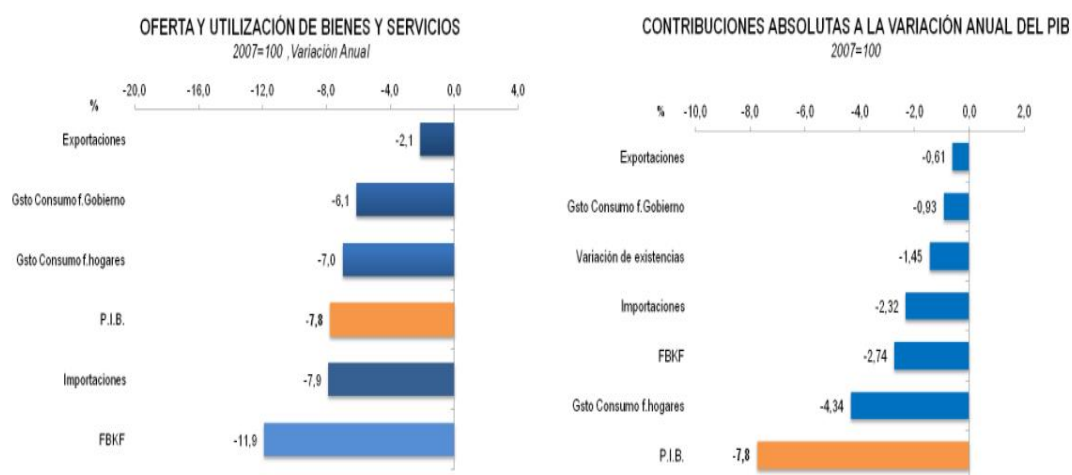


Figura 6. Producto Interno Bruto
Fuente: Banco Central del Ecuador

Según los datos presentados por el Banco Central del Ecuador los sectores con las caídas más fuertes, serán los servicios de comida, transporte, el servicio doméstico, la construcción y las actividades de manufactura. Sin embargo, para el 2021 el ente estima que todas las actividades tendrán crecimiento, a excepción del rubro de la construcción y las actividades relacionadas a la administración pública. (bce.fin.ec)

Por lo cual se puede concluir que existe un escenario favorable para la creación de la microempresa ya que hay una buena expectativa para la reactivación económica en el año 2021 y además existe un gran apoyo por parte del gobierno para la creación y reactivación de las pequeñas empresas.

3.3.3 Factores Sociales y Culturales

3.3.3.1 Densidad Poblacional

Según las proyecciones referenciales realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la población de la provincia de Imbabura en el año 2015 fue de 445.175 habitantes que representa el 3% del total nacional. El cantón Ibarra cuenta con el mayor número de población, con 204.568 habitantes que representa el 45,95% del total provincial, seguido de Otavalo con el 26.38% y con menor población Pimampiro con el 3,02%. (INEC, 2010).

CANTÓN	POBLACIÓN/2015	% PROVINCIA
Ibarra	204.568	45,95
Antonio Ante	49.661	11,16
Cotacachi	43.087	9,68
Otavalo	117.425	26,38
Pimampiro	13.458	3,02
Urcuquí	16.976	3,81
Total	445.175	100

Figura 7. Población a Nivel Cantonal

Fuente: INEC 2012, Proyecciones referenciales a nivel cantonal 2010-2020.

Desde el año 2010 hasta el 2015, la tendencia de crecimiento poblacional se concentra en los cantones de Antonio Ante con un índice de crecimiento del 2,82%, seguido de Ibarra con el 2,8% y Otavalo con el 2,39%, y cantones con una tendencia baja de crecimiento de población como es el caso del cantón Pimampiro. Entre los factores que influyen a que se

produzca dicho decrecimiento poblacional, es debido al aumento de la migración tanto dentro y fuera del país.

3.3.3.2 Edad

La provincia de Imbabura tiene una población muy envejecida, más del 35% de los habitantes sobrepasan los 45 años, el 40% son personas con un rango de edad entre 25 a 45 años, y el otro 25% restante son menores de 25 años, el número de hijos por mujer corresponde a 1,4 y la tasa de crecimiento poblacional ha bajado drásticamente. (INEC, 2010)

Tabla 4
Actividades Económicas Relevantes.

OCUPACIÓN	HOMBRE	MUJER
Empleado privado	28.472	18.362
Cuenta propia	28.134	20.832
Jornalero o peón	19.451	3.412
Empleado del Estado, Municipio o Concejo Provincial	10.355	8.689
No declarado	2.865	3.783
Empleada doméstica	241	5.361
Patrono	3.663	2.843
Trabajador no remunerado	1.528	1.344
Socio	1.614	803
Total	96.323	65.429

Fuente: (Censo INEN, 2010)

3.3.3.3 Salud

La provincia de Imbabura como en varios lugares del mundo en el ámbito de la salud se ha podido conocer que uno de los problemas que ha afectado mayormente a la población ha sido la obesidad que se desarrolló notoriamente durante el año 2005, pero para el año presente estos casos han disminuido, esto se debe a que se ha venido creando una mayor concientización en los hábitos alimenticios de las personas.

Es por ello que hoy en día por cuestiones de salud y nutrición en el Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano, se establece que:

Art. 1.- El presente Reglamento tiene como objeto regular y controlar el etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano, a fin de garantizar el derecho constitucional de las personas a la información oportuna, clara, precisa y no engañosa sobre el contenido y características de estos alimentos, que permita al consumidor la correcta elección para su adquisición y consumo. (Agencia Nacional de Regulación, 2020)

3.3.3.4 Actividades Económicas Relevantes

Conforme a los datos del INEC, la actividad económica más representativa de la provincia corresponde al sector de servicios con el 58,02%, otras actividades que se desarrollan en la provincia son el comercio al por mayor y menor, enseñanza, transporte y administración pública, con esto se evidencia el crecimiento en la zona urbana y se puede ver el aumento de locales comerciales, infraestructura educativa y red vial, de éste modo se puede observar que los diferentes tipos de ocupación de la población es trabajar por cuenta propia o ser empleado público o privado.

Imbabura es una provincia que une actividades comerciales, manufactureras y de servicios, con otras como la agricultura y la ganadería que están ligadas a su entorno natural. Tanto para los hombres como para las mujeres el comercio se constituye en una rama importante de actividad, al igual que las manufacturas. Particularmente para los hombres, la agricultura y la ganadería.

3.3.4 Factores Tecnológicos

Con respecto a los factores tecnológicos se hace referencia a la disponibilidad de los servicios básicos como internet, luz, agua teléfono. En cuanto a servicios básicos se refiere comprenden: el abastecimiento de agua potable, alcantarillado, desechos sólidos, telefonía, energía eléctrica, internet y otros.

Tabla 5
Cobertura de servicios básicos de la provincia

Nombre del servicio	Cobertura total
Agua potable	91%
Alcantarillado	75%
Desechos solidos	81%

Teléfono	56%
Energía eléctrica	96%
Internet	96%

Fuente: (Municipio de Ibarra, 2019)

También aborda temas de la disponibilidad de proveedores de Maquinaria Industrial como son: Horno Industrial, Batidoras Industriales, y el respectivo personal técnico con el conocimiento del mantenimiento de estos equipos para su correcto funcionamiento.

3.3.4.1. Banca Web

En el día de hoy vivimos en un mundo digitalizado en su mayor parte es más fácil realizar trámites y requerimientos de manera virtual, a raíz de la pandemia por COVID 19 esta modalidad ha tomado más impulso en el Ecuador y hoy en día se puede acceder a créditos de manera online a través de la banca electrónica de la entidad financiera que se tenga de preferencia, esta modalidad supone la posibilidad de realizar múltiples operaciones bancarias sin necesidad de una sucursal física para ello.

3.3.4.2. Aplicaciones

Las App hoy en día suponen para el presente proyecto un aliado estratégico para las ventas y para dar a conocer el producto, pudiendo los clientes hacer uso de ella para realizar sus compras desde la comodidad de su hogar.

3.3.5 Ubicación Geográfica

Ibarra, la ciudad blanca es la capital de la provincia de Imbabura. Geográficamente como se observa en la figura 1, el cantón Ibarra se ubica a 115 km al noroeste de la ciudad de Quito, posee una altitud de 225 m.s.n.m. Posee una temperatura promedio de 18°C., y un clima seco, templado y agradable para los turistas que la visitan. La ciudad tiene dos estaciones lluviosas que se desarrollan de febrero a mayo y de octubre a noviembre. Y cuenta con dos estaciones secas que van de junio a septiembre y de diciembre a enero.

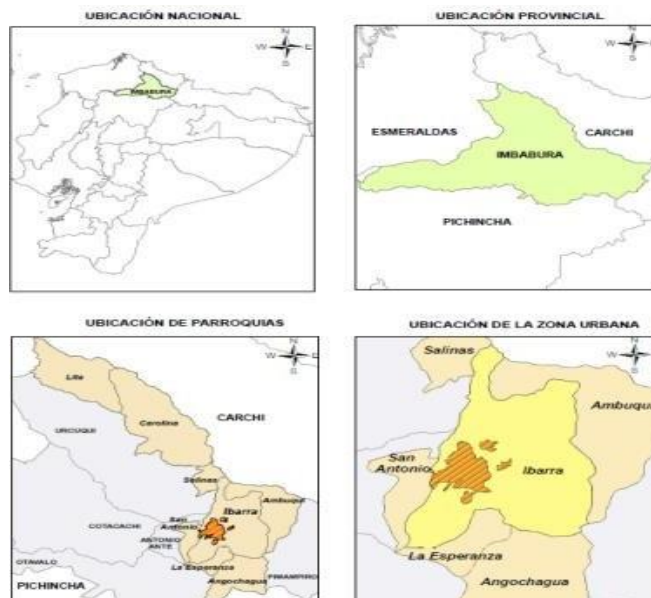


Figura 8. Ubicación Geográfica
Fuente: Secretaría Nacional de Planificación 2018



Figura 9. Límites Geográficos
Fuente: Secretaría Nacional de Planificación, SENPLADES

3.4. Análisis de la Información

3.4.1. Determinación de Oportunidad Diagnóstica

Tabla 6.
Determinación de Oportunidad Diagnóstica

Aliados	Oponentes
<ul style="list-style-type: none"> • Facilidades de acceso a Proveedores de Materia prima e insumos (Prove Pan, Cap Shop). Los mismos que nos ofrecen grandes descuentos por compras al por mayor, localizados en la ciudad de Ibarra. • Apoyo de entidades financieras (BANECUADOR) que ofrecen líneas de crédito con bajas tasas de interés • Disponibilidad inmediata por parte de la empresa Ecuarandanos que nos ofrece precios mayoristas. • Vías de acceso de calles principales y de gran afluencia comercial • Disponibilidad de personal técnico para el mantenimiento de maquinaria • Disponibilidad de recurso humano calificado para la elaboración de tortas 	<ul style="list-style-type: none"> • Negocios dedicados a la elaboración de una línea similar de productos • Oferta de productos sustitutos • Empresas dedicadas a la misma actividad económica
Oportunidades	Riesgos
<ul style="list-style-type: none"> • Exclusividad dentro del sector que se dedica a la elaboración de tortas de este tipo. • Beneficios de financiamiento para los emprendimientos por parte del estado con bajas tasas de interés. • Generación de fuentes de empleo • Mayor concientización de los hábitos alimenticios 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la tasa de desempleo que ocasionaría la reducción del poder adquisitivo del consumidor • Incremento del precio de insumos y materia prima • Aumento progresivo de emprendimientos similares

Fuente: Diagnostico Situacional

3.5. Conclusión Diagnóstica

Para el presente proyecto se determinó la oportunidad diagnóstica de creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de tortas a base de arándanos este proyecto se fundamenta por los elementos que se describen a continuación:

- Facilidades de financiamiento y constitución como empresa estos dos aspectos se amparan bajo la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación y bajo la Resolución No. SCVS-INC-DNCDN-2020-000000 de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros en el cual se resuelve expedir el reglamento de las Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S.)
- Una vez realizado un análisis profundo en cada aspecto de la matriz se pudo determinar que crear una microempresa de producción y comercialización de tortas de arándanos es viable en primera instancia, debido a que el sector donde se plantea ubicar la empresa es un sector idóneo y estratégico para la puesta en marcha de la misma, se pudo conocer que existe una gran demanda de este tipo de productos en la ciudad y en los diferentes cantones de la provincia de Imbabura, dado que en este tiempo existe una mayor concientización en los hábitos alimenticios de las personas por lo que esto muestra una gran aceptación y demanda en el consumo de tortas.
- Para la contratación del personal existen profesionales disponibles, de igual manera existe disponibilidad de empresas proveedoras de material esencial para el negocio y algo fundamental que existe una disponibilidad de servicios básicos permanentes en el sector. Desde el factor oponente se cuenta con la presencia de empresas similares al servicio a brindar, como también el incremento de precios en arrendamiento de locales en el sector.
- Para finalizar los principales riesgos para el emprendimiento viene siendo el posicionamiento de algunas empresas de expendio de tortas con mayor reconocimiento en la ciudad y la provincia y a su vez hay que tener en cuenta que no todos están interesados comprar el producto, a pesar de ello el emprendimiento cuenta con más aliados y oportunidades por lo que es viable ejecutar el proyecto y ponerlo en marcha en sector establecido.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

4.1 Introducción

En el presente capítulo se diseña una propuesta de negocio en la cual se establecerá parámetros relevantes partiendo con el estudio de mercado, el cual tiene como objetivo recolectar características relevantes del mercado potencial al que se pretende llegar, con el fin de conocer las necesidades, gustos y preferencias del mismo y en base a ello crear estrategias de comercialización; el estudio técnico consiste en determinar la macro y micro localización del presente estudio; el tamaño y la ingeniería del proyecto; seguidamente se estructura el estudio financiero en el cual se realizarán los estados financieros con el fin de determinar la viabilidad del proyecto a través de los indicadores financieros y finalmente, se procede a diseñar el estudio organizacional que define la estructura del negocio.

4.2 Objetivo

Determinar la factibilidad del proyecto mediante el estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional para identificar la viabilidad de la puesta en marcha del negocio.

4.3 Estudio de Mercado

4.3.1 Introducción

El estudio de mercado se lo realiza con la finalidad de conocer las necesidades, gustos y preferencias del mercado al cual se pretende brindar el producto, y para lograr esto se debe recabar información mediante la aplicación de encuestas y entrevistas, permitiendo determinar la demanda objetiva para la puesta en marcha el proyecto, y posteriormente detallar las estrategias de comercialización apropiadas para mantener y mejorar el posicionamiento del negocio.

4.3.2 Objetivo del Estudio de Mercado

El estudio de mercado tiene como finalidad recopilar información respecto a la aceptación de la creación de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos en la provincia de Imbabura, con el fin de determinar la oferta y demanda existente.

4.3.3 Variables del Estudio de Mercado

Son aquellas que permiten obtener un conocimiento amplio y profundo de la investigación de mercados. Para lograr una mejor interpretación dentro del desarrollo del estudio se detalla a continuación las siguientes variables con sus respectivos objetivos e indicadores:

4.1.3.1. Matriz de variables de estudio de mercados

Tabla 7
Variables de Estudio

Objetivo general	Objetivos específicos	Variable	Indicador	Técnica
Determinar la oferta y la demanda mediante el estudio de mercado; encaminados a identificar la aceptación del producto a los consumidores de la provincia de Imbabura.	Identificar la demanda existente en el mercado meta.	Demanda	Gustos y preferencias Aceptación del producto Frecuencia de compra Mercado objetivo	Encuesta
	Investigar los oferentes del mercado que elaboran y comercializan tortas en la provincia de Imbabura.	Oferta	Capacidad de compra del producto Precios de la competencia Formas de pago Presentación Satisfacción.	Entrevista
	Identificar los parámetros de precios que los clientes están dispuestos a pagar por el producto	Precio	Capacidad de compra del producto Precios de competencia Formas de pago	Encuesta Entrevista
	Elaborar productos que puedan satisfacer las necesidades de los consumidores	Producto	Estrategias de diferenciación Gustos y preferencias del consumidor	Encuesta Entrevista
	Identificar el lugar adecuado para la elaboración y comercialización del producto	Plaza	Canales de distribución Lugares de compra	Encuesta
	Establecer estrategias de comercialización y promoción.	Publicidad y promoción	Estrategias de ventas y marketing Medios de comunicación	Encuesta Fuentes primarias y secundarias

Fuente: Investigación propia.

4.3.4 Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado permite agrupar a individuos que presentan características y necesidades similares, con la finalidad de tener una visión clara de a quién va dirigido el producto a ofrecer. (Ramiro, 2016).

Con la finalidad de segmentar el mercado del proyecto que tiene como objetivo elaborar y comercializar tortas de arándanos se consideró analizar la población de la provincia de Imbabura en el año 2020 que es de 476.257 habitantes según las proyecciones referenciales realizadas por el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDyOT), otro dato importante es el de la estructura demográfica misma que forma parte la población por grandes grupos de edades, permitiendo identificar el número de personas de 30 a 64 años pertenecientes a la población adulta con 166.690 habitantes que representan el 35% del total de la provincia. En el proyecto se ha tomado en cuenta las siguientes variables de segmentación del mercado según (Ciribeli, Joao Paulo, & Miquelito Samuel, 2015):

- Segmentación Geográfica: permite usar un parámetro geográfico para segmentar a los clientes como pueden ser en regiones, países, estados, ciudades, barrios, clima, entre otros, y permite conocer el número de personas como fuente confiable de esta información.
- Segmentación Demográfica: involucra la creación de grupos en base a criterios objetivos o características medibles, es decir los consumidores son clasificados en variables como edad, género, grado de instrucción, ingresos, estado civil, religión, ocupación, educación, entre otras.

Tabla 8
Variables de segmentación del mercado

VARIABLES	CARACTERÍSTICAS
	País: Ecuador
Segmentación Geográfica	Región: Sierra
	Provincia: Imbabura

Fuente: INEC y PDyOT de la provincia de Imbabura año 2020.

4.3.5 Mercado Meta

Luego de haber analizado e identificado las variables de segmentación del mercado mencionados anteriormente, se procede a realizar un análisis cuantitativo de la población adulta perteneciente a la provincia de Imbabura:

Tabla 9
Segmentos

	PORCENTAJE	NÚMERO DE HABITANTES
Ecuador	100%	17'510.643 habitantes
Sierra	44.81%	7'847.136 habitantes
Provincia	6.06%	476.257 habitantes
Personas adultas de 30 a 64 años	35%	166.690 personas

Fuente: INEC y PDyOT de la provincia de Imbabura año 2020.
Elaboración propia.

De acuerdo a la recopilación de la información el mercado objetivo es de 166.690 personas a los cuales se les podrá comercializar o vender el producto.

4.3.5.1 Cálculo de la Muestra

A continuación, se procede aplicar la siguiente fórmula, con la cual se obtendrá el número exacto de personas a las que se tendrá que aplicar el instrumento de investigación para determinar la muestra:

4.3.5.2 Fórmula de la Muestra

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

Tabla 10
Muestra poblacional

Símbolo	Datos	Valores
n	Tamaño de la muestra.	-
N	Número de la población.	166.690
σ	Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele emplearse un valor constante.	0,5
Z	Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación con el 95% de confianza.	1,96
e	Limite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tienen su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 5%.	0,05

Fuente: (Suárez Ibujés, 2018) – Interaprendizaje de estadística básica

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{166.690 * 0,5^2 * 1,96^2}{(166.690 - 1) * 0,05^2 + 0,5^2 * 1,96^2}$$

$$n = 383 \text{ encuestas}$$

Con el desarrollo de la formula se obtuvo una muestra de 383 encuestas pertenecientes a las personas adultas de los 30 a 64 años de edad de la provincia de Imbabura, a quienes se aplicó la encuesta como instrumento de investigación con el fin de determinar los datos necesarios para el desarrollo del estudio de mercado.

Para la recolección de información se empleó el muestreo probabilístico, mismo que consiste en dividir a la población en estratos o subgrupos, además, se empleó el muestreo estratificado que puede basarse en una amplia variedad de atributos o características de la población como es la edad, nivel socioeconómico, ocupación, genero, entre otras.

Para el proyecto de investigación se aplicó la encuesta a los subgrupos de forma proporcional en función a la población de cada uno de los cantones de la provincia de Imbabura tal cual como se detalla a continuación:

Tabla 11
Muestreo Estratificado

CANTÓN	POBLACIÓN	PORCENTAJE	ENCUESTAS
Ibarra	221.149	46.43%	178
Antonio Ante	54.311	11.40%	44
Cotacachi	44.203	9.28%	36
Otavalo	125.785	26.41%	101
Pimampiro	13.269	2.79%	10
Urcuquí	17.540	3.68%	14
TOTAL	476.257	100%	383

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de Imbabura (PDyOT, 2020)

Como se puede observar en la tabla se aplicaron las encuestas correspondientes a cada uno de los cantones de la provincia de Imbabura, mismos que nos proporcionan datos relevantes que serán analizados a continuación.

4.3.6 Instrumentos de Investigación

4.3.6.1 Encuesta

La encuesta es el método que permite recopilar información útil para conocer la opinión real de los consumidores acerca del producto a ofrecer, la presente técnica de investigación se va a aplicar a las 383 personas obtenidas mediante el cálculo de la muestra, con la finalidad de saber la aceptación que existe por parte de los posibles clientes.

4.3.6.2 Análisis e Interpretación de resultados de la Encuesta

Una vez determinada la población de estudio se procedió a aplicar los instrumentos de investigación; principalmente, se aplicó la encuesta a las personas adultas de 30 a 64 años de edad de la provincia de Imbabura con la finalidad de conocer si están dispuestos a comprar el producto y la frecuencia de consumo de tortas, para ello el número de las 383 encuestas fue dividido para el número de cantones de la provincia y ese fue el número de encuestados de cada cantón a aplicar.

1. ¿Le gusta consumir tortas?

Tabla 12
Consumo de tortas

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	371	97%
No	12	3%
Total	383	100%

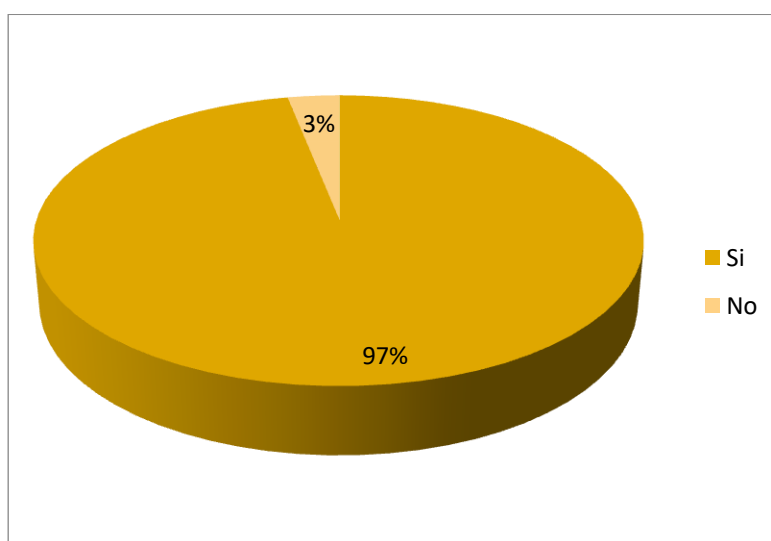


Figura 1. Consumo de tortas

Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

Luego de haber tabulado se logró evidenciar que gran parte de las personas encuestadas si les gusta consumir tortas esto se debe a que lo hacen por gusto o por motivo de celebración, esta información nos permite corroborar que es una acertada opción el introducir al mercado un producto nuevo y saludable ya que en la aplicación de campo sirvió para conocer que si existe demanda para este tipo de productos.

2. ¿Qué tipo de tortas le gusta consumir?

Tabla 13
Tipo de tortas

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Rellenas	124	32%
Frías	158	41%
Decoradas	84	22%
Sin Decorar	17	5%
Otro ¿Cuál?	-	-
Total	383	100%

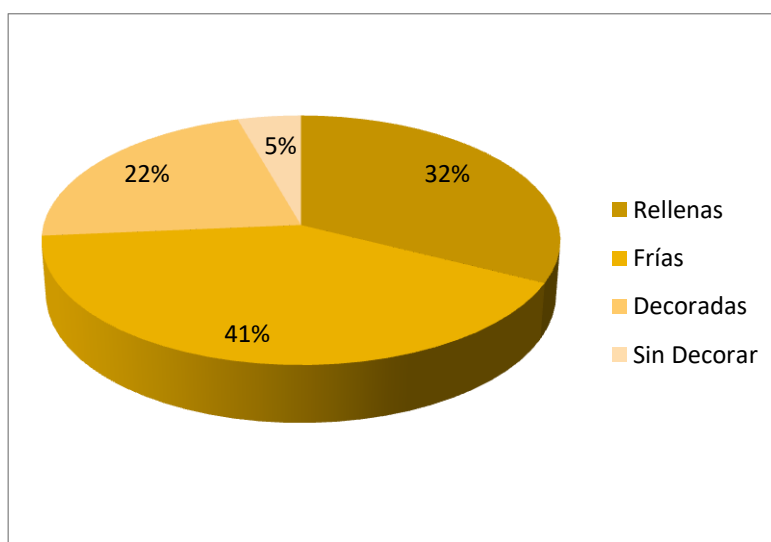


Figura 2. Consumo de tipo de tortas
Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

Esta pregunta nos permitió conocer las preferencias y gustos de los consumidores que compran tortas mostrando una tendencia que se inclina más por las tortas frías y las rellenas ya que estas les resultan de mejor sabor y textura al paladar.

3. ¿En qué ocasión usted compra una torta?

Tabla 14
Motivo por el cual usted consume tortas.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Placer	108	28%
Celebraciones (bodas, bautizos, comuniones cumpleaños, aniversarios, etc.)	222	58%
Días festivos	53	14%
Total	383	100%

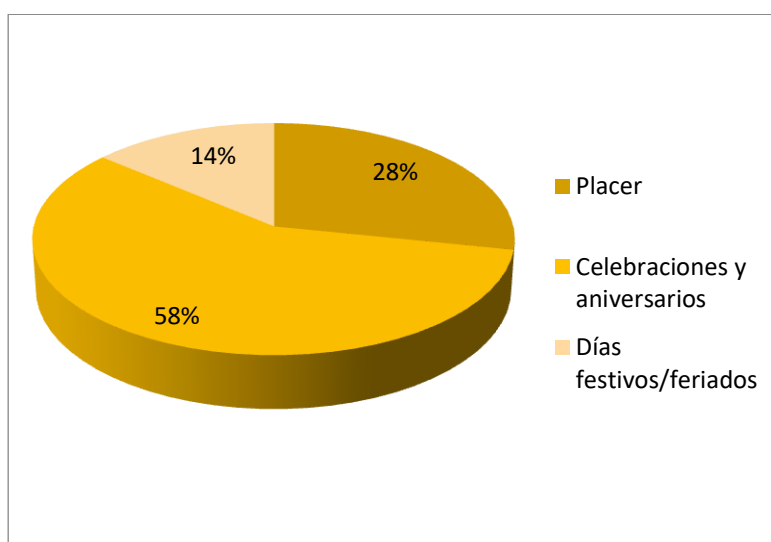


Figura 3. Motivo por el cual consume tortas
Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

La mayoría de encuestados coincidió con que adquieren una torta con mayor frecuencia en días especiales esto se debe a que en la cultura ecuatoriana por lo general en las celebraciones y en ocasiones especiales no puede faltar una torta para festejar el acontecimiento, sin embargo, se puede recalcar que el consumo de tortas siempre está presente en la vida diaria de las personas ya que muchas veces la compra de estas surge por simple placer.

4. ¿Con qué frecuencia usted suele consumir una torta?

Tabla 15
Frecuencia de consumo

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Una vez por semana	7	2%
Una vez cada 15 días	77	20%
Una vez por mes	256	67%
Una vez al año	43	11%
Total	383	100%

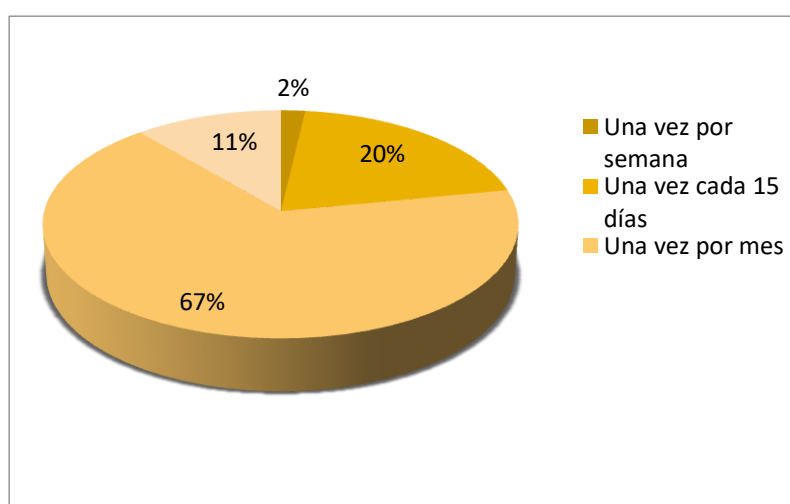


Figura 4. Frecuencia de consumo

Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

Dentro de la población analizada, a pesar de que consumen tortas frecuentemente, ésta es adquirida generalmente de forma mensual por parte de la mayoría de las personas encuestadas, esta información ayuda a tener una idea sobre la frecuencia de compra que puede tener los pasteles dentro del mercado, al igual que contribuye a poder lograr calcular la cantidad de la demanda del proyecto de investigación.

5. ¿Qué tipo de tamaño de torta prefiere adquirir?

Tabla 16

Tipo de torta a adquirir

Descripción	Gramos/porciones	Cantidad	Porcentaje
Pequeña	800gr o 4 porciones de 200gr	78	20%
Mediana	1600gr o 8 porciones de 200gr	237	62%
Grande	2400gr o 12 porciones de 200gr	68	18%
Total		383	100%

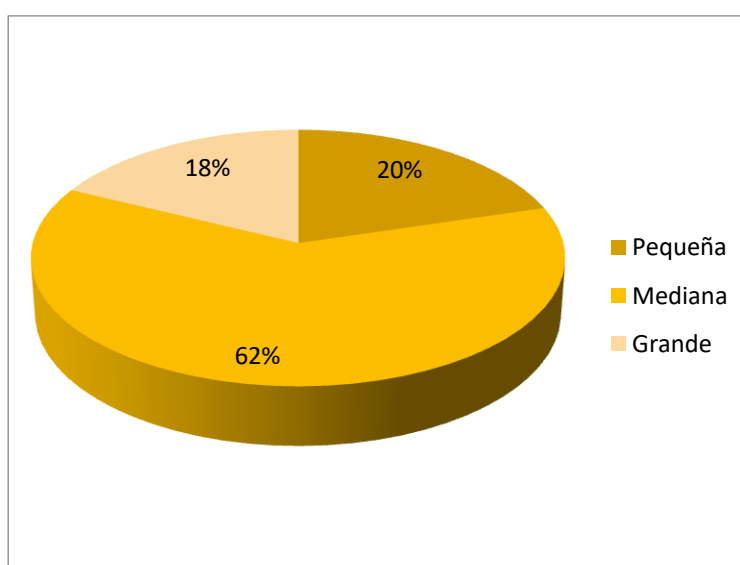


Figura 5. Tipo de torta a adquirir

Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

En función a los resultados se puede mencionar que los consumidores prefieren adquirir una torta mediana ya que para ellos es el tamaño ideal dado que prefieren comer más de una porción y la torta pequeña muchas veces no permite que se pueda comer más de una vez y con respecto a la torta grande tiende a sobrar mucho y a empalagar a los consumidores, es por eso que prefieren la intermedia.

6. ¿Cuál es el precio que usted generalmente paga por una torta pequeña?

Tabla 17
Precio de una torta pequeña

Descripción	Cantidad	Porcentaje
\$5 - \$6	291	76%
\$7 - \$8	92	24%
Total	383	100%

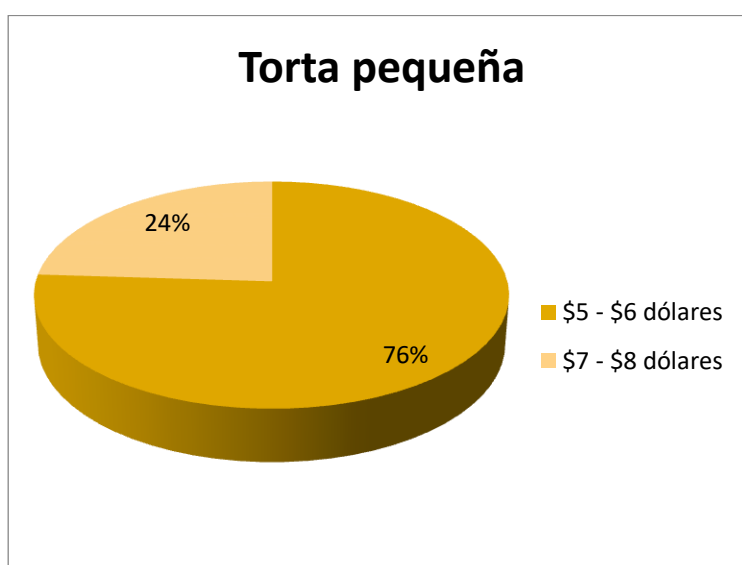


Figura 6. Precio torta pequeña
Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

La mayor parte de la población encuestada muestra preferencia al menor precio que se ofrece. Este dato permite fijar un monto promedio para la torta pequeña de acuerdo a sus costos de producción; además, es conveniente mantener o mejorar estos precios ya que de esta manera se logrará mantener la fidelidad de los consumidores con la nueva producción que proporcionará la implementación de la microempresa.

7. ¿Cuál es el precio que usted generalmente paga por una torta mediana?

Tabla 18
Precio de una torta mediana

Descripción	Cantidad	Porcentaje
\$9 - \$10	294	77%
\$11 - \$12	89	23%
Total	383	100%

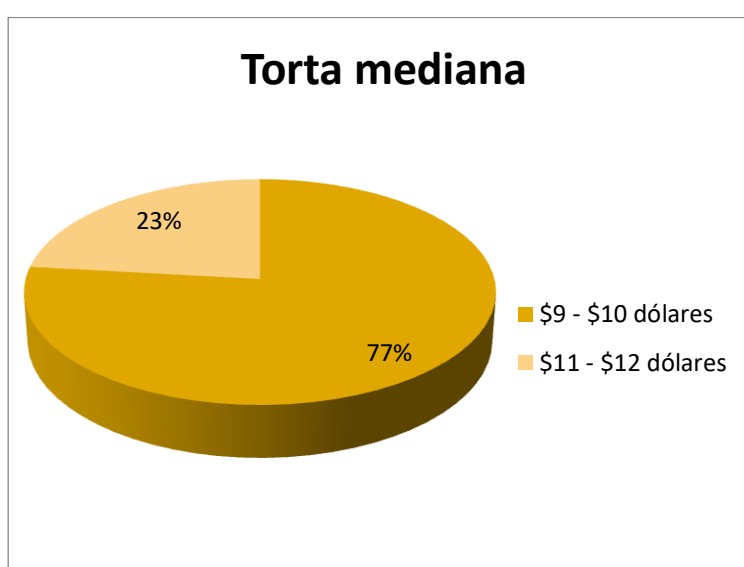


Figura 7. Precio torta mediana

Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

La información obtenida por parte de los encuestados se obtuvo una referencia en lo que se podría llegar a vender el producto con el fin de llegar a tener una mayor aceptación dentro del mercado; además se puede analizar que el precio de aceptación está en un margen razonable para la venta de una torta mediana que tenga un valor agregado y aporte beneficios para la salud de los clientes.

8. ¿Cuál es el precio que usted generalmente paga por una torta grande?

Tabla 19
Precio de una torta grande

Descripción	Cantidad	Porcentaje
\$13 - \$14	316	83%
\$15 - \$16	67	17%
Total	383	100%

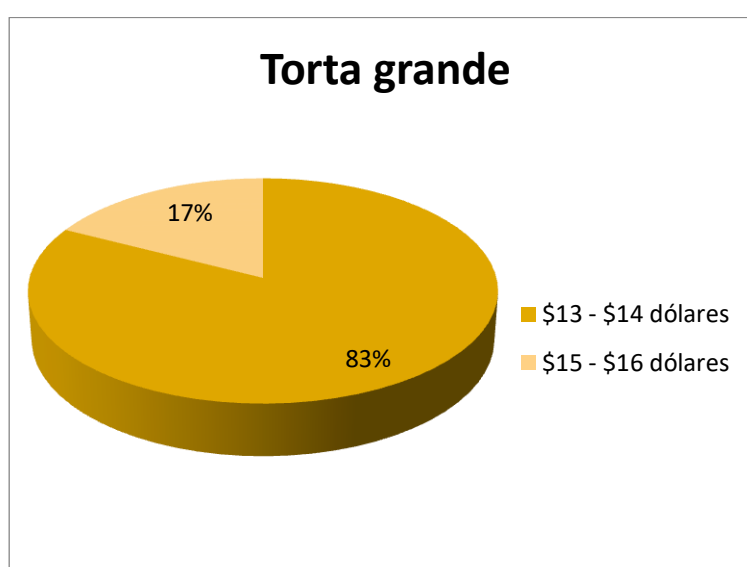


Figura 8. Precio torta grande
Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

Este dato tiene una relación muy estrecha entre el precio que están dispuestos a pagar los consumidores y el costo de venta que maneja la competencia por tortas de tamaño grande, pues estos valores son por lo general tradicionales al que acceden la mayoría de los consumidores, además es necesario que el emprendimiento se adapte a la capacidad de pago de los clientes y al precio de venta del mercado.

9. ¿Sabía usted que el arándano es una fruta que ayuda a prevenir enfermedades cardiovasculares, infecciones urinarias, el cáncer, etc.?

Tabla 20
Arándano es una fruta beneficiosa para la salud

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	84	22%
No	299	78%
Total	383	100%

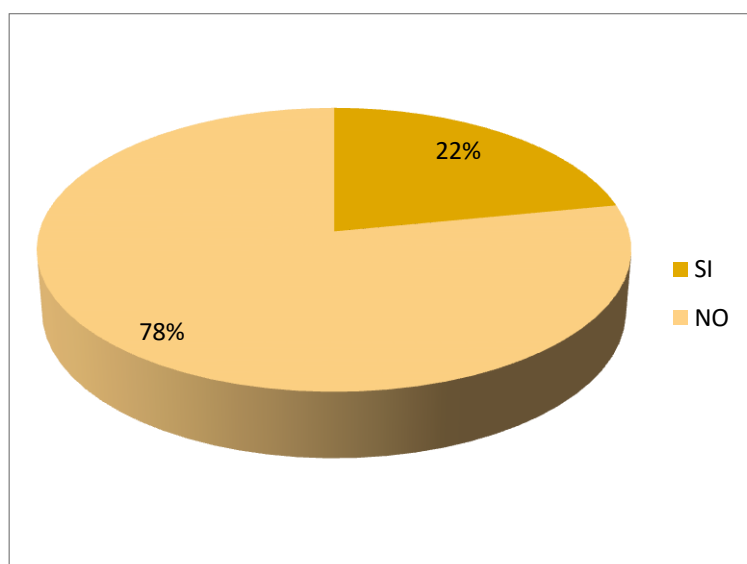


Figura 9. Beneficios del arándano

Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

De acuerdo a los datos recolectados se puede evidenciar que la mayoría de las personas entrevistadas desconoce los beneficios y las propiedades que brinda el arándano, pero también existen personas que si saben de sus beneficios y que es un fruto que aporta un gran valor nutricional.

10. Al salir al mercado una torta a base de arándanos que le ayude a cuidar de su salud y obtener los beneficios de este valioso ingrediente. ¿Estaría dispuesto a comprarlo?

Tabla 21

Al salir al mercado el producto lo compraría

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	380	99%
No	3	1%
Total	383	100%

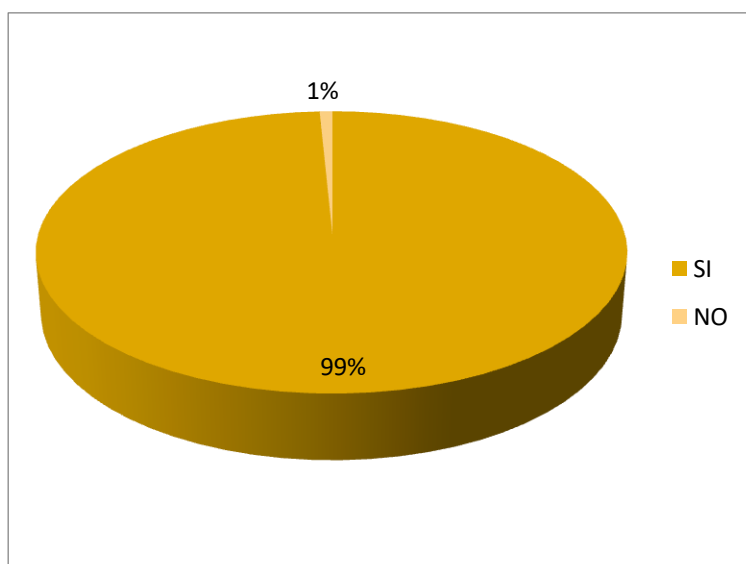


Figura 10. Disposición al comprar el producto

Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

Los resultados reflejan que mayoritariamente los encuestados están dispuestos a comprar un producto que les ayude a cuidar de su salud. Es por ello que para el efecto se deduce que implementar la microempresa que brinde productos saludables a nivel provincial tendrá una gran aceptación siempre y cuando se pueda llegar a cumplir con los gustos y preferencias de los posibles clientes.

11. ¿Dónde le gustaría comprar las tortas a base de arándanos?

Tabla 22
Lugar de compra

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Supermercados	70	18%
Local propio	121	32%
Heladerías	26	7%
Panaderías	128	33%
Cafeterías	24	6%
Tiendas online	14	4%
Total	383	100%

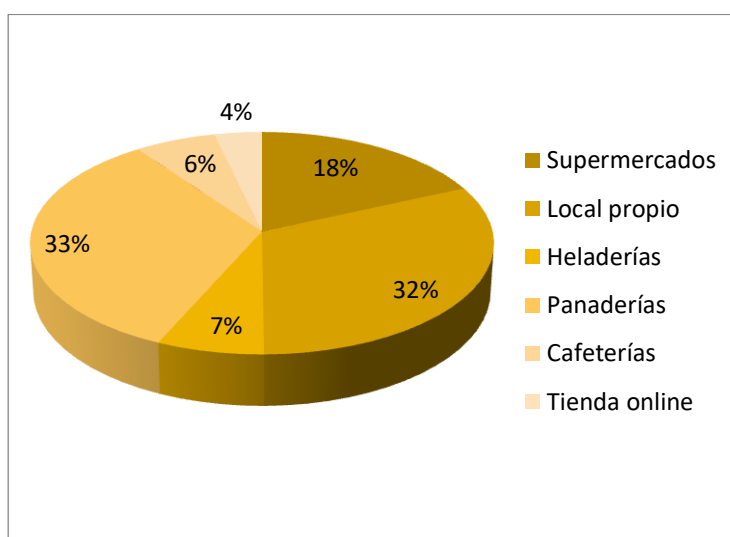


Figura 11. Lugar de compra

Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

De acuerdo a la información obtenida se llegó a determinar que los consumidores prefieren comprar el producto en las pastelerías, seguido por el local propio, ya que esta es una costumbre que está muy arraigada en el consumidor, cuando quieren comprar una torta lo primero que se le viene a la mente es una pastelería que ofrezca gran variedad de productos; además, esta pregunta también permite establecer la forma de distribución y comercialización del producto final.

12. ¿Qué características le gustaría que tenga la torta a base de arándanos?

Tabla 23

Características de tortas de arándanos

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Ingredientes naturales y saludables	160	42%
Precio justo	96	25%
Información nutricional	75	20%
Buena presentación	52	13%
Total	383	100%

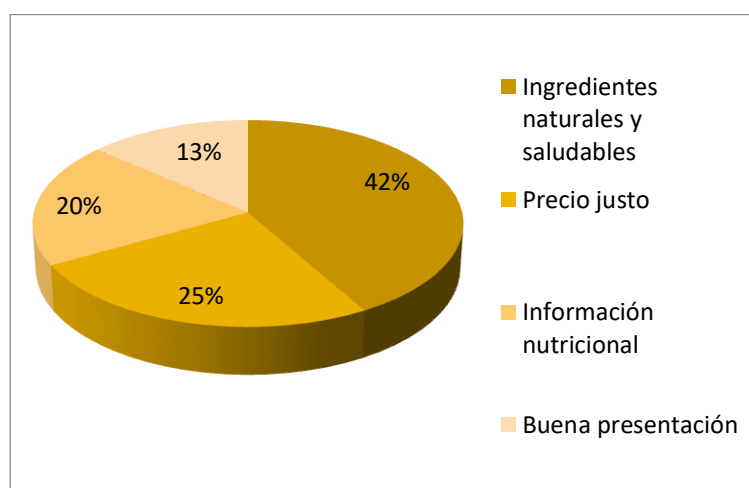


Figura 12. Características y preferencias de compra

Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

Los consumidores dieron a conocer que las características que más se observa en un producto son los ingredientes naturales y saludables, ya que los químicos y conservantes son perjudiciales para la salud, también consideran que otro factor importante es el precio justo, ya que existen locales que venden sus productos a un costo muy elevado, mientras que los demás no son tan relevantes al momento de adquirir un producto. Esta información es de gran importancia para la ejecución del proyecto de investigación ya que de esta forma se llega a conocer las características que consideran relevantes al momento de comprar un producto.

13. ¿Conoce usted alguna microempresa que se dedique a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos?

Tabla 24
Microempresa de tortas de arándanos

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	8	2%
No	375	98%
Total	383	100%

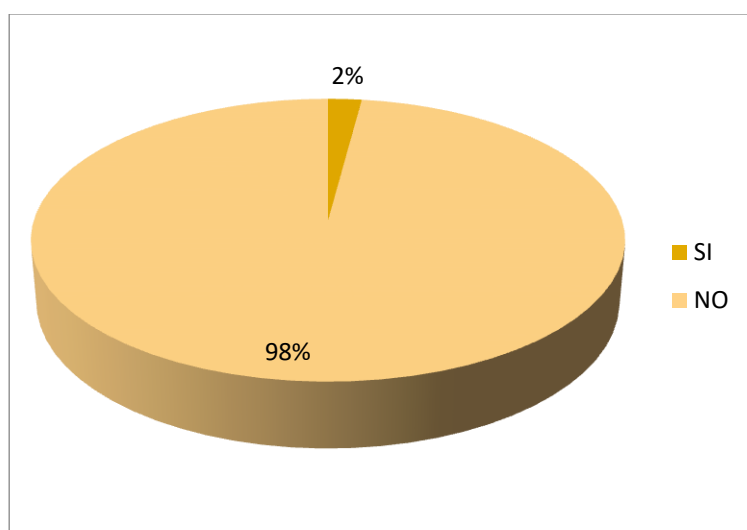


Figura 13. Microempresa
Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

El planteamiento de esta interrogante dentro de la encuesta aplicada a la población muestra que los habitantes no conocen la existencia de una microempresa que se dedique a la elaboración de tortas a base de arándanos. Por lo tanto, se considera poner en marcha el proyecto ya que ofrecerá un producto nuevo e innovador, que ayuda a cuidar su salud, disfrutar de un postre sin remordimientos y generar nuevos empleos.

14. ¿Qué es lo que le gustaría que tenga el servicio?

Tabla 25
Características que le gustaría que tenga el servicio

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Promociones	33	9%
Rapidez en el servicio	40	10%
Servicio de delivery	20	5%
Buena atención	71	18%
Puntualidad en la entrega de pedidos	38	10%
Calidad del producto	121	32%
Higiene	60	16%
Total	383	100%

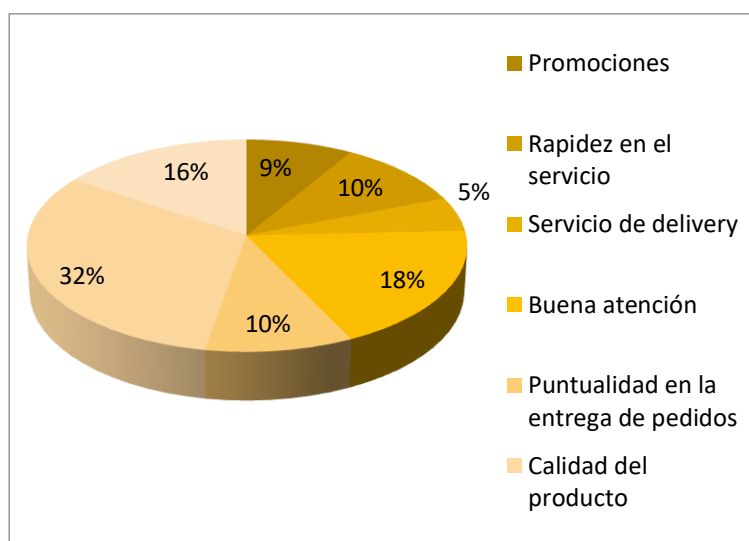


Figura 14. Servicio

Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

De acuerdo a la información recopilada los encuestados coinciden en que lo más importante es la calidad del producto y una buena atención ya que estos dos factores son clave para fidelizar a los clientes de un negocio, esta información va a permitir puntualizar en las diferentes estrategias empresariales que se deben tomar en cuenta para la creación de la microempresa.

15. ¿Por qué medio cree usted que conocería más rápido acerca de nuestro producto?

Tabla 26
Promoción para el producto

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Folletos, dípticos y volantes	137	36%
Redes Sociales	225	59%
Radio y televisión	21	5%
Total	383	100%

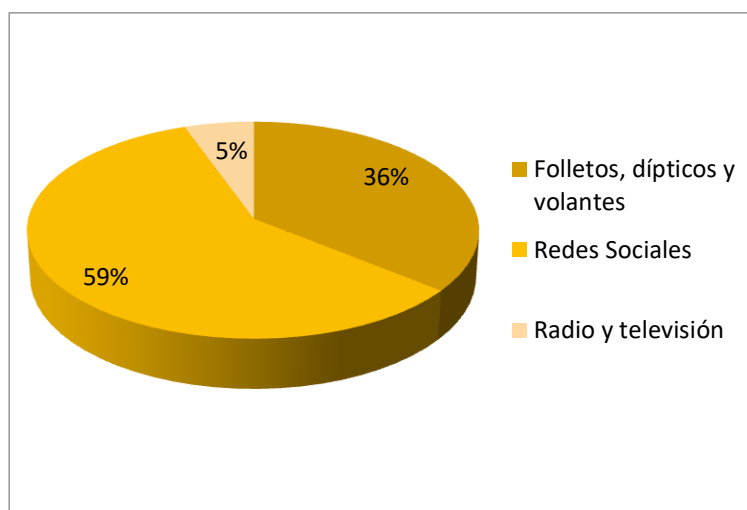


Figura 15. Promoción del producto
Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

Con la influencia y el manejo de la tecnología hoy en día los consumidores manifiestan que les gustaría conocer el producto mediante redes sociales, ya que esto se ha convertido en el medio de información más habitual en estos tiempos, aunque también existe un pequeño porcentaje que todavía prefiere la publicidad por folletos, dípticos y volantes, dicha información servirá para determinar los principales medios de comunicación en el momento de aplicar las estrategias de promoción y publicidad.

16. ¿Recomendaría nuestro nuevo producto a sus amigos y familiares?

Tabla 27
Recomendaría nuestro producto

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si, a todos	304	79%
Tal vez	76	20%
Solo a algunos	3	1%
No, a nadie	0	0%
Total	383	100%

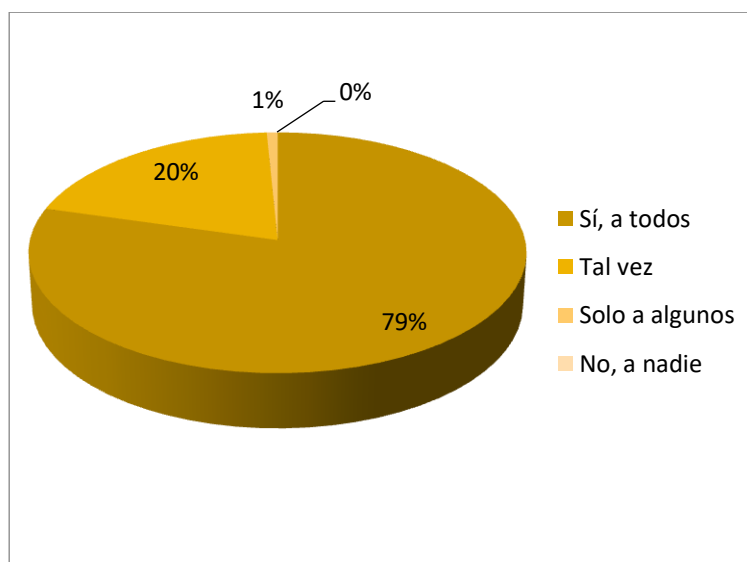


Figura 16. Recomendación del producto
Fuente: Encuesta – Investigación de mercado

Interpretación

Esta pregunta nos da a conocer que gran parte de los consumidores si recomendarían el nuevo producto a sus amigos y familiares ya que les parece un producto novedoso, saludable y de alto aporte nutricional, permitiendo al proyecto incrementar las ventas, atraer nuevos consumidores y fidelizar a los clientes existentes e impulsar a la compra del producto.

4.3.7 Conclusión general de la aplicación de la Encuesta

Como análisis final de la encuesta se puede hacer énfasis que el proyecto cuenta con una gran ventaja comercial, de acuerdo a las indagaciones realizadas, el 97% de las personas si han consumido tortas, y cabe mencionar que existe una la gran disponibilidad y voluntad para degustar productos con sabores nuevos e innovadores como es el caso del proyecto de investigación, además, se pudo determinar sus respectivos gustos y preferencias como son las características y tipos de tortas que los consumidores prefieren adquirir. El 58% de las personas adquieren tortas en días de celebraciones como son las bodas, bautizos, comuniones, cumpleaños y aniversarios ya que esas son las ocasiones especiales para festejar un acontecimiento en familia o amigos. Por otra parte, se pudo determinar que los posibles clientes adquieren estos productos por lo menos una vez por mes y en su mayoría gastan de \$5 a \$8 en una torta pequeña, de \$9 a \$12 la mediana y de \$13 a \$16 la grande, además, es importante mencionar que un porcentaje considerable de los consumidores compran tortas por lo menos una vez cada quince días, datos que son indispensables para la proyección de la oferta y la demanda. Estos datos sirven como referencia para que la microempresa se adapte a las necesidades y expectativas de los posibles consumidores antes de su puesta en marcha.

4.3.8 Demanda

Son todas las necesidades del mercado que una empresa u organización va a satisfacer al ingresar un producto nuevo a la venta, analizando la capacidad de adquisición de gustos y preferencia de los clientes. (Quiroz Calderón, 2016).

4.3.8.1 Identificación de la Demanda

Mediante la determinación de la demanda se puede identificar el número de consumidores que va a tener el negocio, la cantidad de productos a satisfacer y a través de los resultados obtenidos analizar si el proyecto de investigación puede ser factible o no en un tiempo determinado. Para identificar la demanda existente dentro de la provincia de Imbabura, se toma como referencia los datos obtenidos de la encuesta aplicada, como es estaría dispuesto a comprar el producto y la frecuencia de compra de tortas.

Según datos del INEC el grupo de personas adultas de 30 a 64 años de edad de la provincia de Imbabura del año 2020 es de 166.690 personas segmentadas, y a través del estudio se encontró que el 99% están dispuestos a comprar las tortas de arándanos que les ayude a cuidar de su salud, tal cual como lo indica la pregunta N°8 de la tabla 20.

Tabla 28

Identificación de la demanda

Población	166.690
% de aceptación del producto	99%
Total de la población	165.023

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración propia

Además, se tomó en cuenta el porcentaje de la frecuencia de compra de consumo de tortas como lo establece la pregunta número 4 del instrumento aplicado, llegando a determinar que la demanda potencial es:

Tabla 29

Identificación de la demanda

Total de la población	Frecuencia de consumo	Porcentaje	Demanda anual Unidades
165.023	Una vez por semana	2%	3.300
	Una vez cada 15 días	20%	33.005
	Una vez por mes	67%	110.565
	Una vez al año	11%	18.153
	TOTAL DEMANDA	100%	165.023

Fuente: Estudio de mercado – identificación de la demanda potencial
Elaboración propia

Como se puede analizar en la tabla, la demanda potencial establecida para el proyecto de investigación será de un total de 165.023 unidades de tortas con las cuales se pretende cubrir los gustos y preferencias de los posibles clientes.

4.3.8.2 Proyección de la Demanda

Para el cálculo de la proyección de la demanda se utilizó las siguientes variables:

- La demanda potencial calculada anteriormente que es de un valor de 165.023 unidades de tortas, valor que es reflejado en el año cero del proyecto.
- La tasa de crecimiento poblacional a nivel provincial igual a 1.96% proporcionado por parte del diagnóstico socio-cultural del PDyOT de Imbabura 2020.

Posterior a esto para definir el crecimiento de la demanda durante los próximos 5 años a proyectar, se aplicó la siguiente formula:

Tabla 30

Formula proyección de la demanda

$D_n = D_o (1+i)^n$		Datos
Dn =	Demanda proyectada	?
Do =	Demanda actual	165.023
i =	Tasa de crecimiento anual	1.96%
n =	Años a proyectar	1,2,3,4,5

Fuente: (Quiroz Calderón, 2016) – Proyección de la demanda
Elaboración propia

Tabla 31

Proyección de la demanda

PERÍODO	AÑOS	DEMANDA PROYECTADA EN UNIDADES
1	2020	165.023
2	2021	168.258
3	2022	171.555
4	2023	174.918
5	2024	178.346

Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaboración propia

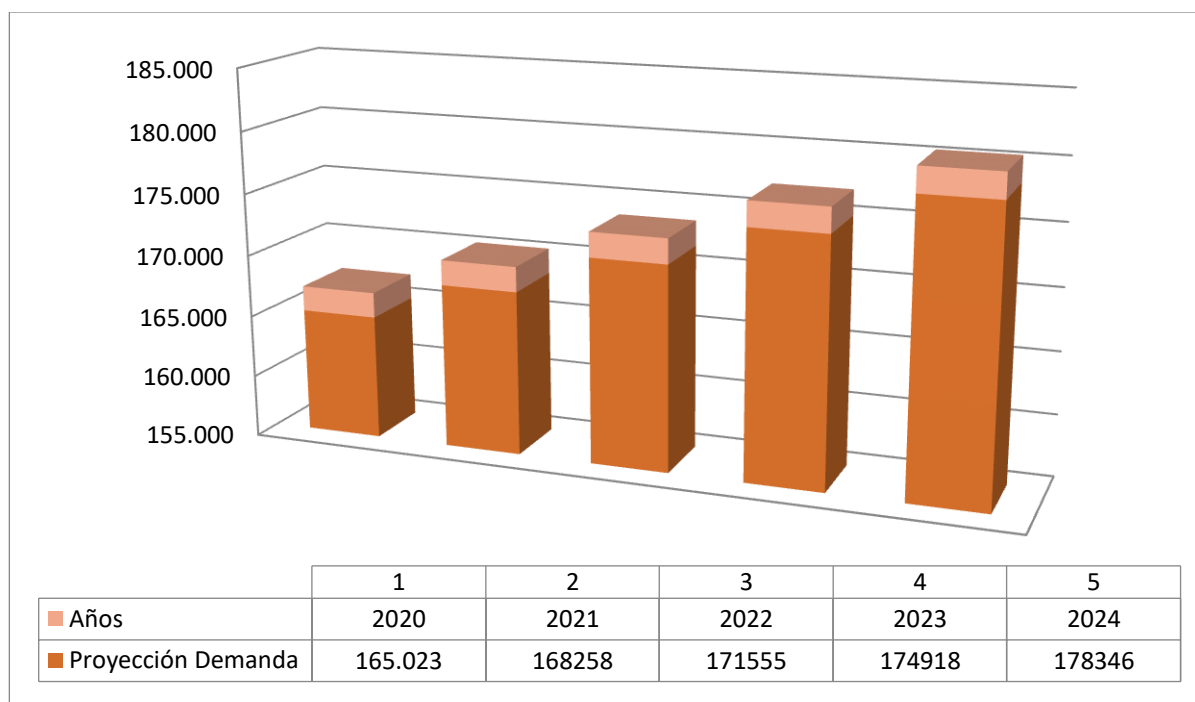


Figura 17. Proyección de la demanda
Elaboración propia

Los datos obtenidos anteriormente permiten identificar el crecimiento anual de compra de tortas, para lo cual se proyectó el número de habitantes de la población para los años de vida útil del proyecto de investigación. Los resultados muestran que para el año 2020 la cantidad de la demanda es de 165.023 y para el año 2024 se espera alcanzar una cifra de 178.346 unidades de tortas, mismos que serán los potenciales compradores del producto a ofrecer.

4.3.9 Oferta

El estudio de la oferta es de gran importancia ya que permite reconocer a los negocios que ofrecen los productos similares, y se convierten en una competencia directa para la microempresa a crear. (Quiroz Calderón, 2016).

4.3.9.1 Identificación de la Oferta

Para la determinación de la oferta se ha realizado un sondeo dentro de la provincia de Imbabura, con el fin de identificar la competencia directa para la presente propuesta de negocio. Se tomó en cuenta a las principales pastelerías de la provincia de Imbabura por las siguientes características: tamaño, volumen de ventas que realizan de manera mensual, por

ser uno de los principales establecimientos que tienen gran variedad de tortas, por la trayectoria de trabajo y experiencia con la que cuentan estos negocios en el sector pastelero. A continuación, se detallan cada una de las entrevistas:

4.3.9.2 Resultados de la Entrevista

Entrevista al Sr. Héctor Aristizabal dueño de la panadería y pastelería Tortas & Tortas

Análisis:

La panadería Tortas & Tortas ubicada en el cantón Ibarra en las calles Sánchez y Cifuentes y Av. Pérez Guerrero, siendo el propietario de la misma el Sr. Héctor Aristizabal. Con respecto a la primera pregunta supo manifestar que los clientes que más consumen las tortas son mujeres que se encuentran en un rango de edad entre los 25 a 40 años; además el tipo de tortas que oferta son las temáticas, normales, tradicionales y frías siendo estas las más demandadas por los clientes; con respecto a la tercer pregunta, la temporada que más adquieren los consumidores son en días festivos como: día de la Madre, San Valentín, día del padre, día del niño y navidad; en cuanto a los precios que ofrece la competencia son de acuerdo a los tamaños es decir, las tortas pequeñas están en \$5 dólares, las medianas en \$8 y las grandes en \$12; asimismo, la cantidad de tortas que venden a diario son de 20 pasteles. Los medios de comunicación más utilizados por la competencia para llegar a sus clientes son a través de las cuñas publicitarias de la radio y mediante la entrega de tarjetas; en lo que respecta el tipo de promociones y descuentos que utilizan son obsequios como velas por la compra de tortas y sorteos mismos que le dan la oportunidad al cliente a obtener beneficios a cambio de su compra. Los ingredientes más utilizados para la elaboración de las tortas son: la harina, agua, huevos, mantequilla, polvo de hornear y azúcar. En cuanto al proceso de la elaboración de los pasteles el señor Héctor manifestó que proceden a batir los huevos con la mantequilla y posterior a esto incorporar los ingredientes secos, mezclar y hornear. El tiempo estimado al realizar una torta es de aproximadamente una hora y 30 min. La maquinaria que usualmente utilizan es la batidora, horno industrial, espátulas, mangas pasteleras, boquillas y bailarina, siendo este último un objeto que sirve para la decoración de tortas. Finalmente, el propietario cabe mencionar que su principal proveedor es “Moderna Alimentos S.A.” ubicada en la ciudad de Ibarra en la Av. Teodoro Gómez y Calixto Miranda.

Entrevista a la Sra. Livia Pérez dueña de la pastelería Chantilly

Análisis:

La pastelería Chantilly ubicada en el cantón Ibarra en las calles Sánchez y Cifuentes entre Pedro Moncayo y Miguel de Oviedo, siendo la propietaria de la misma la Sra. Livia Pérez. Con respecto a la primera pregunta supo manifestar que los clientes que más consumen las tortas son mujeres que se encuentran entre los 20 a 40 años; además el tipo de tortas que oferta son las temáticas, artesanales, fondant, chantilly, normales, tradicionales y frías siendo estas últimas las más demandadas por los clientes; con respecto a la tercera pregunta, la temporada que más adquieren los consumidores son en días festivos como: día de la madre, San Valentín, día del padre, día del niño y navidad; en cuanto a los precios que ofrece la competencia son de acuerdo a los tamaños es decir, las tortas pequeñas están en \$3 dólares, las medianas en \$7 y las grandes en \$10; asimismo, la cantidad de tortas que venden a diario son de 15 tortas.

Los medios de comunicación más utilizados por la señora Livia para llegar a sus clientes son a través de redes sociales y radios locales; en lo que respecta el tipo de promociones y descuentos que utilizan son sorteos u obsequios mismos que le dan la oportunidad al cliente a obtener beneficios a cambio de su compra. Los ingredientes más utilizados para la elaboración de las tortas son: la harina, huevos, agua, mantequilla, polvo de hornear y azúcar. En cuanto al proceso de la elaboración de los pasteles la propietaria manifestó que primeramente proceden a batir los huevos con la mantequilla y posterior a esto incorporar los ingredientes secos, mezclar y hornear.

El tiempo estimado al realizar una torta es de aproximadamente dos horas. La maquinaria que usualmente utilizan es la batidora industrial, amasadora, cocina, congelador, refrigerador y el horno industrial. Finalmente, la propietaria cabe mencionar que su principal proveedor es Levapan ubicada en Ibarra y Molinos la Unión S.A. situada en la panamericana Norte frente al llano grande en la ciudad de Quito.

Entrevista al Sr. Pablo Oswaldo Vivero Gordillo dueño de la panadería y pastelería Tío Sam

Análisis:

La panadería y pastelería Tío Sam ubicada en el cantón Ibarra en la Av. El Retorno barrio los Ceibos, siendo el propietario de la misma el Sr. Pablo Oswaldo Vivero Gordillo. Con respecto a la primera pregunta supo manifestar que los clientes que más consumen sus productos son mujeres que se encuentran en un rango de edad entre los 15 a los 65 años; además, el tipo de tortas que oferta son las temáticas y las tortas frías de diferentes sabores como por ejemplo las de key, naranja, chocolate, vainilla, coco o marmoleado, relleno de mermelada de piña, durazno, manjar de leche, mousse de guanábana, de maracuyá, entre otras; es decir trabajan dependiendo del modelo, color, tamaño y sabor; siendo estas las más demandadas por los clientes; con respecto a la tercera pregunta, la temporada que más adquieren los consumidores son en festivos como: día del trabajador, día de la Madre y del padre, San Valentín, día del Niño, día del maestro, difuntos y navidad; en cuanto a los precios que ofrece la competencia son de acuerdo a los tamaños es decir, las tortas pequeñas están en \$6 dólares, las medianas en \$9 y las grandes en \$15; asimismo, la cantidad de tortas que venden a diario son de 50 pasteles. Los medios de comunicación más utilizados con el fin de llegar a sus clientes son a través de las cuñas publicitarias de la radio EXA, Facebook e instagram. El tipo de promociones que utilizan son sorteos de postres y tortas en días festivos, y descuentos no dan porque dijeron que el trabajo que ellos realizan es 100% garantizado, mismo que le dan la oportunidad al cliente a obtener beneficios a cambio de su compra. Los ingredientes más usuales utilizados para la elaboración de las tortas son: la harina, huevos, mantequilla, polvo de hornear, leche, azúcar, frutas, esencias y colorantes comestibles. En cuanto al proceso de la elaboración de los pasteles manifestó que procede a batir los huevos con la mantequilla hasta que se forme una crema color amarillo y posterior a esto se incorpora los ingredientes secos, se mezcla hasta que queden bien incorporados y por último se pone la mezcla en los moldes y hornear. El tiempo estimado al realizar una torta es de aproximadamente una hora. La maquinaria que usualmente utilizan es la batidora industrial, horno industrial, mesa de trabajo, espátulas, mangas pasteleras, boquillas y bailarina. Finalmente, el propietario cabe mencionar que sus principales proveedores son: Levapan ubicada en Ibarra, La Moderna, Línea maestro, Coberchoc y Fleischmann.

Entrevista al Sr. Edwin Alfonso Enríquez dueño de la panadería y pastelería la Casa del Key

Análisis:

La panadería y pastelería “La Casa del Key” ubicada en el cantón Ibarra en las calles Sánchez y Cifuentes y Juan de Velasco, siendo propietario de la misma el Sr. Edwin Alfonso Enríquez. Con respecto a la primera pregunta supo manifestar que los clientes que más consumen las tortas son mujeres que se encuentran en un rango de edad entre los 25 a los 60 años aproximadamente; además, el tipo de tortas que oferta son las frías, decoradas de chantilly y las tradicionales sin decoración siendo estas las más demandadas por los clientes; con respecto a la tercer pregunta, la temporada que más adquieren los consumidores son en días festivos como: día de la Madre, San Valentín, día del Padre, día del Niño y navidad; en cuanto a los precios que ofrece la competencia son de acuerdo a los tamaños, es decir, las tortas pequeñas están en \$5 dólares, las medianas en \$8 y las grandes en \$12; asimismo, la cantidad de tortas que venden a diario son de 16 pasteles.

Los medios de comunicación más utilizados por la competencia para llegar a sus clientes son a través de la radio; en lo que respecta el tipo de promociones y descuentos que utilizan son obsequios de vela volcán para los clientes cuando se trata de cumpleaños. Los ingredientes más usuales utilizados para la elaboración de las tortas son: la harina, huevos, mantequilla, polvo de hornear, leche, azúcar, fruta, royal y chantilly.

En cuanto al proceso de la elaboración de los pasteles el señor manifestó que proceden a batir los huevos con la mantequilla y el azúcar luego va añadiendo la harina poco a poco, hasta incorporar en su totalidad y obtener una masa homogénea y por último añaden royal, hornea a 180° C, dejan enfriar luego decoran y rellenan con chantilly. La cantidad de ingredientes que usan de harina es 10 libras, huevos 40 unidades, mantequilla 5 libras, azúcar 4 libras, fruta 5 libras ½ libra de royal y 3 cajas de Chantilly esto para 10 tortas diarias. El tiempo estimado al realizar una torta es de aproximadamente una hora y 30 min. La maquinaria que usualmente utilizan es la batidora industrial, horno industrial, boquillas, bailarina, y paletas de silicona. Finalmente, el propietario cabe mencionar que sus principales proveedores son: Pani Plus, Bakels y Levapan.

Entrevista al Sr. Luis Iván Chuquin Pupiales dueño de la pastelería Son de Azúcar

Análisis:

La panadería Son de Azúcar ubicada en el Cantón Otavalo en las calles Bolívar y Piedra Hita esquina cerca del parque central, siendo el propietario de la misma el Sr. Luis Iván Chuquín Pupiales. Con respecto a la primer pregunta supo manifestar que los clientes que más consumen las tortas son mujeres que se encuentran en un rango de edad entre los 18 a los 65 años; además el tipo de tortas que oferta son: tradicionales, frías, artesanales, fondant, chantilly, temáticas, normales y de chifon siendo estas las más demandadas por los clientes; con respecto a la tercera pregunta, la temporada que más adquieren los consumidores son en días festivos como: día de la Madre, San Valentín, día del Padre, día del Niño y navidad; en cuanto a los precios que manejan según el tamaño, manifestó que el precio de las tortas pequeñas es de \$5 dólares, la mediana en \$8 y la grande en \$12; la cantidad de tortas que venden a diario son de 40 pasteles.

Los medios de comunicación más utilizados por la panadería para llegar a sus clientes son a través de redes sociales y cuñas publicitarias de la radio; en lo que respecta el tipo de promociones y descuentos que utilizan son obsequio de una porción de torta. Los ingredientes más utilizados para la elaboración de las tortas son: harina, huevos, mantequilla, aceite, polvo de hornear, azúcar, esencias y colorantes comestibles. En cuanto al proceso de la elaboración de los pasteles manifestó que proceden a cremar los huevos con la mantequilla y azúcar y posterior a esto se incorpora los ingredientes secos harina, polvo de hornear, añadir agua y aceite para corregir la mezcla hasta que queden bien incorporados y por último se pasa la mezcla en los moldes y se lleva a hornear.

El tiempo estimado al realizar una torta es de aproximadamente una dos a tres horas. La maquinaria que usualmente utilizan es la batidora industrial, horno industrial, mesa de trabajo, base de tortas rasquetas, mangas pasteleras y boquillas. Finalmente, el propietario cabe mencionar que sus principales proveedores son: Grupo Superior y Adamazca.

Entrevista al Sra. Evelyn Luna dueña de pasteles y postres Dely Gourmet

Análisis:

La panadería Dely Gourmet ubicada en el cantón Antonio Ante en la calle Simón Bolívar, siendo propietario de la misma la propietaria de la misma la Sra. Evelyn Luna. Con respecto a la primera pregunta supo manifestar que los clientes que más consumen las tortas son mujeres que se encuentran entre los 20 a 40 años; además el tipo de tortas que oferta son tortas rellenas y decoradas con Nutella, Choco Nuez, Red Velvet, Zanahoria y Nuez, esta última es la que más gusta a sus clientes; con respecto a la tercera pregunta, la temporada que más adquieren los consumidores son en días festivos como: días que se festeja a la Madre, San Valentín, día del padre, día del niño, navidad, en cuanto a los precios que ofrece Dely Gourmet son de acuerdo a los tamaños es decir, las tortas pequeñas están en \$2 dólares, las medianas en \$14 dólares, y las grandes en \$22; asimismo, la cantidad tortas que venden a diario son de 25 pasteles.

Los medios de comunicación más utilizados por la Dely Gourmet para llegar a sus clientes son a través de Facebook e Instagram; en lo que respecta el tipo de promociones y descuentos que utilizan es por la compra de 4 porciones de torta la quinta porción es gratis. Los ingredientes más utilizados para la elaboración de las tortas son: harina, huevos, mantequilla, polvo de hornear, azúcar, leche, yogurt natural, zanahoria, para el bizcocho y para la decoración es queso crema, nueces y nutella.

En cuanto al proceso de la elaboración de los pasteles se procede a mezclar los ingredientes secos posterior a esto a batir los huevos con la leche, el yogurt, la mantequilla y azúcar se pasa a los moldes y se hornea 1 hora a 190 grados centígrados en horno de mesa. La cantidad de ingredientes que utiliza para hacer una torta es 1 libra de harina, 4 unidades de huevos, 200 gr de azúcar, 200 ml de leche, 100 ml de yogurt, 300 gr de mantequilla y 25 gr de polvo de hornear. La maquinaria que usualmente utilizan es la batidora industrial, horno de mesa, espátulas, mesa de trabajo, cuchillo de decoración. Finalmente cabe mencionar que sus principales proveedores son: la Moderna, Levapan y que ciertos ingredientes los compran en supermercados.

4.3.10 Oferta Actual

La actualización de las proyecciones económicas del Banco Central del Ecuador (BCE) y la Federación Nacional de Panificadores (Fenapan) para el año 2020 y 2021 mencionan que las panaderías se encuentran en crecimiento a pesar de los riesgos y limitaciones no dejaron de operar aun en los días más críticos del confinamiento debido a la pandemia. Además, se puede evidenciar que es un mercado con estabilidad económica, puesto que se tiene un registro de 6.500 panaderías y pastelerías artesanales funcionando en el territorio nacional y asegura que se genera grandes plazas de empleo para más de 20 mil personas y el dinero que se mueve dentro del sector sobrepasa los USD 300 millones anuales.

Con respecto a la investigación de estudio realizado en la provincia de Imbabura, la presencia de las panaderías dedicadas a la venta de pasteles presenta tendencias de crecimiento muy significativo. De acuerdo a las entrevistas realizadas, se obtuvo un valor promedio de la cantidad de tortas que venden a diario como lo indica la pregunta N°5 de la entrevista aplicada; y así se detalla a continuación:

Tabla 32

Oferta actual de expendio de tortas en la provincia de Imbabura

PASTELERÍAS	CANTIDAD		CANTIDAD		CANTIDAD	
	OFERTADA	DIARIA	OFERTADA	SEMANAL	OFERTADA	MENSUAL
						ANUAL
Tortas &	20		140		560	6.720
Tortas						
Chantilly	15		105		420	5.040
Tío Sam	50		350		1.400	16.800
Casa Key	16		112		448	5.376
Nuestra	18		126		504	6.048
Tradición						
Son de Azúcar	40		280		1.120	13.440
Dely Gourmet	25		175		700	8.400
			Total			61.824

Fuente: Entrevista realizada a los dueños de las principales panaderías de la provincia Imbabura.

Elaboración propia

Como puede apreciarse en la tabla presentada anteriormente la cantidad anual ofertada por las panaderías entrevistadas a nivel provincial es de 61.824 tortas.

4.3.10.1 Proyección de la Oferta

Para el cálculo de la proyección de la oferta se consideró la tasa de crecimiento poblacional a nivel provincial que actualmente es de 1.96% proporcionada por parte del diagnóstico socio-cultural del PDyOT de Imbabura 2020, y posterior a esto para determinar la oferta se aplicó la siguiente fórmula:

Tabla 33

Fórmula proyección de la oferta

Op = Oi (1+i)ⁿ		Datos
Op =	Oferta Proyectada	?
Oi =	Oferta Actual	61.824
i =	Tasa de crecimiento anual	1.96%
n =	Años a proyectar	1,2,3,4,5

Fuente: (Quiroz Calderón, 2016) – Proyección de la oferta

Elaboración propia

Tabla 34

Proyección de la oferta anual

PERÍODO	AÑOS	OFERTA PROYECTADA EN UNIDADES
1	2020	61.824
2	2021	63.036
3	2022	64.271
4	2023	65.531
5	2024	66.815

Fuente: Estudio de mercado - entrevista

Elaboración propia

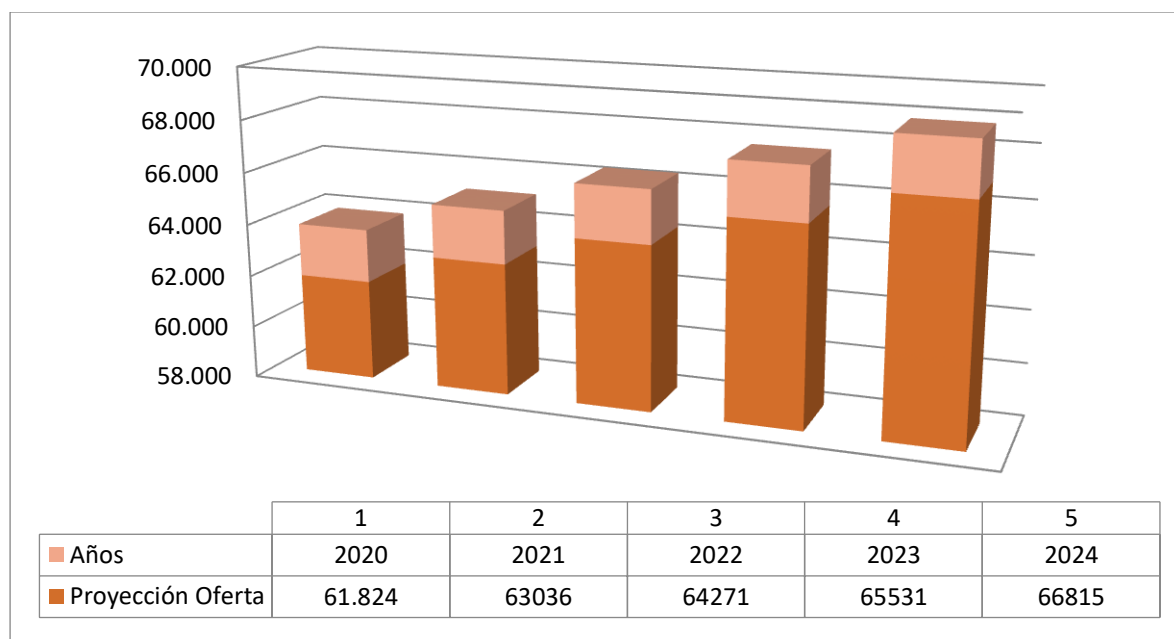


Figura 18. Proyección de la oferta
Elaboración propia

Los datos obtenidos anteriormente permiten identificar el crecimiento anual de venta de tortas en las pastelerías entrevistadas, Los resultados muestran que para el año 2024 se espera alcanzar una cifra de 66.815 tortas ofertadas.

4.3.11 Balance entre Demanda y Oferta

Es aquella que no ha sido cubierta con la oferta actual y que por lo tanto el proyecto de investigación se propone poder llegar a cubrir siempre y cuando se satisfaga las necesidades de los clientes. El cálculo del balance consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta anual con la finalidad de identificar si existe o no demanda insatisfecha del presente proyecto en estudio. A continuación, los resultados obtenidos:

Tabla 35
Balance entre oferta y demanda

PERÍODO	AÑO	DEMANDA ANUAL (UNIDADES)	OFERTA ANUAL (UNIDADES)	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL (UNIDADES)
1	2020	165.023	61.824	103.199

2	2021	168.258	63.036	105.222
3	2022	171.555	64.271	107.284
4	2023	174.918	65.531	109.387
5	2024	178.346	66.815	111.531

Fuente: Elaboración propia

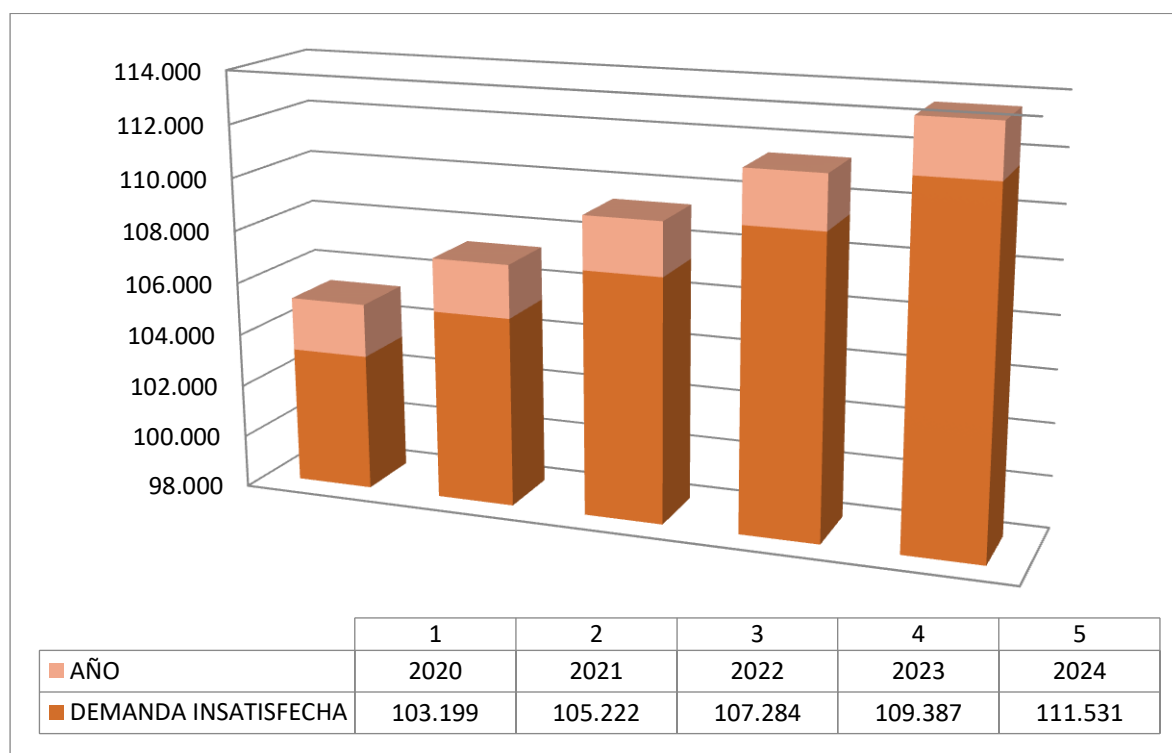


Figura 19. Proyección de la demanda insatisfecha

Elaboración propia

Una vez hecho el análisis del balance entre demanda y oferta se puede evidenciar que en los seis cantones de la provincia de Imbabura existe una considerable cantidad de la población que no ha sido cubierta por la competencia dentro del mercado meta, identificando una demanda insatisfecha equivalente a 103.199, misma que se pretende cubrir una parte de la totalidad con la presente propuesta de negocio.

4.3.12 Demanda a Cubrir

Para la identificación de la capacidad que el proyecto objeto de estudio tendrá sobre el mercado de la demanda insatisfecha de tortas a base de arándano se considerará el volumen de producción con el cual contará la microempresa para la fabricación de tortas relacionado al primer año del inicio de la puesta en marcha del negocio.

Tabla 36
Demanda a cubrir

N° de chef pastelero	Producto	Diario	Semanal	Mensual	Anual
1	Pequeña	12	72	288	3.456
	Mediana	22	132	528	6.336
	Grande	10	60	240	2.880
Total de producción anual					12.672

Fuente: Elaboración propia

La microempresa elaborará 12.672 tortas al año, de diferentes tamaños, mismas que representan el 12.28% del total de la demanda insatisfecha que será cubierta con la implementación del proyecto.

✓ Análisis de Precios

Para fijar los precios se tomó en cuenta las siguientes variables: las encuestas aplicadas que permiten conocer el precio que usualmente pagan los consumidores por estos productos, además la información obtenida de las entrevistas realizadas a las panaderías que ofertan productos similares en el mercado, mismas que manifestaban que el valor varía acorde al tamaño y a los ingredientes que se utilizan. Y por último los costos de producción que incurrirá la microempresa para la elaboración de las tortas a base de arándano. Estableciendo un valor promedio en:

- Tortas pequeñas de 800gr en \$7 dólares.
- Tortas medianas de 1600 gr en \$12 dólares.
- Torta grande de 2400gr en \$15 dólares.

4.3.13 Proyección de Precios

Para la realización de la proyección de precios se considera tomar en cuenta la tasa de inflación de los últimos 5 años, información obtenida de la página del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Tabla 37
Tasa promedio de inflación

AÑOS	TASA ANUAL DE INFLACIÓN
2016	1,12%
2017	-0,20%
2018	0,27%
2019	-0,07%
2020	-0,93%
TOTAL	0,19%
TASA PROMEDIO	0,04%

Fuente: INEC
Elaboración propia

Una vez establecidas la tasa de promedio de inflación, se procede a elaborar la proyección de los precios del producto a vender en el mercado, utilizando la siguiente tabla:

Tabla 38
Proyección de precios

Tipo de tortas	Tasa promedio inflación	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
Pequeñas	0,04%	\$7,00	\$7,00	\$7,01	\$7,01	\$7,01
Medianas	0,04%	\$12,00	\$12,00	\$12,01	\$12,01	\$12,02
Grandes	0,04%	\$15,00	\$15,01	\$15,01	\$15,02	\$15,02

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración propia

4.3.14 Estrategias de Comercialización

Son un conjunto de estrategias que buscan lograr ventajas competitivas, a través de estas se pretende captar mayor número de clientes, posicionar el nuevo producto dentro del mercado y lograr comercializarlo de forma eficiente; (Philip & Keller, 2015), para lo cual se tomará en cuenta los siguientes aspectos:



Figura 20. Las 4Ps del Marketing Mix
Fuente: (Philip & Keller, 2015)

4.3.14.1 Estrategias del Producto

“Un producto es todo aquello que la organización o empresa fabrica o elabora un producto con el fin de ofrecer al mercado y satisfacer determinada necesidad de los consumidores” (Jaramillo, Guerrero , & García , 2017). La microempresa “NutryKey” dedicada a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos impulsará la creación de productos de calidad de acuerdo a las necesidades de los clientes y superando sus expectativas a través de la innovación. Para el cumplimiento de dicho propósito se empleará las siguientes estrategias del producto:



Figura 21. Torta de Arándanos

- ✓ En el proceso de la elaboración de las tortas se efectuará una inspección de control de calidad continuo en el proceso de adquisición de materia prima e insumos, elaboración y comercialización del producto, con la finalidad de que todas las tortas se encuentren 100% libre de errores en la elaboración, decoración o empaquetado antes de que salga a la venta y poder considerarlo como un producto final listo para la distribución en el mercado.
- ✓ El producto es presentado en diferentes tamaños, acorde a las exigencias de los clientes, pero generalmente los que se va a ofertar son:
 - Tortas pequeñas (800gr) destino para el consumo de 4 personas.
 - Tortas medianas (1600gr) destinado para consumir 8 personas.
 - Tortas grandes (2400gr) destinado para consumir 12 personas.
- ✓ Los tipos de tortas de arándano ofertadas son frías, rellenas, decoradas y sin decorar, además, serán presentadas en formas circulares y cuadradas, con el fin de que el cliente pueda seleccionar acorde a sus gustos y preferencias.
- ✓ El producto será entregado en un empaque que sea seguro y permitiéndole mantenerse a una temperatura estable.

Diseño del empaque



Figura 22. Empaque de tortas pequeñas, medianas y grandes
Elaboración propia

- ✓ Se pretende adjuntar en el producto final una tarjeta detallando los ingredientes de la torta, nutrientes y los beneficios que aportan los arándanos.

4.3.14.2 Estrategias del Precio

“Es una variable distinta a las otras, puesto que, es el contrapeso entre lo que la organización ofrece y lo que los clientes están dispuestos a dar a cambio por un producto o servicio”. (Jaramillo, Guerrero , & García , 2017).

Para el cumplimiento de dicho propósito se empleará las siguientes estrategias del precio:

- ✓ Se considera en base al análisis económico de producción del producto, el costo de competencia y más el margen de utilidad, con el fin de cubrir los costos y considerar que el proyecto de investigación sea viable y factible.
- ✓ Los precios también van variar de acuerdo al tamaño, diseño, decoración e ingredientes que sean solicitados por los posibles consumidores.
- ✓ Si adquirir tres unidades de tortas obtendrán un descuento del 5% en el monto total de la factura.
- ✓ El producto deberá ser cancelado en efectivo.

4.3.14.3 Estrategias de Plaza

Las estrategias de plaza es primordial para el desarrollo y mejoramiento del proyecto, por lo tanto, se implementará las siguientes:

- ✓ Las tortas contarán con un local propio, donde los consumidores puedan acercarse a observar, escoger, adquirir y degustar el producto.
- ✓ La microempresa contará con iluminación adecuada, correcta ventilación, señalización y con sus respectivas normas de bioseguridad con el fin de que permita a los clientes sentirse a gusto.
- ✓ El método de comercialización del producto se prevé entregar de manera directa al cliente.

- ✓ A fin de facilitar las actividades diarias de los clientes se ofrecerá la venta a domicilio dentro de la ciudad de Ibarra, teniendo cuidado de que el producto llegue en buenas condiciones al consumidor final y a tiempo.
- ✓ Una vez posicionado el negocio dentro del mercado se buscará intermediarios a nivel provincial.

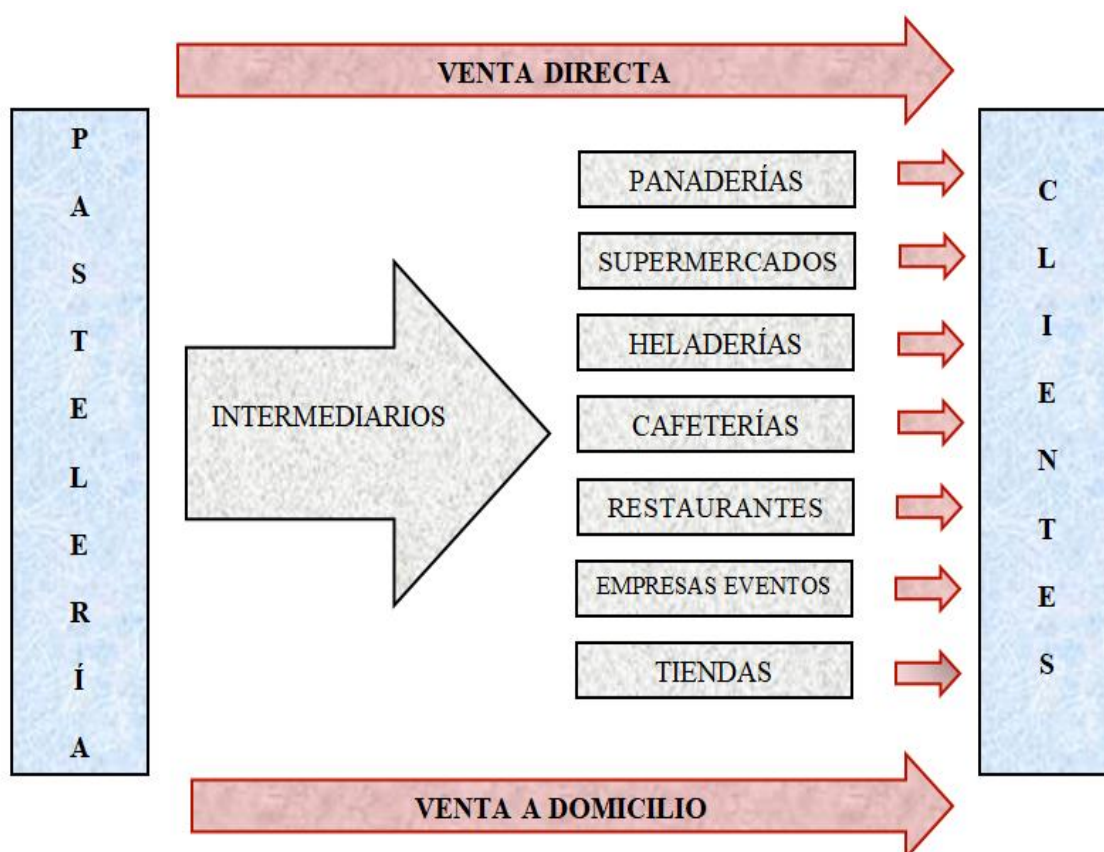


Figura 23. Canales de Comercialización
Elaboración propia

4.3.14.4 Estrategias de Promoción

“La actividad de comunicación es una de las más importantes dentro de un negocio, puesto que los posibles clientes de los productos necesitan información” (Jaramillo, Guerrero , & García , 2017).

- ✓ Asistir y participar en ferias artesanales y gastronómicas que realicen dentro de la provincia con el fin de dar a conocer el producto y entregar muestras gratis de la torta, con el fin de incentivar la compra.

- ✓ Realizar la entrega de tarjetas de presentación, afiches y hojas volantes sobre la calidad, marca, precios y beneficios del producto en puntos estratégico y donde exista mayor afluencia de personas. (Figura 34)
- ✓ Colocar anuncios publicitarios en el vehículo de la microempresa. (Figura 35)
- ✓ Llegar a las personas que no tienen acceso al internet mediante la radio, con el fin de llegar a mayor cantidad de personas.
- ✓ El producto se promocionará mediante publicaciones en redes sociales. (Figura 33)

Es importante hacer uso de las redes sociales como lo indica la encuesta, con el fin de dar a conocer el producto ya que hoy en día la mayoría de la población maneja este tipo de tecnologías de información, es por eso se creará una página de Facebook para dar a conocer el producto a ofrecer como son los diseños, texturas, sabores, promociones, descuentos especiales, entre otros.

Diseño de la página web de Facebook



Figura 24. Página de Facebook de la microempresa

Diseño de las tarjetas de presentación



Figura 25. Tarjetas de presentación de la microempresa

Diseño de la publicación del medio de transporte



Figura 26. Medio de transporte de la microempresa

4.3.15 Conclusión del Estudio de Mercado

Para la determinación de la oferta se ha realizado un sondeo a nivel provincial con el fin de identificar la competencia directa para la presente propuesta de negocio. Se tomó en cuenta a las principales pastelerías por su tamaño, volumen de ventas, variedad de tortas, trayectoria de trabajo y experiencia con la que cuentan en el sector pastelero. Los datos mencionados anteriormente sobre la demanda y oferta se evidenciaron la existencia de un nicho de mercado atractivo para el ingreso de nuevos competidores al segmento comercial,

para lo cual a través de la ejecución del presente proyecto se pretende cubrir una cierta parte de la demanda insatisfecha detectada en el reciente estudio de mercado.

Para que la microempresa tenga éxito en sus actividades se llegó a la conclusión que debe existir una constante innovación, mirar a largo plazo, entender al consumidor y aplicar las estrategias de comercialización con el fin de dar a conocer el nuevo e innovador producto, aumentar las ventas y lograr una mayor participación dentro del mercado.

4.4 Estudio Técnico

4.4.1 Introducción

El estudio técnico permite determinar los diferentes factores que intervienen para el funcionamiento de la microempresa como es la localización, el tamaño óptimo, ingeniería del proyecto, procesos de producción, inversión fija y variable, análisis de costos y gastos que se deben calcular para poner en marcha el nuevo emprendimiento y por ultimo poder determinar la inversión total del negocio.

4.4.2 Objetivo

Realizar el estudio técnico para la implementación y el funcionamiento de la microempresa de tortas de arándanos.

4.4.3 Localización del Proyecto

El objetivo de la localización es determinar el lugar adecuado (macro y micro) donde se ubicará el negocio con las mejores condiciones logrando así estar al alcance de los clientes.

4.4.3.1 Macro Localización

Es la ubicación geográfica en la que se situará el proyecto, es decir el posicionamiento del negocio a nivel general, con la finalidad de que sea conveniente y apropiada para iniciar a

desarrollar la actividad económica La microempresa donde se ubicara es en la República del Ecuador, específicamente Región Sierra, en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra.

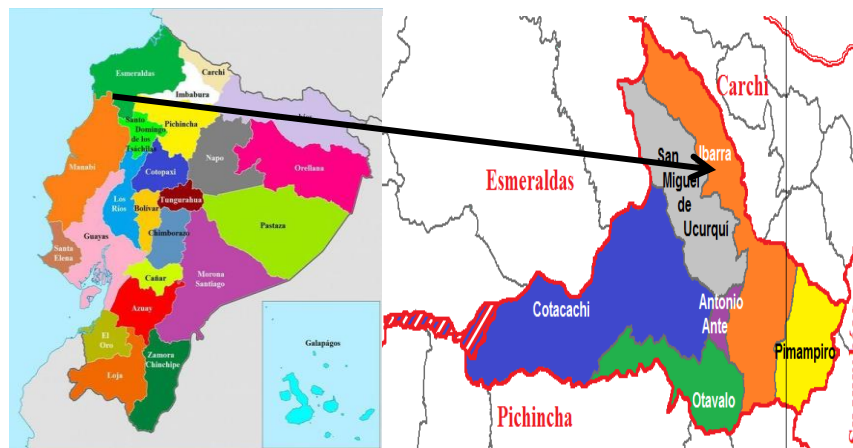


Figura 27. Macro localización del proyecto
Fuente: PDyOT de la provincia de Imbabura

4.4.3.2 Micro Localización

La micro localización permite determinar el punto preciso donde se constituirá la microempresa dentro la región; para la ubicación específica y estratégica se toman en cuenta los siguientes factores:

a) Geográficos

- Vías de acceso en óptimas condiciones: Se debe analizar la infraestructura vial adecuada para la circulación de los vehículos y de las personas, ya que se necesita trasladar los productos terminados a los puntos de comercialización y así como también el ingreso de los insumos y materia prima que se utilizará en la elaboración del producto a ofrecer.
- Amplio espacio físico: para la puesta en marcha de la microempresa se considerará alquilar un amplio, vistoso, llamativo, moderno y acogedor local comercial con el fin de captar un mercado mayor de consumidores. Además, el local debe contar con establecimientos de parqueadero, para que así no afecte la tranquila estancia de los clientes mientras degustan los productos a ofrecer.

b) Servicios básicos: las coberturas de los servicios básicos son importantes y necesarios para la ejecución del emprendimiento, con el fin de asegurar el desarrollo de las actividades económicas. Este factor no presenta mayor inconveniente debido a que la zona del cantón Ibarra cuenta con una amplia cobertura de alcantarillado, agua potable y energía eléctrica, así como también la línea telefónica y el acceso al internet, mismos que ayudan a contribuir a la producción y comercialización de las tortas de arándanos.

c) Ambiental

- **Recolección de basura:** este es uno de los factores más importantes ya que dentro y fuera del negocio se debe de conservar el aseo y la higiene para la ejecución de las operaciones diarias.

d) Factores Importantes

- **Seguridad:** la microempresa dedicada a la producción y elaboración de tortas debe de contar con cámaras internas y externas, debido a que se tendrá equipos, maquinarias, utensilios, materia prima e insumos, los cuales deben de ser monitoreados constantemente. Además, hay que tener en cuenta que este es uno de los factores más importantes para los clientes, mismos deben de estar seguros tanto como su persona como también con sus pertenencias, es decir el lugar debe estar ubicado en un sector confiable.
- **Competencia:** se medirá en el servicio de calidad brindado a los clientes con el fin de lograr fidelizar a la microempresa sin importar la proximidad con la que este los competidores que se encuentran a su alrededor.
- **Disponibilidad de materia prima:** Para la ejecución del presente proyecto, no habrá ningún inconveniente en el abastecimiento de la materia prima ya que serán adquiridos a distribuidores locales y sus alrededores, con el fin de llegar a optimizar tiempo y maximizar recursos.

Tabla 39
Matriz para la micro localización

Matriz de factores

a) Identificación de los posibles lugares

- Zona norte
- Zona centro
- Zona sur

b) Análisis de los factores

Geográficos

- Vías de acceso en óptimas condiciones
- Amplio espacio físico
- Costo alquiler de local

Servicios básicos

- Alcantarillado
- Agua potable
- Telefonía
- Energía eléctrica
- Internet

Ambiental

- Recolección de basura

Factores importantes

- Seguridad
 - Afluencia de personas
 - Competencia
 - Disponibilidad de materia prima
-

Fuente: Investigación y elaboración propia

Diseño de la Matriz de Evaluación

Para el desarrollo de la matriz se considerará los siguientes aspectos:

Tabla 40
Matriz de evaluación

Niveles de Evaluación (Escala del 5 al 1)	
Excelente	5
Muy Bueno	4
Bueno	3
Malo	2
Regular	1

Fuente: Investigación y elaboración propia

Matriz de Factores Ponderada

Tabla 41
Matriz de factores de micro localización

Factor Localización	Peso	IDENTIFICACIÓN DE LOS POSIBLES LUGARES					
		Zona norte		Zona centro		Zona sur	
		Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje
Geográfico	30%	8	0.88	9	1	7	0.78
Vías de acceso en óptimas condiciones	12%	4	0.48	5	0.6	4	0.48
Amplio espacio físico	10%	4	0.4	4	0.4	3	0.3
Costo alquiler de local	8%	5	0.4	4	0.32	5	0.4
Servicios Básicos	20%	20	0.8	25	1	20	0.8
Alcantarillado	4%	4	0.16	5	0.2	4	0.16
Agua potable	4%	4	0.16	5	0.2	4	0.16
Telefonía	4%	4	0.16	5	0.2	4	0.16
Energía eléctrica	4%	4	0.16	5	0.2	4	0.16

Internet	4%	4	0.16	5	0.2	4	0.16
Ambientales	20%	3	0.6	4	0.8	3	0.6
Recolección de basura	20%	3	0.6	4	0.8	3	0.6
Factores importantes	30%	16	1.16	16	1.22	16	1.16
Seguridad	7%	3	0.21	3	0.21	3	0.21
Afluencia de personas	10%	3	0.3	5	0.5	3	0.3
Competencia	7%	5	0.35	3	0.21	5	0.35
Disponibilidad de MP	6%	5	0.3	5	0.3	5	0.3
TOTAL	100%		3.44		4.02		3.34

Fuente: Estudio técnico
Elaboración propia

El análisis de los factores y su calificación permitió identificar la zona centro como el lugar más adecuado para la ubicación de la microempresa, al ser un sector que cuenta con mayor afluencia de personas y negocios; sitio que cumple con todos los aspectos necesarios para el buen funcionamiento del emprendimiento.



Figura 28. Micro localización de la microempresa

Fuente: Google Maps.

El emprendimiento dedicado a la elaboración y comercialización de tortas de arándanos estará establecido en la calle Sánchez y Cifuentes & Rafael Larrea Andrade, casa N^a 15-02, a nombre del propietario Machado Silva Sergio Yury; misma que cuenta con varios factores que favorecen a la microempresa como son: vías de acceso en buen estado, servicios básicos, seguridad, disponibilidad de recursos, entre otros. Además, se considerará que la ubicación

de la microempresa es totalmente adecuada para la ejecución del proyecto, siendo un sector altamente comercial y cercano a lugares como son el parque German Grijalva, parada de los buses de la Cooperativa la Esperanza, Iglesia de nuestra señora del Quinche y la escuela Víctor Manuel Peñaherrera.

4.4.4 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto muestra la capacidad de producción que brindara la microempresa durante el estudio de investigación y a través del tiempo (día, semana, mes, año) además, se determina el monto a invertir, permitiendo llegar a conocer la rentabilidad de la implementación del local en la ciudad de Ibarra. Antes de conocer la capacidad de producción es necesario analizar algunos de los factores que permitan el mejor establecimiento del negocio como el mercado (demanda insatisfecha), tecnología, disponibilidad de recursos, financiamiento y capacidad instalada.

4.4.4.1 Mercado

Es una de las variables que ayudan a determinar el tamaño del proyecto, ya que por medio de la cantidad demandada se podrá llegar a establecer el tamaño, la localización y la producción óptima del producto a ofrecer.

La demanda insatisfecha es aquella que no ha sido cubierta totalmente dentro del mercado, con la ejecución del proyecto se pretende cubrir un porcentaje del mismo. Por lo tanto, luego de haber efectuado el estudio de mercado se determina que en la presente propuesta de negocio existen 103.199 posibles clientes que puedan adquirir las tortas de arándano durante el primer año de vida útil del estudio. Y con la capacidad instalada del emprendimiento se pretende satisfacer el 12.28% de la demanda identificada que corresponde a 12.672 tortas anuales.

4.4.4.2 Tecnología


Para el proceso de elaboración de las tortas a base de arándanos se necesitará maquinaria de última tecnología que ofrecen diferentes proveedores; además, hay aparatos que sirven para medir la cantidad exacta para la producción y asimismo equipos que ayudan a conservar la materia prima para que se encuentre en buenas condiciones con el fin de garantizar la calidad del producto final.

En la actualidad algunas máquinas y equipos que se necesitan para la creación de la microempresa se pueden adquirir en Ibarra en Bimetal Equipamiento Industrial localizado en la calle Fray Vacas Galindo y Juan de Dios Navas; y en Pichincha, ciudad de Quito en Ecuahornos localizado en la calle Mariscal Sucre N° 26-115 y Humberto Albornoz. Por lo tanto, la tecnología a utilizar es la siguiente:

➤ **Horno Industrial**

Horno industrial con control digital de acero inoxidable y vidrio templado en las puertas, permitiendo controlar el tiempo del horneado por temperatura y tiempo para la cocción del producto, es de alta potencia y capacidad para hornear gran cantidad de tortas con el fin de ahorrar tiempo y optimizar la entrega del producto final.

Tabla 42
Especificación técnica del horno industrial

PARÁMETROS	DETALLE	IMAGEN
Material	Acero Inoxidable	
Voltaje de operación	220V	
Capacidad	10 latas	
Combustible	Diesel	
Puerta	Amplia con vidrio templado de 7mm	
Precio	\$ 5.500,00	


Fuente: proforma Ecuahornos
Elaboración propia

➤ **Batidora industrial**

Batidora Industrial para Pastelería y Repostería con tres velocidades que permiten mezclar de forma homogénea la mezcla para tortas, las velocidades vienen etiquetadas para indicar qué

accesorio es el más adecuado para esa configuración. La capacidad de esta batidora de uso industrial es de máximo 15, siendo esta la capacidad máxima recomendada.

Tabla 43
Especificación técnica de la batidora industrial


PARÁMETROS	DETALLE	IMAGEN
Modelo	Mixer Taiwanesea	
Dimensiones	76x43x51cm (alto, ancho y fondo)	
Voltaje	110 V – 60 Hz	
Potencia	1100W	
Capacidad máxima	20 litros	
Accesorios	Gancho, paleta y globo	
Precio	\$ 800,00	

Fuente: proforma Ecuahornos
Elaboración propia

➤ **Vitrina enfriadora comercial para exhibición**

Es una maquinaria primordial para las tortas de arándanos, la congelación rápida ofrece numerosas ventajas frente al proceso de enfriamiento tradicional, permitiendo reducir la temperatura interna de los productos, además de evitar la proliferación bacteriana y manteniendo las condiciones organolépticas del producto tanto en sabor como en textura.

Tabla 44
Especificación técnica de la vitrina comercial

PARÁMETROS	DETALLE	IMAGEN
Dimensiones	682x450x675 mm	
Peso	39.1 kg	
Rango de temperatura	-2°C y 10°C	
Potencia	160W	


Carga máxima	10 kg
Puertas	Corredizas
Precio	\$ 1.300,00

Fuente: proforma Ecuahornos
Elaboración propia

➤ Rejillas para enfriamiento

Ayudará a acelerar el proceso de enfriamiento de las tortas ya que cuenta con la separación precisa para la circulación del aire y con el fin de que el producto final sea exhibido de manera inmediata en la vitrina para el consumo de los clientes.

Tabla 45
Especificación técnica de las rejillas para enfriamiento

PARÁMETROS	DETALLE	IMAGEN
Material	Plegable	
Modelo	Acero inoxidable tejido	
Altura	65cm	
Ancho	50cm	
Largo	95cm	
Precio	\$ 23,00	

Fuente: proforma Ecuahornos
Elaboración propia

➤ Moldes

Es el recipiente donde se verterá la mezcla previamente preparada para llevarlo al horno, fabricados en aluminio reforzado de alta calidad y antibacterial.

Tabla 46
Especificación técnica de moldes pequeños, medianos y grandes


PARÁMETROS	DETALLE	IMAGEN
Material	Aluminio de alta calidad	
Díámetro	Pequeño 15cm Mediano 22cm Grande 30cm	
Altura	12cm en los tres tamaños	
Precio moldes pequeños	\$ 4,00	
Precio moldes medianos	\$ 6,00	
Precio moldes grandes	\$ 7,00	

Fuente: proforma Ecuahornos
Elaboración propia

➤ Balanza para pesar volumen ingredientes

Permite medir con exactitud los ingredientes que serán utilizados en la elaboración del producto para su posterior mezcla, esta es la base para obtener la calidad deseada en cada torta ya que las medidas exactas permitirán mantener el sabor y textura en cada producto.

Tabla 47
Especificación técnica de balanza


PARÁMETROS	DETALLE	IMAGEN
Bandeja	Acero inoxidable (extraíble) de 230 x 310 mm	
Calibración	Manual y automática por peso externo	
Peso	2.8 kl	
Unidades de medida	Gramos, kilos y libras	
Precio	\$ 135,00	

Fuente: proforma Ecuahornos
Elaboración propia

➤ **Mesón de Aluminio**

Mesa o mesón de trabajo requerido para manipular la materia prima, hace uso de acero naval inoxidable con la finalidad de mantener la higiene en el proceso, ya que este es un material que impide la proliferación de bacterias y es fácil de limpiar.

Tabla 48
Especificación técnica del mesón de aluminio


PARÁMETROS	DETALLE	IMAGEN
Material	Acero Naval inoxidable antibacterial	
Modelo	Portátil pulido	
Precio	\$ 320,00	

Fuente: proforma Ecuahornos
Elaboración propia

➤ **Fregadero**

Usado para lavar la vajilla, cubertería, cristalería y demás utensilios de cocina, con el fin de mantener un aseo total en el espacio de trabajo, así como también de cada cosa que sea utilizado, con el fin de tener disponibilidad inmediata al momento de su manipulación.

Tabla 49
Especificación técnica del fregadero


PARÁMETROS	DETALLE	IMAGEN
Material	Acero Naval inoxidable antibacterial	
Modelo	Portátil pulido	
Duración	Resistente a altas temperaturas y golpes	
Precio	\$ 250,00	

Fuente: proforma Ecuahornos
Elaboración propia

➤ Procesador de Alimentos

Utilizado para sacar el zumo del arándano en mayores cantidades y con más facilidad y añadirlo a la mezcla previamente preparada, este artefacto permite agilizar tiempos en cualquier cocina o espacio de trabajo que tenga que ver con alimentos.

Tabla 50
Especificación técnica del procesador de alimentos

PARÁMETROS	DETALLE	IMAGEN
Modelo	Procesador y cortadora en espiral ciclónica	
Potencia	500 watts	
Tipo de corte	Espiral, rebanador y rallador	
Cuchillas	Acero inoxidable	
Precio	\$ 185,00	

Fuente: proforma Ecuahornos
Elaboración propia

4.4.4.3 Disponibilidad de Materia Prima

Una de las actividades de mayor importancia en el desarrollo del proyecto de elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos, se requiere de insumos y materia prima para convertirlo en producto final, es necesario contar con proveedores que tengan productos de calidad y en buen estado.

Los ingredientes necesarios para la producción y elaboración de tortas son: harina, huevos, stevia, arándanos, entre otros, mismos que serán adquiridos a distribuidores ubicados en Ibarra y en la ciudad de Quito.

Tabla 51.
Proveedores

PROVEEDOR	CIUDAD	DIRECCIÓN
Ecopublic	Quito	Av. 6 de Diciembre y Quito, Quito, Ecuador
Prove Pan	Ibarra	Olmedo 7-62 y Flores Ibarra, Ecuador
CapShop	Ibarra	Galo Plaza Lasso 72 Ibarra, Ecuador
Comercial Cadena Casanova	Ibarra	Sánchez y Cifuentes y Zenón Villacis, Ibarra, Ecuador
Abastos “Mi Tío”	Ibarra	Av. Eugenio Espejo, Ibarra, Ecuador
Ecuarandano	Quito	Guallabamba, Pichincha, Ecuador

Fuente: Estudio técnico
 Elaboración propia

Se cuenta con varios sitios donde se puede adquirir la materia prima e insumos, sin embargo en lo que respecta a los arándanos se trabajará con Ecuarandano siendo esta una empresa líder en la producción y comercialización de arándanos bajo rigurosos estándares de calidad y bioseguridad.

4.4.4.4 Disponibilidad de Financiamiento

Para la ejecución del proyecto es indispensable el recurso financiero, puesto que de esta manera se puede llegar a cumplir y cubrir monetariamente cada una de las actividades y tareas propuestas. Una vez analizado se opta por la institución financiera BanEcuador que otorga microcréditos a emprendimientos, ofreciendo montos de financiamiento de \$500,00 a \$50.000,00 dólares a una tasa de interés nominal del 11% a un plazo de 36 meses. En la tabla 53 se detalla el período, saldo, capital, interés generado y el valor de la cuota mensual:



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	Microcredito		
Destino	Activo Fijo	Tasa Nominal(%)	11.00
Sector Económico	Producción	Tasa Efectiva(%)	11.57
Facilidad	Emprendimiento	Monto(USD)	20,000.00
Tipo Amortización	Cuota Fija	Plazo(Años)	3
Forma de Pago	Mensual	Fecha Simulación	2021-07-30

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	20000.00			
1	19528.56	471.44	183.33	654.77
2	19052.80	475.76	179.01	654.77
3	18572.67	480.12	174.65	654.77
4	18088.15	484.52	170.25	654.77
5	17599.18	488.97	165.81	654.77
6	17105.73	493.45	161.33	654.77
7	16607.76	497.97	156.80	654.77
8	16105.22	502.54	152.24	654.77
9	15598.08	507.14	147.63	654.77
10	15086.29	511.79	142.98	654.77
11	14569.81	516.48	138.29	654.77
12	14048.59	521.22	133.56	654.77
13	13522.59	526.00	128.78	654.77
14	12991.78	530.82	123.96	654.77
15	12456.09	535.68	119.09	654.77
16	11915.50	540.59	114.18	654.77
17	11369.95	545.55	109.23	654.77
18	10819.40	550.55	104.22	654.77
19	10263.80	555.60	99.18	654.77
20	9703.11	560.69	94.08	654.77
21	9137.29	565.83	88.95	654.77
22	8566.27	571.02	83.76	654.77
23	7990.02	576.25	78.52	654.77
24	7408.49	581.53	73.24	654.77
25	6821.62	586.86	67.91	654.77
26	6229.38	592.24	62.53	654.77
27	5631.71	597.67	57.10	654.77
28	5028.56	603.15	51.62	654.77
29	4419.88	608.68	46.10	654.77
30	3805.62	614.26	40.52	654.77
31	3185.73	619.89	34.88	654.77
32	2560.16	625.57	29.20	654.77
33	1928.85	631.31	23.47	654.77
34	1291.76	637.09	17.68	654.77
35	648.83	642.93	11.84	654.77
36	0.00	648.83	5.95	654.77

Figura 29. Financiamiento
Fuente: (BanEcuador, 2020)

4.4.5 Capacidad Instalada

Se analiza la capacidad de producción que tendrá la microempresa para la elaboración de tortas de arándanos, por lo tanto, para el cálculo de este rubro se consideró que la microempresa trabajará con un cheff pastelero mismo que laborará durante 6 días a la semana, 8 horas diarias, además, se tomó en cuenta el tiempo que se va a utilizar para la mezcla, horneado, desmoldado y decorado, tal cual como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 52
Capacidad instalada de producción

Torta pequeña (800gr)	
Procesos	Tiempo en minutos
Mezcla de ingredientes	30
Horneado	40
Enfriado y desmoldado	20
Decorado y empaquetado	15
Total en hora/minutos	1h45 min
Producción total diaria	5
Producción total mensual	110
Producción total anual	1.320
Torta mediana (1600gr)	
Mezcla de ingredientes	30
Horneado	40
Enfriado y desmoldado	20
Decorado y empaquetado	15
Total en hora/minutos	1h45 min
Producción total diaria	17
Producción total mensual	374
Producción total anual	4.488
Torta grande (2400gr)	
Mezcla de ingredientes	30
Horneado	40
Enfriado y desmoldado	20

Decorado y empaquetado	15
Total en hora/minutos	1h45 min
Producción total diaria	5
Producción total mensual	110
Producción total anual	1.320
Producción total Diaria	27
Producción total mensual	594
Producción total Anual	7.128
% de Demanda Insatisfecha a cubrir	6,91%

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración propia

Al realizar la estimación de la capacidad de producción se determinó que la microempresa elaborará y comercializará 7.128 tortas saludables, cifra que representa el 6.91% del total de la demanda insatisfecha que el presente proyecto de investigación pretende cubrir con la implementación del emprendimiento a crear.

4.4.6 Ingeniería del Proyecto

Es de suma importancia que el espacio físico de la microempresa sea suficiente para el desarrollo de las tareas y actividades, por lo que se establece la distribución y adecuaciones necesarias para realizar las labores operativas del proyecto. A continuación, se detalla las áreas dentro del negocio.

Tabla 53
Áreas de la microempresa

Total	Área de	Área	Área de	Baños	Garaje
Infraestructura	Producción	Administrativa	Ventas		
124.65 m ²	30.78 m ²	12.71 m ²	38.29 m ²	8.10 m ²	34.77 m ²

Fuente: Estudio Técnico

Distribución de la Microempresa “Nutri – Key”

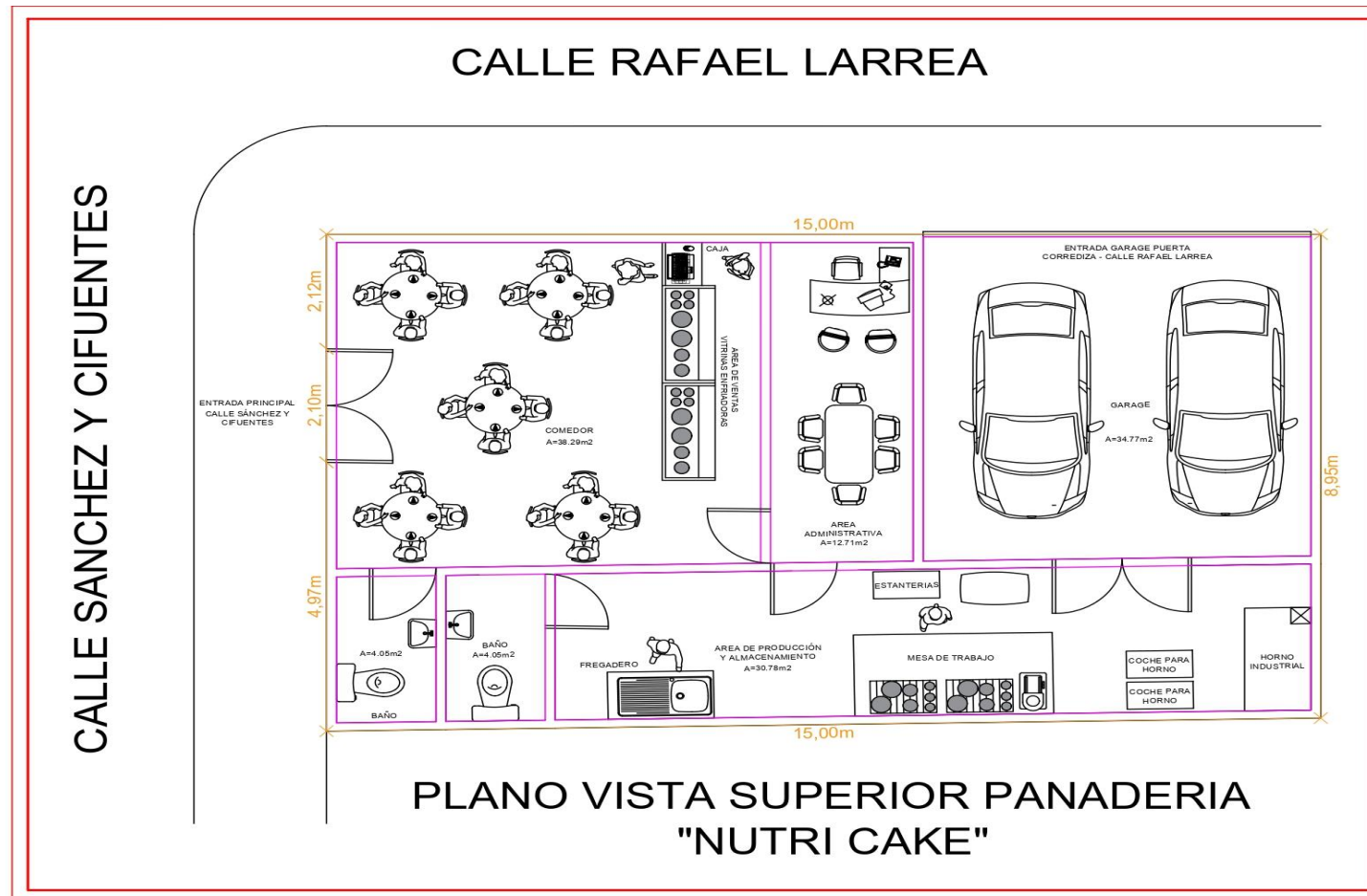


Figura 30. Plano arquitectónico de la microempresa

Fuente Investigación propia

Elaborado por: Jorge Garzón

Total Infraestructura: 124.65 m²

➤ Área de Producción: 30.78 m²

Está designado para la producción de las tortas de arándanos, mismo que contará con la maquinaria necesaria para su óptimo funcionamiento; además cumplirá con las especificaciones sanitarias con el fin de garantizar la calidad en el producto final. En este lugar se ubicará el horno industrial, batidora, balanza, procesador de alimentos, mesa de trabajo, estanterías, fregadero y todas las herramientas y utensilios que son necesarios para este tipo de área. Además, se contará con un espacio o almacenaje, con la finalidad de estar al alcance de los ingredientes necesarios para la preparación de los productos.

➤ Área Administrativa: 12.71 m²

Espacio en el cual se cuenta con el escritorio, silla giratoria, equipo de cómputo, y archivadores para la distribución de la información y a la vez permitiendo tener un control permanente sobre los trabajadores de la microempresa. Además, se amoblará esta zona con una pequeña sala de reuniones del personal administrativo, producción y comercialización.

➤ Área de Ventas: 38.29 m²

En el área de ventas o comercialización del producto se cuenta con el espacio para la exhibición, una percha, frigorífico, mostrador de recepción y la caja misma que facilitará el cobro de las ventas efectuadas. Además, se contará con mesas y sillas que permitan tener la mejor comodidad y atención a cada uno de los clientes.

➤ Baños: 8.10 m²

El local cuenta con dos baños que presten todas las condiciones para facilitar la higiene tanto para los clientes como trabajadores.

➤ Garaje: 34.77 m²

En este lugar se encontrará el parqueadero tanto para el personal de la microempresa como también para los clientes .

4.4.7 Procesos: Estratégicos, Operativos y de Apoyo

Para la ejecución y el alcance de los objetivos misionales del proyecto es importante tomar en cuenta los procesos estratégicos, operativos y de apoyo como se presentan a continuación:

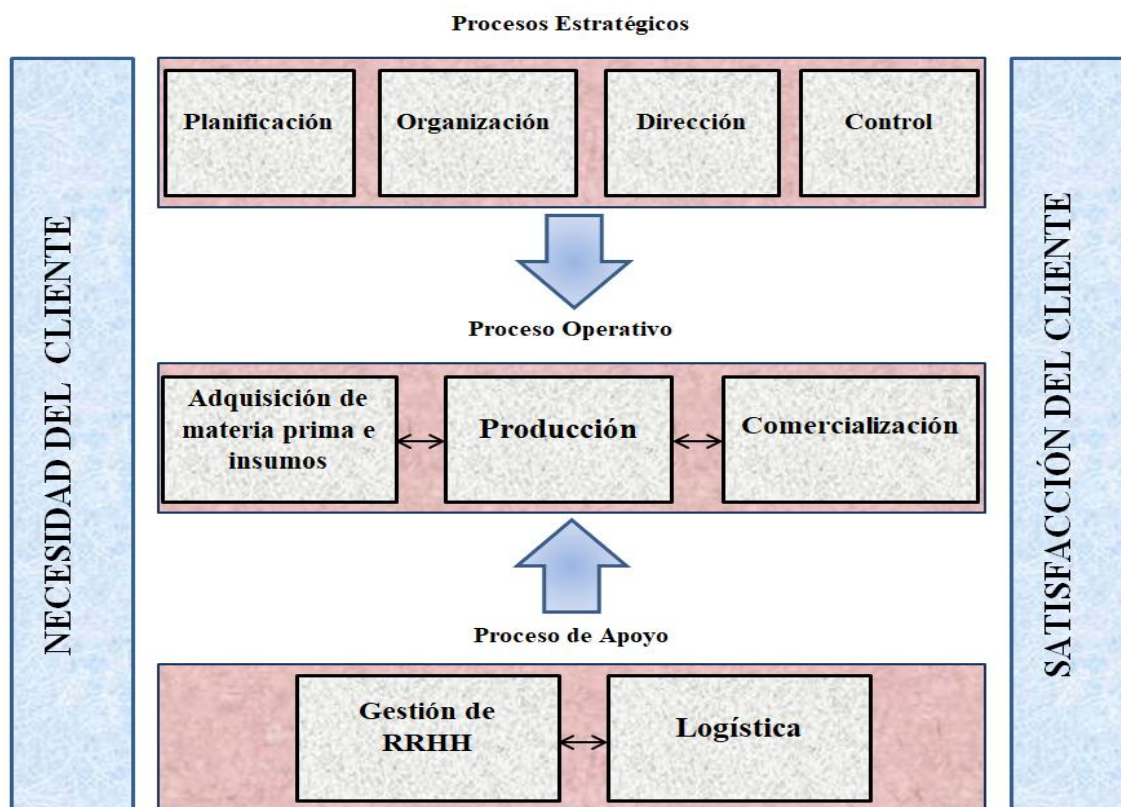








Figura 31. Mapa de procesos de la microempresa
Elaboración propia

Así, conforme a la figura anterior y con el fin de identificar el flujo del ciclo de elaboración y comercialización de tortas, se define cada uno de los procesos anteriormente detallados, para lo cual es importante describir secuencialmente cada una de las actividades que se llevarán a cabo por cada proceso, mismos que serán simbolizados gráficamente en el diagrama de flujos. Por otro lado, se considera utilizar la Normativa ANSI (American National Standart Institute), quienes son el propósito de estandarizar y organizar los procesos que se presentan a continuación:

Tabla 54
 Simbología normas ANSI para el diagrama de flujo.

SIMBOLOGÍA	
Símbolo	Nombre / Acción
	Inicio o finalización: Da inicio y fin al proceso.
	Proceso: Muestra una operación o actividad efectuada.
	Documento: Sirve para mostrar un documento generado
	Archivo: Almacenamiento de los documentos de forma temporal
	Decisión: Representa varias alternativas, situaciones donde se debe escoger alguna de ellas.
	Conector: Facilitan la conexión de un proceso a otro.

Fuente: (ANSI, 2016)

a) Proceso Estratégico

Son procesos destinados a definir y controlar las metas, políticas y estrategias de una organización, con el fin de brindar un servicio de calidad a través de un personal altamente preparado y calificado.

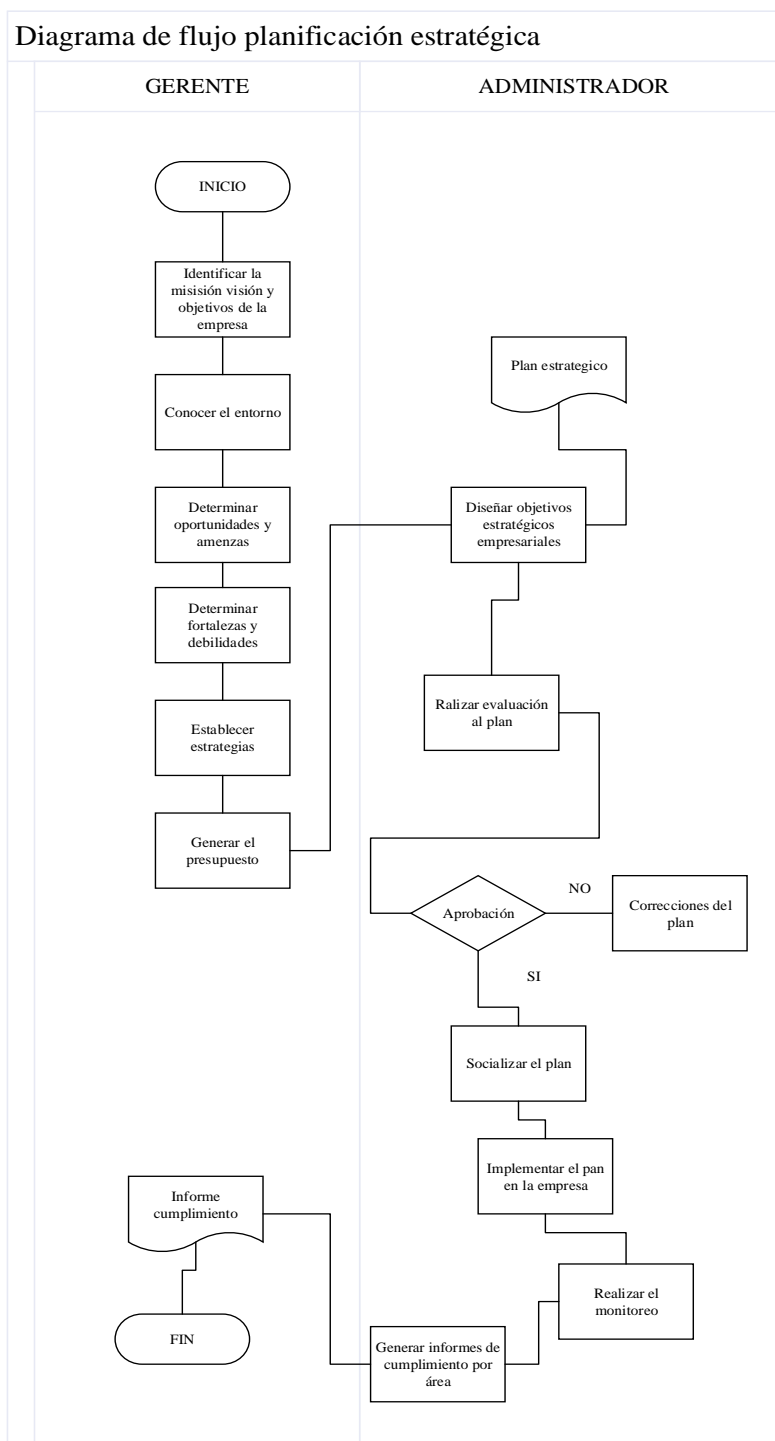


Figura 32. Diagrama de flujo de planificación estratégica
Fuente: Estudio técnico

b) Proceso Operativo

Es uno de los procesos ligados directamente con la realización del producto que se va a entregar al cliente. A continuación, se presentan las áreas y los procesos que intervienen en la elaboración y comercialización de las tortas de arándanos:

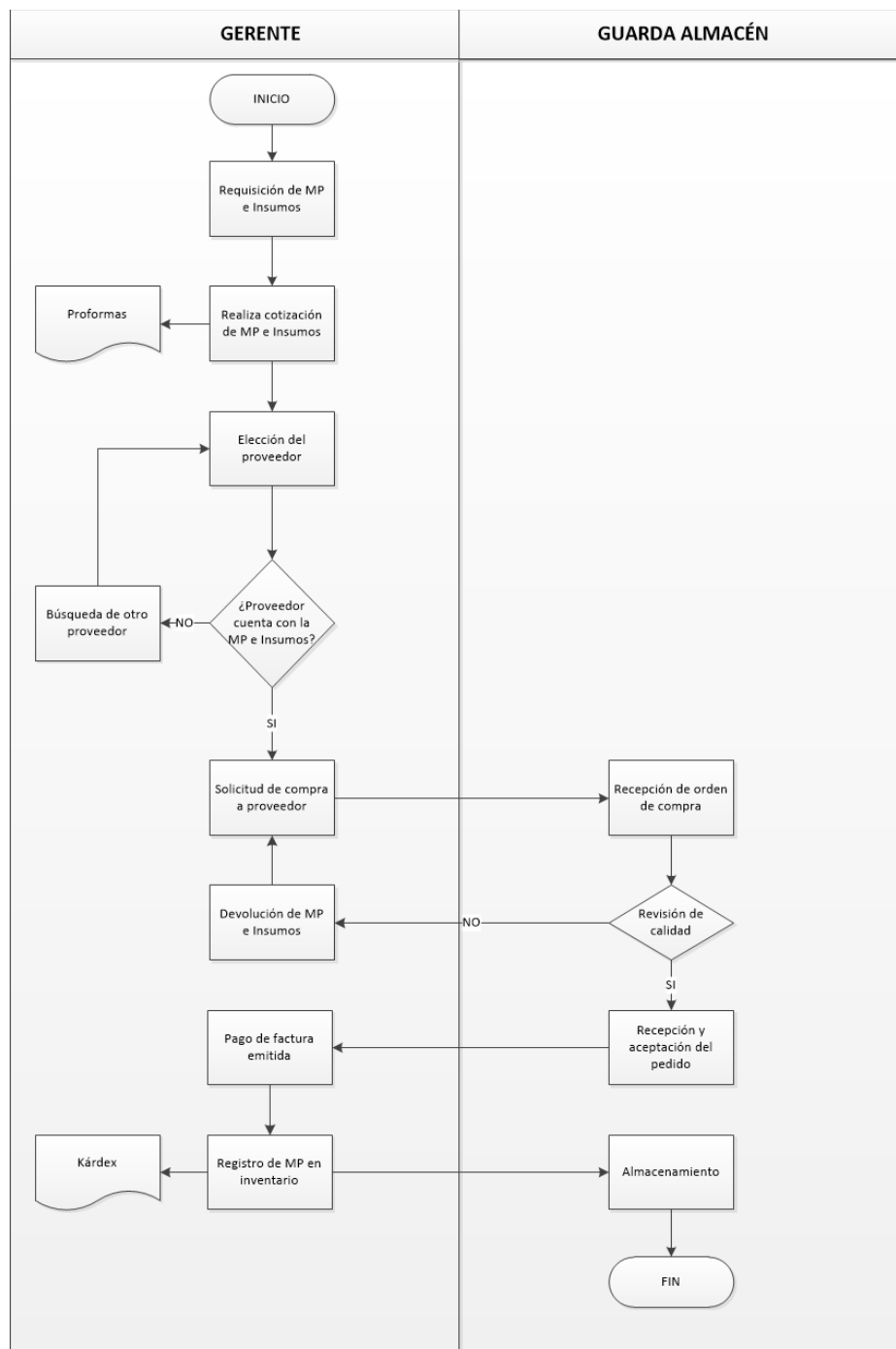


Figura 33. Diagrama de flujo de adquisición de materia prima e insumos.

Fuente: Estudio técnico

Adquisición de Materia Prima e Insumos

La materia prima es de fácil acceso en la ciudad de Ibarra y sus alrededores, ya que existen varios proveedores que distribuyen sus productos al por mayor facilitando así la compra para pequeños emprendimientos.

- Se inicia con la necesidad de adquirir la materia prima e insumos, así que se analiza, se cotiza y se selecciona a los proveedores que ofrecen los materiales que se desea comprar.
- Seguidamente se procede a realizar una solicitud de compra donde se detallará la cantidad y las especificaciones de cada uno de los productos.
- Posteriormente, se verificará que estos cuenten con las características y la calidad esperada; a continuación se realiza la compra, se efectúa el pago y se recibe la factura emitida.
- Finalmente se procede a registrar e ingresar los datos en el kárdex para poder almacenar los recursos adquiridos a la bodega correspondiente.

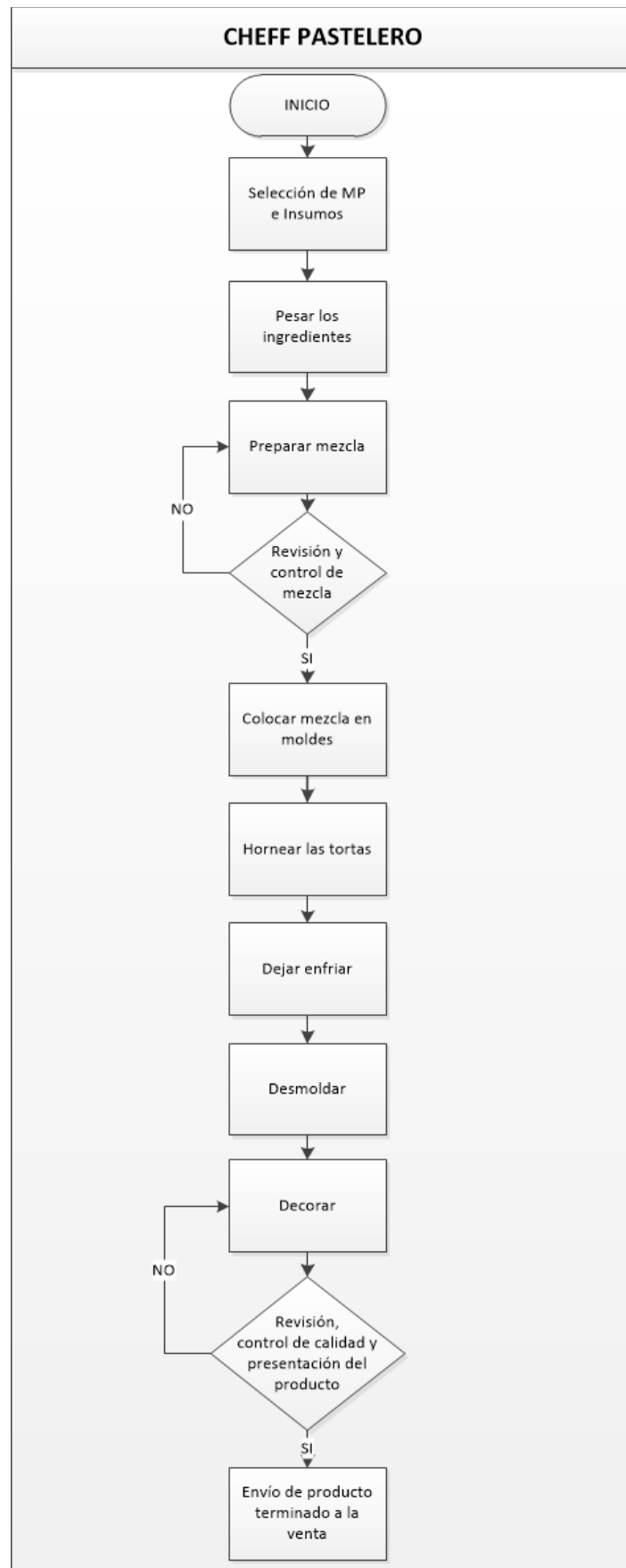


Figura 34. Diagrama de flujo de producción de tortas.

Fuente: Estudio técnico

Producción de Tortas

- Para la elaboración de las tortas, en primer lugar, se inicia seleccionando la materia prima e insumos necesarios para la producción del producto.
- Posteriormente se procede a pesar los ingredientes con el fin de determinar las cantidades exactas mediante el uso de una balanza.
- A continuación, utilizando la batidora se inicia por mezclar los huevos con la stevia hasta obtener una composición espumosa y firme.
- Enseguida incorporar la harina con el zumo del arándano hasta lograr adquirir una mezcla uniforme u homogénea.
- Una vez lograda la mezcla adecuada, se procede a colocar en los moldes de acuerdo a su tamaño; en caso de no obtener lo deseado se ejecuta de nuevo y se continúa a revisar la mezcla, sino caso contrario se procede a hornear las tortas a una temperatura de 180° C por un tiempo promedio de 35 minutos.
- Antes de iniciar a trabajar con la decoración de las tortas es necesario dejar que se enfríen.
- Posteriormente una vez enfriado, se procede a desmoldar y decorar las tortas; en caso de notar fallas menores se regresan a la decoración para sus respectivas correcciones, en caso de presentar fallas menores se desecha el producto.
- Finalmente se supervisa que las tortas estén correctamente terminadas para enviarlas al área de comercialización para su venta y distribución al consumidor final.

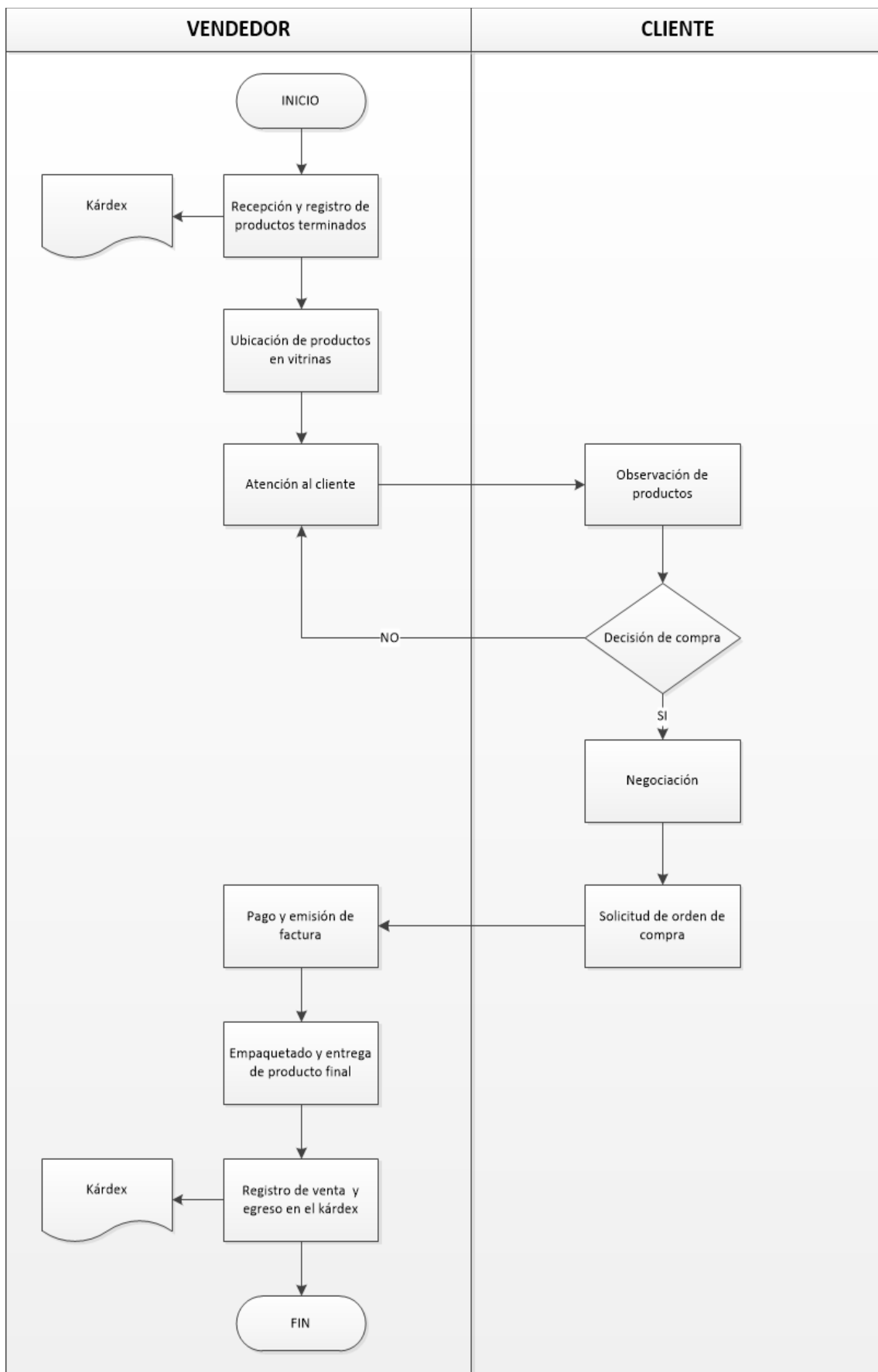


Figura 35. Diagrama de flujo de comercialización de las tortas.

Fuente: Estudio técnico

Comercialización de Tortas

- Para el proceso de la comercialización de tortas, el área de producción transfiere a área de ventas los productos terminados.
- Posteriormente el vendedor empieza a registrar y exhibir todos los productos en las vitrinas comerciales.
- El cliente visita el local con la intención de adquirir los productos que ofrece la microempresa NutriKey, el vendedor brinda la atención respectiva, respondiendo interrogantes y tomando el pedido.
- En caso de aceptar la negociación de la compra se solicita la orden para cobrar y emitir la factura correspondiente de la venta realizada.
- Finalmente se procede a empaclar las tortas en las cajas de cartón, se hace la entrega al consumidor final y se efectúa el registro de egreso en el Kárdex de las unidades vendidas.

4.4.8 Inversión del Proyecto

Se enmarca en la definición de aquellos recursos que hacen posible la puesta en marcha del proyecto de investigación, tales como la Inversión Tangible e Intangible.

4.4.8.1 Inversión Tangible

Para la elaboración de las tortas es necesario tener una inversión en activos tangibles, mismos que tienen una vida útil mayor a un año y que el valor de compra sea superior a \$100,00 dólares. Los costos se establecieron en base a proformas facilitadas por los diferentes proveedores de la ciudad de Ibarra y Quito. Por lo cual a continuación se detallan los valores presupuestados de acuerdo a los datos obtenidos:

4.4.8.1.1 Maquinaria y Equipo

Son aquellos activos necesarios para el proceso de la elaboración de las tortas con el fin de mejorar el desempeño de los trabajadores y aumentar el nivel de producción. A continuación, se detalla la maquinaria y equipo necesario para la fabricación:

Tabla 55
Maquinaria y Equipo

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
1	Horno industrial	5.500,00	5.500,00
1	Batidora industrial	800,00	800,00
1	Balanza industrial	135,00	135,00
2	Vitrinas para exhibición	1.300,00	2.600,00
1	Procesador de alimentos	185,00	185,00
1	Frigorífico	1.000,00	1.000,00
TOTAL		8.920,00	10.220,00

Fuente: Proforma Ecuahornos

4.4.8.1.2 Equipos de Cómputo

Para el desarrollo de las actividades de la microempresa se considera la necesidad de adquirir tecnología básica que ayude a registrar y organizar la información; mismos que se enlistan a continuación:

Tabla 56
Equipos de Cómputo

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
1	Computadora portátil	850,00	850,00
1	Impresora Epson	187,00	187,00
1	Kit sistema de cobro	1.200,00	1.200,00
TOTAL		2.237,00	2.237,00

Fuente: Estudio Técnico

4.4.8.1.3 Equipos de Seguridad

Con la finalidad de monitorear todo lo que se realice dentro de la microempresa se toma en consideración equipos que graben estos sucesos de manera permanente; por lo tanto, el dispositivo a emplearse es:

Tabla 57
Equipo de Seguridad

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
3	Cámaras de Seguridad	85,00	255,00
TOTAL		85,00	255,00

Fuente: Estudio Técnico

4.4.8.1.4 Muebles y Enseres

Para el correcto funcionamiento del negocio será importante contar con el mobiliario suficiente y pertinente que cumpla con todos los requerimientos necesarios para tener un correcto funcionamiento dentro del área de producción, administración y ventas. Por tal razón se utilizan los siguientes:

Tabla 58
Muebles y Enseres

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
Producción			
1	Mesa de trabajo	320,00	320,00
2	Estanterías de acero	210,00	420,00
Administración			
1	Escritorio	199,00	199,00
1	Silla giratoria	129,00	129,00
1	Archivador	120,00	120,00
1	Mesa de reuniones	220,00	220,00
6	Silla	21,99	131,94
Ventas			
1	Mostrador recepción	150,00	150,00
1	Percha	180,00	180,00
3	Mesas	110,00	330,00
6	Sillas	25,00	150,00
	TOTAL	1.684,99	2.349,94

Fuente: Estudio Técnico

4.4.8.1.5 Vehículo

Considerando que el presente proyecto trabajará con entregas a domicilio, se invertirá en la adquisición de un vehículo que ayude a comercializar el producto y a su vez se utilizará para el transporte de la adquisición de la materia prima e insumos.

Tabla 59
Vehículo

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
1	Furgoneta Chery, modelo Practivan	14.490,00	14.490,00
	TOTAL	14.490,00	14.490,00

Fuente: Estudio Técnico

✓ **Resumen de la Inversión Tangible**

En la siguiente tabla se puede observar la inversión tangible correspondiente a la propiedad, planta y equipo, que se requiere para la puesta en marcha del proyecto. El monto total es de 29.551,94 dólares, detallado de la siguiente manera:

Tabla 60
Resumen de Inversión Tangible

Descripción	Monto de Inversión
Maquinaria y Equipo	10.220,00
Equipos de Cómputo	2.237,00
Equipo de Seguridad	255,00
Muebles y Enseres	2.349,94
Vehículo	14.490,00
Total de la Inversión	29.551,94

Fuente: Estudio Técnico

4.4.8.2 Inversión Intangible

Como lo indica la Norma Internacional de Contabilidad 38, la inversión intangible corresponde a aquel activo identificable de carácter no monetario y sin apariencia física.

4.4.8.2.1 Gastos de Constitución

Para definir la inversión intangible se debe considerar el gasto de constitución, mismo que es obligatorio para iniciar un negocio. Además, se ha tomado en cuenta los honorarios profesionales de un abogado para la legalización del emprendimiento, la apertura de los permisos de funcionamiento, certificado de bomberos, entre otros.

Tabla 61
Gastos de Constitución

Detalle	V. Unitario
Constitución Legal	500,00
Registro Único de Contribuyentes (RUC)	0,00
Patente Municipal	20,00
Certificado de Bomberos	18,00
Total	538,00

Fuente: Municipio de Ibarra

4.4.8.2.2 Costos de Producción

Los costos están netamente relacionados a la producción de las tortas de arándanos, mismos que se clasifican en materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

✓ **Materia Prima Directa**

Son todos los elementos fundamentales que se incluyen para la elaboración de un producto. Es muy importante que la materia prima sea perfectamente identificable y medible, para poder determinar con exactitud tanto el costo final del producto como su composición. En las tortas de arándanos se identifica como materia prima directa (MPD) a la harina sin gluten, huevos, stevia y arándanos; a continuación, se presenta un cuadro detallando la cantidad y costo en los tres diferentes tamaños en gramos:

Tabla 62
Materia Prima Directa de la torta pequeña en gramos

Producción Diaria	Ingredientes	Q. Requerida	Total MPD
5	Harina sin gluten	220	1.100
	Huevos	250	1.250
	Stevia	15	75
	Arándanos	60	300
	Total		2.725

Fuente: Investigación de mercados

Tabla 63.
Materia Prima Directa de la torta mediana en gramos

Producción	Ingredientes	Q. Requerida	Total MPD
Diaria			
	Harina sin gluten	440	7.040
	Huevos	500	8.000
17	Stevia	30	480
	Arándanos	120	1.920
	Total		17.440

Fuente: Investigación de mercados

Tabla 64
Materia Prima Directa de la torta grande en gramos

Producción	Ingredientes	Q. Requerida	Total MPD
Diaria			
	Harina sin gluten	660	3.300
	Huevos	750	3.750
5	Stevia	45	225
	Arándanos	180	900
	Total		8.175

Fuente: Investigación de mercados

Se ha analizado la materia prima directa y la cantidad que tiene cada una de las tortas, con la finalidad de determinar los costos de producción en kilogramos y el valor económico anual con el que debe contar la microempresa: En el siguiente apartado se detalla la MPD en kilogramos necesarios para la elaboración de tortas:

Tabla 65
Materia Prima Directa en kilogramos

Producción	Ingredientes	Q. Requerida	Total MPD
Diaria			
27	Harina sin gluten	1,32	11
	Huevos	1,5	13

Stevia	0,09	1
Arándanos	0,36	3
Total M.P.		28

Fuente: Investigación de mercados

La cantidad de insumos con la que la microempresa debe contar para la producción diaria de tortas es de 11 kg de harina sin gluten, 13 kg de huevos entre claras y yemas, 1 kg de Stevia y 3 kg de arándanos, considerando todos los ingredientes como materia prima para la elaboración de tortas, dado que sin el uso de alguno de ellos el pastel no se podría realizar. En la siguiente tabla se detalla el cálculo total en el año de materia prima requerida en cantidades y en valores monetarios:

Tabla 66
Valor total de MPD requerida

M.P.	Requerimi. de M.P. diario (kg)	Requerimi. de M.P. mensual (kg)	Requerimi. de M.P. anual (kg)	Costo Unitario M.P. (Kg)	Costo Total de M.P. (\$)
Harina sin gluten	11	251,68	3.020,16	1,20	3.624,19
Huevos	13	286,00	3.432,00	1,20	4.118,40
Stevia	1	17,16	205,92	8,00	1.647,36
Arándanos	3	68,64	823,68	16,00	13.178,88
		Total			22.568,83

Fuente: Investigación propia

Para el cálculo de la cantidad de productos y el valor económico anual con el que debe contar la microempresa para la adquisición de ingredientes necesarios, se procedió a multiplicar el requerimiento de materia prima anual por el costo unitario de cada ingrediente, dando como resultado que se demandará \$3.624,19 en harina sin gluten; \$4.118,40 en huevos \$1.647,36 en stevia y finalmente los arándanos equivalentes a un costo total de \$13.178,88 dólares anuales.

✓ **Mano de Obra Directa**

Para el correcto funcionamiento de la microempresa, la mano de obra directa (MOD) que participará en la transformación de la materia prima será de 2 trabajadores encargados del proceso de la elaboración de las tortas de arándanos. El pago de las remuneraciones para cada

personal estará en función al salario básico unificado más los beneficios establecido en la ley ecuatoriana.

Tabla 67
Mano de Obra Directa

Personal	Remuneración	Remuneración Anual	A. patronal mensual	A. Patronal Anual	D. Tercer	D. Cuarto	Total Año 1
Mano de Obra Directa			11,15%				
Chef		4.997,64	46,44	557,24	416,47	400,00	6.371,35
Pastelero	416,47						
Ayudante		4.892,16	45,46	545,48	407,68	400,00	6.245,32
Repostería	407,68						
TOTAL DE MOD	824,15	9.889,80	91,89	1.102,71	824,15	800,00	12.616,66

Fuente: Ministerio de Trabajo

El valor de recursos necesarios para el pago de la mano de obra directa es de \$12.616,66 dólares anuales.

✓ **Costos Indirectos de Fabricación (CIF)**

Son aquellos costos que brinda la microempresa al elaborar el producto final, y que no se encuentran detallados en los anteriores grupos. Para el desarrollo del proyecto de investigación se a considerado tomar en cuenta los siguientes rubros:

- **Materia Prima Indirecta**

En la materia prima indirecta se encuentran los insumos necesarios para el decorado de las tortas, mismos que permiten contribuir para finalizar con la fase de producción y se encuentren listos para la venta al público.

Tabla 68
Materia Prima Indirecta

Materia Prima Indirecta	Unidad de medida	Cantidad Diaria	Costo Unitario	Total por torta
Nueces	Kilogramos	1	5	5
Coco Rallado	Kilogramos	1	3,5	3,5
Total				8,5

Fuente: Investigación de propia

En la tabla anterior se describe la materia prima indirecta necesaria para la decoración de las tortas diarias detallando el valor unitario de los insumos que intervienen en esta fase, obteniendo un costo total de \$5,00 para las nueces y de \$3,50 dólares para el coco rallado.

A continuación, se detalla el cálculo de la MPI que utilizará la microempresa para la elaboración de tortas en el período del primer año; mismos que son necesarios para la ejecución óptima de la actividad económica.

Tabla 69
Materia Prima Indirecta

Materia Prima Indirecta	Unidad de medida	Cantidad diaria	Costo Unitario	Cantidad mensual	Costo U. mensual	Cantidad anual	Costo U. Anual
Nueces	Kilogramos	1	5	22	110	264	1.320
Coco Rallado	Kilogramos	1	3,5	22	77	264	924
TOTAL COSTO ANUAL DE MPI							2.244

Fuente: Investigación de propia

Para el cálculo del costo unitario anual, se multiplicó el costo unitario por la cantidad anual; obteniendo como resultado un valor de \$1.320,00 para las nueces y \$924,00 el coco rallado, dando un Costo Unitario Anual de \$2.244,00 dólares americanos para la adquisición de la materia prima indirecta.

- **Mano de Obra Indirecta**

Son aquellos costos que no asisten de forma directa en la producción de las tortas, por lo tanto, la microempresa considera el pago al personal técnico que va a realizar el mantenimiento de la maquinaria industrial, con el fin de que garantice el buen funcionamiento y que se encuentren en perfectas condiciones.

Tabla 70
Mano de Obra Indirecta

Personal	Nro. de máquinas industriales	Nro. de mant. al año	V. unitario de Mant.	Total
1 Técnico de Hornos	1	2	80,00	160,00
1 Técnico batidoras	1	1	200,00	200,00
Total				360,00

Fuente: Investigación de propia

- **Otros Costos Indirectos**

Son aquellos costos indirectos que ayudan a mejorar y agilizar el proceso de producción del bien a ofertar en el mercado; detallándose a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 71
Otros Costos Indirectos de Fabricación

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total Anual
24	Molde pequeño de 15cm de diámetro	4,00	96,00
24	Molde mediano de 22cm de diámetro	6,00	144,00
24	Molde grande de 30cm de diámetro	7,00	168,00
3	Cucharas de silicona	2,50	7,50
1	Set Cucharas de acero	15,00	15,00
1	Set de cucharas medidoras de repostería	6,50	6,50
1	Kit espátulas	10,50	10,50
1	Kit de cuchillos profesionales	21,00	21,00
3	Recipientes	2,00	6,00
2	Bases giratorias	35,00	70,00
3	Guantes de silicona	5,00	15,00
3	Caja de guantes quirúrgicas	5,00	15,00
2	Delantal para pastelero	15,00	30,00
2	Cofias de tela	8,00	16,00

1	Balanza electrónica	12,00	12,00
1	Rejillas de enfriamiento tres servicios	23,00	23,00
	Otros Costos		
96	Canecas de Diesel	7,00	672,00
12	Arrendamiento Local	300,00	3.600,00
1	Instalaciones y adecuaciones	3.600,00	3.600,00
	Depreciaciones		
1	Depreciación de Maquinaria y equipo		919,80
	TOTAL DE CIF		9.447,30

Fuente: Investigación de propia

A continuación, se detalla el cuadro resumen anual de los Costos Indirectos de Fabricación tomado en cuenta la materia prima indirecta, mano de obra indirecta y otros costos.

Tabla 72
Resumen de los Costos Indirectos de Fabricación

Detalle	Valor
Materia Prima Indirecta	2.244,00
Mano de Obra Indirecta	360,00
Otros costos	9.447,30
Total CIF	12.051,30

Fuente: Estudio Técnico

En la siguiente tabla se detalla el resumen de todos los costos de producción anual, mismos que son necesarios para la producción de tortas:

Tabla 73
Resumen de los Costos de Producción

Detalle	Valor
Materia Prima Directa	22.568,83
Mano de Obra Directa	12.616,66
Costos Indirectos Fabricación	12.051,30
TOTAL	47.236,79

Fuente: Estudio Técnico

4.4.8.2.3 Gastos Administrativos

Son aquellos gastos que se pagan para que la microempresa ejerza las funciones en el ámbito administrativo; mismo que se clasifica de la siguiente forma:

✓ Servicios Básicos

El buen funcionamiento de las actividades del negocio depende de este tipo de gasto fijo, puesto que ayuda a efectuar cada una de las actividades de manera eficiente y en condiciones óptimas, cumpliendo así los estándares de calidad.

Tabla 74
Servicios Básicos

Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total Anual
12	Energía Eléctrica	20,00	240,00
12	Agua Potable	10,00	120,00
12	Teléfono	15,00	180,00
12	Internet	17,00	204,00
	TOTAL	62,00	744,00

Fuente: Investigación de propia

✓ Remuneración del Personal Administrativo

Por ser una pequeña empresa no se necesitará de un gran número de trabajadores para el área de administración, únicamente se contará con un gerente general y un contador externo que realice las declaraciones tributarias por un valor mensual de \$20,00 dólares americanos.

Tabla 75
Personal Administrativo

Personal	Remuneración	Remuneración Anual	A. patronal mensual	A. Patronal Anual	D. Tercer	D. Cuarto	Total Año 1
Personal Administrativo			11,15%				
Gerente	436,79	5.241,48	48,70	584,43	436,79	400,00	6.662,70

Contador	20,00	240,00	-	240,00
		TOTAL		6.902,70

Fuente: Ministerio de Trabajo y aportaciones de autoras

El valor monetario que la microempresa deberá de cubrir para el cumplimiento del pago administrativo es de \$6.902,70 dólares, valor estimado para el primer año.

✓ **Suministros de Oficina**

Se refiere a todos los artículos de papelería que ayudan a que las actividades e lleven a cabo, mismos que estarán disponibles para las necesidades suscritas en el área administrativa y su estimación se presenta para el transcurso de un año:

Tabla 76

Suministros de Oficina

Cantidad	Descripción	Características	V. Unitario	V. Total
2	Papel resma	HP 75gr A4 500 hojas	2,80	5,60
6	Esferos	Bic punta media 1,0 mm	0,20	1,19
1	Perforadora	Mediana	1,79	1,79
1	Grapadora	Eagle 900 metal 26/6	3,26	3,26
2	Grapas	Alex 5000 PCS 26/6	0,94	1,88
2	Clips	Paquete	0,35	0,70
3	Archivadores	Bene plus oficio	1,89	5,66
1	Teléfono	Panasonic 833 1 base y 2 extensiones	61,78	61,78
2	Calculadoras	Casio científica FX-570 la plussr	24,30	48,60
2	Tijeras	Carioca Escolar	0,37	0,75
1	Cartucho Epson	T544120 Negro L3110 3150	8,24	8,24
1	Cartucho Epson	T544220 Cyan L3110 3150	8,17	8,17
1	Cartucho Epson	T544320 Magenta L3110 3150	8,27	8,27
1	Cartucho Epson	T544420 Yellow L3110 3150	8,50	8,50
5	Cuadernos Norma	Cuadros Universitario 100hjs Andaluz	1,03	5,15
		Total	131,88	169,53

Fuente: Investigación de propia

✓ Materiales de Aseo y Limpieza

Uno de los puntos más importantes que motivan a todo el personal de trabajo como también a los clientes en el ambiente en el que se desenvuelven las actividades diarias. Es por ello que se incurren en los siguientes materiales con el fin de brindar el mejor servicio:

Tabla 77

Materiales de aseo y limpieza

Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
3	Escobas	1,75	5,25
3	Trapeadores	2,20	6,60
3	Recogedores de basura	2,00	6,00
3	Ambiental galón	6,00	18,00
3	Cloro galón	3,60	10,80
3	Desinfectante 5lts	3,56	10,68
2	Galones de jabón líquido para manos	6,00	12,00
5	Basureros	5,00	25,00
5	Fundas de basura paquete	0,80	4,00
50	Papel higiénico	0,25	12,50
3	Alcohol galón	7,00	21,00
3	Cajas de mascarilla de 50 u.	1,50	4,50
TOTAL		39,66	136,33

Fuente: Investigación de propia

En la siguiente tabla se presenta el resumen de todos los gastos administrativos anuales en los que incurrirá el emprendimiento:

Tabla 78

Resumen Gastos Administrativos

Detalle	V. Unitario
Servicios Básicos	744,00
Remuneración personal administrativo	6.902,70
Suministros de oficina	169,53
Materiales de aseo y limpieza	136,33

Total**7.952,55**

Fuente: Estudio Técnico

4.4.8.2.4 Gastos de Ventas

Son aquellos egresos que ayudan a que el producto final sea entregado al cliente, y están constituidos por los siguientes:

✓ **Remuneración del Personal de Ventas**

El proyecto de investigación contará con un trabajador en el local comercial ubicado en la ciudad de Ibarra, mismo que se encargará en la atención a los clientes y realizar el proceso de comercialización:

Tabla 79

Remuneración del personal de ventas

Personal	Remuneración	Remuneración Anual	A. patronal mensual	A. Patronal Anual	D. Tercer	D. Cuarto	Total Año 1
Vendedor			11,15%				
Vendedor 1	409,87	4.918,44	45,70	548,41	409,87	400,00	6.276,72

Fuente: Ministerio de Trabajo

✓ **Gasto de Publicidad**

Permiten a la empresa dar a conocer el producto que se va a ofrecer al mercado con la finalidad de obtener rentabilidad; la microempresa utilizará medios de comunicación como son las redes sociales, cuñas publicitarias por medio de la radio, tarjetas de presentación:

Tabla 80

Gatos de publicidad

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
1	Redes Sociales	45,00	45,00
3	Radio	20,00	60,00

500	Tarjetas de presentación acabado brillante	0,03	15,00
100	Afiches A4 full color de 150gr	0,25	25,00
500	Flyers de 1/2A-4	0,03	15,00
TOTAL		65,31	160,00

Fuente: Investigación de mercados

✓ Otros Gastos de Venta

Estos gastos permitirán adecuar el negocio conforme a las disposiciones legales del cuerpo de bomberos de Ibarra, también aquí se encuentran incluidos los gastos para la adquisición de un facturero que permitirá llevar un registro real de las ventas, las guías de remisión que permitirán el traslado de los productos sin inconvenientes, entre otros. A continuación, se detalla la siguiente tabla:

Tabla 81

Otros gastos de ventas

Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Block de 100 facturas A6 (10,5x15 cm)	6,00	6,00
1	Guía de remisión de 100 hojas	9,00	9,00
500	Cajas para empaque de tortas	0,15	75,00
2	Extintores 10 lb PQS	20,00	40,00
	Otros		
2	Detectores de Humo	10,00	20,00
4	Señales de emergencia A4	3,00	12,00
1	Señal 15x20 Baño	2,00	2,00
Total			164,00

Fuente: Proformas Imprentas y agregaciones de autoras

La tabla que se presenta a continuación se detalla el resumen de los gastos de ventas en los cuales incurrirá la microempresa:

Tabla 82
Resumen gastos de ventas

Detalle	V. Unitario
Remuneración personal ventas	6.276,72
Gastos de publicidad	160,00
Otros gastos de venta	164,00
Total	6.600,72

Fuente: Estudio Técnico

4.4.9 Capital de Trabajo

Son aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa para poder hacer frente a compromisos de pago con terceros que se encuentran relacionados con la actividad económica en un determinado tiempo. Aquellos rubros conformados por las siguientes cuentas son:

Tabla 83
Inversión en Capital Trabajo

Concepto	V. Mensual
Costos de Producción	
Materia Prima Directa	1.880,74
Mano Obra Directa	1.051,39
Costos Indirectos Fabricación	927,63
Gastos de Administración	
Servicios Básicos	62,00
Remuneración personal administrativo	575,22
Suministros de oficina	14,13
Materiales de aseo y limpieza	11,36
Gastos de Constitución	538,00
Gastos de Ventas	
Remuneración personal ventas	523,06
Gastos de publicidad	13,33
Otros gastos de venta	13,67
Total	5.610,52

Fuente: Estudio Técnico

Para la puesta en marcha del negocio objeto de este estudio, se deberá contar con un capital de trabajo mensual de \$5.610,52 dólares, este valor corresponde a la sumatoria de los costos y gastos anuales incurridos para la elaboración de tortas a base de arándanos dividido para 12 meses del año, obteniendo así el resultado del monto necesario para la puesta en marcha del giro del negocio.

4.4.10 Inversión Total del Proyecto

La inversión total para la implementación del proyecto se encuentra constituido por inversión tangible es decir aquellos bienes utilizados como medios de producción y el capital de trabajo que conforma los valores en efectivo con el que debe contar la microempresa para cubrir las actividades productivas al inicio del proyecto hasta que esta pueda autofinanciarse.

Tabla 84

Inversión Total del proyecto

Inversión Total	
Concepto	Valor Total
Inversión tangible	29.551,94
Capital de Trabajo	5.610,52
TOTAL	35.162,46

Fuente: Estudio Técnico

4.4.11 Financiamiento

Para la implementación de la microempresa en cuanto al recurso de capital con el cual operará, se consideró que el total de los rubros de esta inversión estarán compuestos de la siguiente manera: el 43.12% que corresponde a capital propio siendo este valor de \$15.162,46 y el 56.88% a través de la institución financiera BanEcuador correspondiente a \$20.000,00 a un plazo de 36 meses con una tasa del 11%, siendo esta tasa la actual para microcréditos. En la siguiente tabla se detalla el número de cuotas, capital, saldo, interés, amortización y el valor de la cuota mensual a cancelar por parte de la microempresa:

Tabla 85.
Financiamiento

Nro. de cuota	Capital	Valor de la cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	20.000,00	\$654,76	\$183,30	\$471,45	\$19.528,55
2	\$19.528,55	\$654,76	\$178,98	\$475,77	\$19.052,77
3	\$19.052,77	\$654,76	\$174,62	\$480,13	\$18.572,64
4	\$18.572,64	\$654,76	\$170,22	\$484,54	\$18.088,10
5	\$18.088,10	\$654,76	\$165,78	\$488,98	\$17.599,13
6	\$17.599,13	\$654,76	\$161,30	\$493,46	\$17.105,67
7	\$17.105,67	\$654,76	\$156,78	\$497,98	\$16.607,69
8	\$16.607,69	\$654,76	\$152,21	\$502,54	\$16.105,14
9	\$16.105,14	\$654,76	\$147,61	\$507,15	\$15.597,99
10	\$15.597,99	\$654,76	\$142,96	\$511,80	\$15.086,19
11	\$15.086,19	\$654,76	\$138,27	\$516,49	\$14.569,70
12	\$14.569,70	\$654,76	\$133,53	\$521,22	\$14.048,48
13	\$14.048,48	\$654,76	\$128,76	\$526,00	\$13.522,48
14	\$13.522,48	\$654,76	\$123,94	\$530,82	\$12.991,66
15	\$12.991,66	\$654,76	\$119,07	\$535,69	\$12.455,97
16	\$12.455,97	\$654,76	\$114,16	\$540,60	\$11.915,38
17	\$11.915,38	\$654,76	\$109,21	\$545,55	\$11.369,83
18	\$11.369,83	\$654,76	\$104,21	\$550,55	\$10.819,27
19	\$10.819,27	\$654,76	\$99,16	\$555,60	\$10.263,68
20	\$10.263,68	\$654,76	\$94,07	\$560,69	\$9.702,99
21	\$9.702,99	\$654,76	\$88,93	\$565,83	\$9.137,16
22	\$9.137,16	\$654,76	\$83,74	\$571,01	\$8.566,15
23	\$8.566,15	\$654,76	\$78,51	\$576,25	\$7.989,90
24	\$7.989,90	\$654,76	\$73,23	\$581,53	\$7.408,37
25	\$7.408,37	\$654,76	\$67,90	\$586,86	\$6.821,51
26	\$6.821,51	\$654,76	\$62,52	\$592,24	\$6.229,27
27	\$6.229,27	\$654,76	\$57,09	\$597,67	\$5.631,61
28	\$5.631,61	\$654,76	\$51,62	\$603,14	\$5.028,47
29	\$5.028,47	\$654,76	\$46,09	\$608,67	\$4.419,80
30	\$4.419,80	\$654,76	\$40,51	\$614,25	\$3.805,55
31	\$3.805,55	\$654,76	\$34,88	\$619,88	\$3.185,67

32	\$3.185,67	\$654,76	\$29,20	\$625,56	\$2.560,11
33	\$2.560,11	\$654,76	\$23,46	\$631,29	\$1.928,81
34	\$1.928,81	\$654,76	\$17,68	\$637,08	\$1.291,73
35	\$1.291,73	\$654,76	\$11,84	\$642,92	\$648,81
36	\$648,81	\$654,76	\$5,95	\$648,81	\$0,00
		\$23.571,30	\$3.571,30	\$20.000,00	

Fuente: BanEcuador

4.4.12 Conclusión Estudio Técnico

- En este capítulo se logró determinar la ingeniería del proyecto, en lo que se refiere a la distribución del espacio físico para la puesta en marcha del mismo, se contará con la infraestructura dividida de la siguiente manera: área de ventas, área administrativa, y área de producción, y se encontrará ubicada en el centro de la ciudad de Ibarra en la calle Sánchez y Cifuentes y Rafael Larrea.
- Se definió esta localización para el proyecto tomando en cuenta criterios de; disponibilidad de la materia prima, insumos, materiales, mano de obra, estado de las vías de acceso, precio del alquiler.
- Se determinó que la capacidad instalada de la microempresa, estará en función al volumen que se espera poder elaborar y colocar a la venta en el mercado; se pretende producir 7.128 tortas en el primer año del proyecto.
- Se analizó de qué manera el financiamiento para la puesta en marcha del proyecto, el mismo se encontrará conformado por un 43.12% de capital propio y el 56.88% a través del apalancamiento que será otorgado por BanEcuador este porcentaje corresponde a \$20.000,00 dólares otorgados a 36 meses plazo con una tasa del 11%.

4.5 Estudio Financiero

4.5.1 Introducción

Una vez determinada la población objetivo a satisfacer y detallados los recursos que brindará la microempresa para la puesta en marcha, es pertinente proceder a elaborar los

estados financieros presupuestados para un período de cinco años; cuyos rubros son los ingresos, costos y gastos que estarán reflejados en el estado de situación financiera, el de resultados y flujos de efectivo, y finalmente lo antes mencionado servirá como base para la evaluación financiera de cada uno de los indicadores.

4.5.2 Objetivo del Estudio Financiero

Desarrollar un estudio financiero a través del análisis de estados financieros que permitan identificar si existe viabilidad económica financiera en la presente propuesta de negocio.

4.5.3 Presupuesto de la Inversión

4.5.3.1 Ingresos

Son definidos como incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como disminuciones de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios de la entidad (NIC 18, 2015).

4.5.3.2 Proyección de Ingresos

Para la proyección de ingresos del proyecto de investigación se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

Es la producción anual de tortas que se pretende ubicar en el mercado para el año 1, valores que se obtuvieron de la capacidad instalada del estudio técnico, en cuanto al valor unitario para cada tipo de torta fue considerado de los precios a los que son comercializados, información obtenida mediante el estudio de mercado.

Para su respectivo cálculo de la proyección anual de ingresos, se utilizó la tasa de crecimiento poblacional a nivel provincial correspondiente del 1.96% proporcionado por el PDyOT de Imbabura, dato que se empleará para la estimación del incremento anual de la cantidad a producir; además, posterior a esto se tomó en cuenta la tasa anual de inflación de

los últimos cinco años referentes del 2016 – 2020, información detallada en el INEC que corresponde al 0,04%, datos importantes que permiten determinar la proyección de los precios de los diferentes tipos de tortas.

Tabla 86
Promedio de la tasa de inflación

Años	% de Inflación
2016	1,12%
2017	-0,20%
2018	0,27%
2019	-0,07%
2020	-0,93%
Total	0,19%
Promedio	0,04%

Fuente: Tasa de Inflación, Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos

Tabla 87
Proyección de Ingresos

Productos	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	P.			P.			P.			P.			P.		
	Q	Unit	Total	Q	Unit	Total	Q	Unit	Total	Q	Unit	Total	Q	Unit	Total
Torta															
pequeña	1.320	7	9.240	1.346	7,00	9.426	1.372	7,01	9.611	1.399	7,01	9.804	1.426	7,01	9.997
Torta															
mediana	4.488	12	53.856	4.576	12,00	54.933	4.666	12,01	56.035	4.757	12,01	57.149	4.850	12,02	58.289
Torta															
grande	1.320	15	19.800	1.346	15,01	20.198	1.372	15,01	20.596	1.399	15,02	21.009	1.426	15,02	21.423
Total															
Ingresos	7.128		82.896	7.268		84.556,12	7.410		86.241,51	7.555		87.962,20	7.702		89.708,23
Proyectados															

Fuente: Estudio Técnico y Estudio de Mercado

Para el año 1 se pretende producir 1.320 unidades de tortas pequeñas a \$7,00 dando un ingreso de \$9.240,00; en tortas medianas una cantidad de 4.488 a \$12,00 dando un total de \$53.856,00 mientras que en las tortas grandes se elaborarán 1.320 unidades a \$15,00 dando como resultado \$19.800,00 dólares; valores que generarán un ingreso total de \$82.896,00 dólares para el primer año.

A continuación, se detalla un resumen de los ingresos esperados para los cinco primeros años de vida útil del proyecto:

Tabla 88
Resumen de Ingresos proyectados

Año	Cantidad	Total \$
1	7.128	82.896,00
2	7.268	84.556,12
3	7.410	86.241,51
4	7.555	87.962,20
5	7.702	89.708,23

Fuente: Estudio Técnico y Estudio de Mercado

4.5.4 Costos y Gastos Proyectados

4.5.4.1 Costos de Producción

Son los desembolsos de dinero necesarios para la transformación de la materia prima en un producto final, es decir, son rubros para la adquisición de materia prima e insumos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

4.5.4.2 Materia Prima Directa

Son todos los elementos fundamentales que se incluyen para la elaboración de un producto. Es muy importante que la materia prima sea perfectamente identificable y medible, para poder determinar con exactitud tanto el costo final del producto como su composición. En el siguiente apartado se detalla la MPD en kilogramos necesarios para la elaboración de las 27 tortas:

Tabla 89
Materia Prima Directa en kilogramos

Producción Diaria	Ingredientes	Q. Requerida	Total MPD
27	Harina sin gluten	1,32	11
	Huevos	1,5	13
	Stevia	0,09	1
	Arándanos	0,36	3
	Total M.P.		28

Fuente: Estudio Técnico

La cantidad de insumos con la que la microempresa debe contar para la producción diaria de tortas es de 11 kg de harina sin gluten, 13 kg de huevos entre claras y yemas, 1 kg de Stevia y 3 kg de arándanos, considerando todos los ingredientes como materia prima para la elaboración de tortas, dado que sin el uso de alguno de ellos el pastel no se podría realizar. En la siguiente tabla se detalla el cálculo total en el año de materia prima requerida en cantidades y en valores monetarios:

Tabla 90
Valor total de MPD requerida

M.P.	Requerimi. de M.P. diario (kg)	Requerimi. de M.P. mensual (kg)	Requerimi. de M.P. anual (kg)	Costo Unitario M.P. (Kg)	Costo Total de M.P. (\$)
Harina sin gluten	11	251,68	3.020,16	1,20	3.624,19
Huevos	13	286,00	3.432,00	1,20	4.118,40
Stevia	1	17,16	205,92	8,00	1.647,36
Arándanos	3	68,64	823,68	16,00	13.178,88
Total					22.568,83

Fuente: Estudio Técnico

Para el cálculo de la cantidad de productos y el valor económico anual con el que debe contar la microempresa para la adquisición de ingredientes necesarios, se procedió a multiplicar el requerimiento de materia prima mensual por los doce meses que tiene el año por el costo unitario de cada uno de los ingrediente, dando como resultado que se demandará \$3.624,19 en harina sin gluten; \$4.118,40 en huevos \$1.647,36 en stevia y finalmente los arándanos equivalente a \$13.178,88 dándonos un costo total de materia prima directa de \$22.568,83 dólares al año uno.

Tabla 91
Proyección anual de MPD requerida

Q	Producto	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
		Q en kg	Precio	Total	Q en kg	Precio	Total	Q en kg	Precio	Total	Q en kg	Precio	Total	Q en kg	Precio	Total
7128	Harina	3.020	1,20	3.624,19	3.079	1,20	3.696,20	3.139	1,20	3.769,66	3.201	1,20	3.845,58	3.264	1,20	3.922,76
	Huevos	3.432	1,20	4.118,40	3.499	1,20	4.200,40	3.568	1,20	4.284,85	3.638	1,20	4.370,58	3.709	1,20	4.457,57
	Stevia	206	8,00	1.647,36	210	8,00	1.680,64	214	8,01	1.713,30	218	8,01	1.745,99	222	8,01	1.778,70
	Arándanos	824	16,00	13.178,88	840	16,01	13.445,11	856	16,01	13.706,41	873	16,02	13.983,93	890	16,02	14.261,66
Total de MP		7.482	26,40	22.568,83	7.628	26,41	23.022,35	7.777	26,42	23.474,23	7.930	26,43	23.946,08	8.085	26,44	24.420,68

Fuente: Estudio Técnico

Para su respectivo cálculo de la proyección anual, se utilizó la tasa de crecimiento poblacional a nivel provincial correspondiente del 1.96% proporcionado por el PDyOT de Imbabura, dato que se empleará para la estimación del incremento anual de la cantidad a producir; además, posterior a esto se tomó en cuenta la tasa anual de inflación de los últimos cinco años referentes del 2016 – 2020, información detallada en el INEC que corresponde al 0,04%.

En el siguiente cuadro se detalla un resumen de la proyección anual de Materia Prima Directa para los cinco años de vida útil del proyecto.

Tabla 92
Proyección de costo total de MPD

Año	Cantidad kg	Total
1	7.482	22.568,83
2	7.628	23.022,35
3	7.777	23.474,23
4	7.930	23.946,08
5	8.085	24.420,68

Fuente: Estudio Técnico

4.5.4.3 Mano de Obra Directa

La Mano de Obra Directa está constituida por los rubros que se pagan a las personas que participan en el proceso de producción, se contara con dos personas que serán el chef pastelero encargado de elaborar las tortas y el ayudante de repostería que será la persona que ayude en la decoración de tortas y en la distribución de las mismas además de la compra de los materiales para la producción. Para el cálculo anual del total de los costos de MOD se efectuó los siguientes procedimientos:

- Se estableció el Salario mínimo sectorial 2020 acorde a la tabla de remuneraciones del Ministerio de Trabajo
- El salario de cada persona que participa en el proceso de producción se multiplicó por los doce meses del año.
- El porcentaje de aporte patronal es del 11,15% se procedió a multiplicar el salario de cada uno por este porcentaje para obtener el total del aporte.
- El décimo tercer sueldo corresponde a la suma del Salario Básico Unificado al año dividido para los doce meses.
- El décimo cuarto es igual a un Salario Básico Unificado vigente del año.

Tabla 93.
Mano de Obra Directa

Personal	Remuneración	Remuneración Anual	A. patronal mensual	A. Patronal Anual	D. Tercer	D. Cuarto	Total Año 1
Mano de Obra Directa			11,15%				
Chef Pastelero	416,47	4.997,64	46,44	557,24	416,47	400,00	6.371,35
Ayudante Repostería	407,68	4.892,16	45,46	545,48	407,68	400,00	6.245,32
Total de MOD	824,15	9.889,80	91,89	1.102,71	824,15	800,00	12.616,66

Fuente: Ministerio de Trabajo

Para la proyección de los cinco años de vida útil del proyecto, se multiplicó el Salario Básico Unificado por el promedio de crecimiento de las variaciones de los últimos años partiendo desde el 2015 hasta el 2020, dando un valor de 2,41%.

Tabla 94
Tasa de crecimiento de SBU

Años	SBU	% de crecimiento	Tasa de Crecimiento
2020	400	0,015000	1,500000
2019	394	0,020305	2,030457
2018	386	0,028497	2,849741
2017	375	0,024000	2,400000
2016	366	0,032787	3,278689
2015	354		12,058886
			2,411777
Tasa de Crecimiento SBU		%	0,02411777

Fuente: INEC

A partir del segundo año se procedió a aplicar los fondos de reserva al que tienen derecho los trabajadores por cumplir un año de trabajo dentro de una empresa.

Tabla 95
Proyección de salarios de Mano de Obra Directa

Personal	Remuner. (SBU)	Ingreso Anual	Aporte patronal mensual	Patronal Anual	F. Reserva	Dec tercero	Dec. Cuarto	Total de remuner. anual
M.O.D			11,15%					
Año 1	824,15	9.889,80	91,89	1.102,71		824,15	800,00	12.616,66
Año 2	844,03	10.128,32	94,11	1.129,31	844,03	844,03	819,29	13.764,98
Año 3	864,38	10.372,59	96,38	1.156,54	864,38	864,38	839,5	14.096,96
Año 4	885,23	10.622,76	98,70	1.184,44	885,23	885,23	859,29	14.436,94
Año 5	906,58	10.878,95	101,08	1.213,00	906,58	906,58	880,01	14.785,13

Fuente: Ministerio de Trabajo

4.5.5 Costos Indirectos de Fabricación

Son aquellos costos que son difíciles de cuantificar, pero si son necesarios para los acabados del producto final; el personal técnico que intervendrá en el mantenimiento de la maquinaria y otros costos indirectos de fabricación. Para el desarrollo del proyecto de investigación se ha tomado en cuenta los siguientes rubros:

4.5.5.1 Materia Prima Indirecta

Estos materiales permiten realizar el acabado o la decoración de los pasteles para la venta al público. A continuación, se presentan cada una de la materia prima indirecta requerida para el decorado de las tortas.

Tabla 96
Cálculo de la Materia Prima Indirecta

Materia Prima Indirecta	Unidad de medida	Cantidad diaria	Costo Unitario	Cantidad mensual	Costo U. mensual	Cantidad anual	Costo U. Anual
Nueces	Kilogramos	1	5	22	110	264	1320
Coco Rallado	Kilogramos	1	3,5	22	77	264	924
TOTAL COSTO ANUAL DE MPI							2244

Fuente: Estudio Técnico

A continuación, se detalla el resumen de la proyección de la materia prima indirecta estimado para los cinco años de vida útil del proyecto:

Tabla 97
Cálculo de la Materia Prima Indirecta anual

Productos en kg	Tortas anuales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
		Q. Anual kg	P. Unitario por kg	Total	Q. Anual kg	P. Unitario por kg	Total	Q. Anual kg	P. Unitario por kg	Total	Q. Anual kg	P. Unitario por kg	Total	Q. Anual kg	P. Unitario por kg	Total
Nueces	7.128	264	5,00	1.320,00	269	5,00	1.345,51	274	5,00	1.371,04	279	5,01	1.396,59	284	5,01	1.422,16
Coco rallado		264	3,50	924,00	269	3,50	941,86	274	3,50	959,73	279	3,50	977,61	284	3,51	995,51
		528			2.244,00	538		2.287,37	548		2.330,77	558		2.374,20	568	

Fuente: Estudio Técnico

Para la proyección de la materia prima indirecta anual se utilizó el crecimiento del 1,96% y para el incremento del precio se determinó en base a la tasa de inflación de los últimos cinco años del 0.04%. En la siguiente tabla se detalla el crecimiento de los costos totales anuales de la MPI:

Tabla 98
Resumen Materia Prima Indirecta

Año	Cantidad	Total
1	528	2.244,00
2	538	2.287,37
3	548	2.330,77
4	558	2.374,20
5	568	2.417,67

Fuente: Estudio Técnico

4.5.5.2 Mano de Obra Indirecta

Está conformada por el personal que trabajará de manera ocasional, siendo un técnico de hornos y batidoras industriales encargados de darles mantenimiento; estos servicios serán contratados de una a dos veces al año respectivamente:

Tabla 99
Proyecciones de las remuneraciones de la MOI

Personal	Remuneración	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MOI						
1 Técnico de Hornos	160,00	160,00	163,86	167,81	171,86	176,00
1 Técnico batidoras	200,00	200,00	204,82	209,76	214,82	220,00
Total de MOI		360,00	368,68	377,57	386,68	396,01

Fuente: Estudio Técnico

4.5.5.3 Otros Costos Indirectos de Fabricación

Estos costos están conformados por aquellos rubros que no incurren de manera frecuente, pero si son necesarios para la producción de las tortas. Además, ayudan a tener un correcto funcionamiento en cada una de las actividades realizadas por los trabajadores, con la finalidad de optimizar y mejorar el desempeño laboral en el área de producción.

Tabla 100
Costos anuales de los CIF

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total Anual
24	Molde pequeño de 15cm de diámetro	4,00	96,00
24	Molde mediano de 22cm de diámetro	6,00	144,00
24	Molde grande de 30cm de diámetro	7,00	168,00
3	Cucharas de silicona	2,50	7,50
1	Set Cucharas de acero	15,00	15,00
1	Set de cucharas medidoras de repostería	6,50	6,50
1	Kit espátulas	10,50	10,50

1	Kit de cuchillos profesionales	21,00	21,00
3	Recipientes	2,00	6,00
2	Bases giratorias	35,00	70,00
3	Guantes de silicona	5,00	15,00
3	Caja de guantes Quirúrgicos	5,00	15,00
2	Delantal para pastelero	15,00	30,00
2	Cofias de tela	8,00	16,00
1	Balanza electrónica	12,00	12,00
1	Rejillas de enfriamiento tres servicios	23,00	23,00
	Otros Costos		
96	Canecas de Diesel	7,00	672,00
12	Arrendamiento Local	300,00	3.600,00
1	Instalaciones y adecuaciones	3.600,00	3.600,00
	TOTAL DE CIF		7.872,30

Fuente: Estudio Técnico

4.5.6 Resumen de los Costos de Producción

Para una mayor comprensión se detalla un cuadro resumen:

Tabla 101

Resumen de los costos producción

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	22.568,83	23.022,35	23.474,23	23.946,08	24.420,68
Mano de Obra Directa	12.616,66	13.764,98	14.096,96	14.436,94	14.785,13
Costos Indirectos de Fabricación	11.131,50	11.186,79	11.242,33	11.298,11	11.354,15
Total Costos	46.316,99	47.974,11	48.813,51	49.681,13	50.559,96

Fuente: Estudio Técnico

4.5.7 Gastos Administrativos

Son los desembolsos utilizados para el financiamiento de actividades y operaciones que se realizan dentro del área administrativa de una empresa, como son el pago de salarios al personal, la compra de suministros de oficina, materiales de aseo y limpieza, entre otros. Más adelante se detalla los rubros que conforman esta cuenta y las cantidades necesarias para el

financiamiento del negocio, cantidad con la cual la entidad debe tener para el funcionamiento de la misma.

4.5.7.1 Servicios Básicos

Para el buen funcionamiento de las actividades del negocio se depende de este tipo de gasto fijo, puesto que ayuda a efectuar cada una de las actividades de manera eficiente y en condiciones optimas, cumpliendo asi los estándares de calidad.

Tabla 102
Servicios Básicos

Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total Anual
12	Energía Eléctrica	20,00	240,00
12	Agua Potable	10,00	120,00
12	Teléfono	15,00	180,00
12	Internet	17,00	204,00
	TOTAL	62,00	744,00

Fuente: Estudio Técnico

Para la proyección se consideró el valor total obtenido para el año uno multiplicado por el porcentaje de inflación de los últimos cinco años, correspondiente a 0.04% más el valor total del año 1. En la siguiente tabla se presenta las estimaciones realizadas para los cinco años:

Tabla 103
Proyección de los Servicios Básicos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Básicos	744,00	744,28	744,57	744,85	745,13

Fuente: Estudio Técnico

4.5.7.2 Remuneración del Personal Administrativo

Por ser una pequeña empresa no se necesita de un gran número de personal, para esto únicamente se contará de un gerente general y un contador externo que será contratado ocasionalmente.

Tabla 104
Remuneración anual del personal administrativo

Personal	Remuneración	Remuneración Anual	A. patronal mensual	A. Patronal Anual	D. Tercer	D. Cuarto	Total Año 1
Personal Administrativo			11,15%				
Gerente	436,79	5.241,48	48,70	584,43	436,79	400,00	6.662,70
Contador	20,00	240,00					240,00
		TOTAL					6.902,70

Fuente: Estudio Técnico

En la siguiente tabla se presenta el proceso de crecimiento total de las remuneraciones obtenidas para cada año:

Tabla 105
Proyección de las remuneraciones del personal administrativo

Personal	Remuner. (SBU)	Ingreso Anual	Aporte patronal mensual	Patronal Anual	F. Reserva	Dec tercero	Dec. Cuarto	Total remuner. Anual
Personal administrativo			11,15%					
Año 1	456,79	5.481,48	48,70	584,43	436,79	436,79	400,00	6.902,70
Año 2	467,81	5.613,68	49,88	598,52	447,32	447,32	409,65	7.516,50
Año 3	479,09	5.749,07	51,08	612,96	458,11	458,11	419,53	7.697,78
Año 4	490,64	5.887,73	52,31	627,74	469,16	469,16	429,64	7.883,43
Año 5	502,48	6.029,72	53,57	642,88	480,48	480,48	440,01	8.073,56

Fuente: Estudio Técnico

4.5.7.3 Suministros de Oficina

Se refiere a todos los artículos de papelería que ayudan a que las actividades e lleven a cabo, mismos que estarán disponibles para las necesidades suscritas en el área administrativa y su estimación se presenta para el transcurso de un año:

Tabla 106.

Gastos anuales de suministros de oficina

Cantidad	Descripción	Características	V. Unitario	V. Total
Suministros de oficina				
2	Papel resma	HP 75gr A4 500 hojas	2,80	5,60
6	Esferos	Bic punta media 1,0 mm	0,20	1,19
1	Perforadora	Mediana	1,79	1,79
1	Grapadora	Eagle 900 metal 26/6	3,26	3,26
2	Grapas	Alex 5000 PCS 26/6	0,94	1,88
2	Clips	Paquete	0,35	0,70
3	Archivadores	Bene plus oficio	1,89	5,66
1	Teléfono	Panasonic 833 1 base y 2 extensiones	61,78	61,78
2	Calculadoras	Casio científica FX-570 la plussr	24,30	48,60
2	Tijeras	Carioca Escolar	0,37	0,75
1	Cartucho Epson	T544120 Negro L3110 3150	8,24	8,24
1	Cartucho Epson	T544220 Cyan L3110 3150	8,17	8,17
1	Cartucho Epson	T544320 Magenta L3110 3150	8,27	8,27
1	Cartucho Epson	T544420 Yellow L3110 3150	8,50	8,50
5	Cuadernos Norma	Cuadros Universitario 100hjs Andaluz	1,03	5,15
Total			131,88	169,53

Fuente: Estudio Técnico - Proformas

Para la proyección se consideró el valor total obtenido para el año uno multiplicado por el porcentaje de inflación de los últimos cinco años, correspondiente a 0.04% más el valor total del año 1. En la siguiente tabla se presenta las estimaciones realizadas para los años de vida útil del proyecto de investigación:

Tabla 107

Proyección de precios de los suministros de oficina

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de oficina	169,53	169,59	169,66	169,72	169,78

Fuente: Estudio Técnico – Proformas

4.5.7.4 Materiales de Aseo y Limpieza

Uno de los puntos más importantes que motivan a todo el personal de trabajo como también a los clientes en el ambiente en el que se desenvuelven las actividades diarias. Es por ello que se incurren en los siguientes materiales con el fin de brindar el mejor servicio:

Tabla 108

Materiales de aseo y limpieza

Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
3	Escobas	1,75	5,25
3	Trapeadores	2,20	6,60
3	Recogedores de basura	2,00	6,60
3	Ambiental galón	6,00	18,00
3	Cloro galón	3,60	10,80
3	Desinfectante 5lts	3,56	10,68
2	Galones de jabón líquido para manos	6,00	12,00
5	Basureros	5,00	25,00
5	Fundas de basura paquete	0,80	4,00
50	Papel higiénico	0,25	12,50
3	Alcohol galón	7,00	21,00
3	Cajas de mascarilla de 50 u.	1,50	4,50
Total		39,66	136,33

Fuente: Estudio Técnico – Proformas

Para la proyección se consideró el valor total obtenido para el año uno multiplicado por el porcentaje de inflación de los últimos cinco años, correspondiente a 1,96%. En la siguiente tabla se presenta las estimaciones realizadas para los años de vida útil del proyecto de investigación:

Tabla 109

Proyección de materiales de aseo y limpieza

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales de aseo y limpieza	136,33	136,38	136,43	136,49	136,54

Fuente: Estudio Técnico

4.5.7.5 Resumen de Gastos Administrativos

En la siguiente tabla se presenta el resumen de todos los gastos administrativos anuales en los que incurrirá el emprendimiento:

Tabla 110
Resumen de gastos administrativos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Administración					
Servicios Básicos	744,00	744,28	744,57	744,85	745,13
Personal administrativo	6.902,70	7.516,50	7.697,78	7.883,43	8.073,56
Suministros de oficina	169,53	169,59	169,66	169,72	169,78
Materiales de aseo y limpieza	136,33	136,38	136,43	136,49	136,54
Total	7.952,55	8.566,75	8.748,43	8.934,49	9.125,02

Fuente: Estudio Técnico

4.5.8 Gastos de Venta

Están constituidos por los gastos económicos que la empresa utilizará para el pago al personal de ventas, promoción y publicidad para dar a conocer lo que se pretende ofrecer y otros gastos de venta que permiten a la microempresa obtener mejores ingresos.

4.5.8.1 Remuneración del Personal de Ventas

Para la atención a los clientes la microempresa contratará un vendedor al que se le generará un sueldo básico más los beneficios estipulados por la ley.

Tabla 111
Remuneración anual de personal de ventas

Personal	Remuneración	Remuneración Anual	A. patronal mensual	A. Patronal Anual	D. Tercer	D. Cuarto	Total Año 1
Vendedor			11,15%				
Vendedor 1	409,87	4.918,44	45,70	548,41	409,87	400,00	6.276,72

Fuente: Estudio Técnico

Para las estimaciones de crecimiento en los cinco años de vida del proyecto se utilizó la tasa promedio de crecimiento del SBU equivalente a 2,41%, adicionalmente se incluyó el pago de los fondos de reserva al cumplir un año de trabajo.

Tabla 112
Proyección de las remuneraciones del personal de ventas

Personal	Remuner. (SBU)	Ingreso Anual	Aporte patronal mensual	Patronal Anual	F. Reserva	Dec Tercero	Dec. Cuarto	Total de remuner. anual
Personal ventas			11,15%					
Año 1	409,87	4.918,44	45,70	548,41		409,87	400,00	6.276,72
Año 2	419,76	5.037,06	46,80	561,63	419,76	419,76	409,65	6.847,85
Año 3	429,88	5.158,54	47,93	575,18	429,88	429,88	419,53	7.013,01
Año 4	440,25	5.282,96	49,09	589,05	440,25	440,25	429,64	7.182,14
Año 5	450,86	5.410,37	50,27	603,26	450,86	450,86	440,01	7.355,36

Fuente: Estudio Técnico

4.5.8.2 Gastos de Publicidad

Permiten a la empresa dar a conocer el producto que se va a ofrecer al mercado con la finalidad de obtener rentabilidad; la microempresa utilizará medios de comunicación como son las redes sociales, cuñas publicitarias por medio de la radio, tarjetas de presentación entre otras. Los rubros considerados para este efecto se detallan a continuación:

Tabla 113
Gastos de publicidad

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
1	Redes Sociales	45,00	45,00
3	Radio	20,00	60,00
500	Tarjetas de presentación acabado brillante	0,03	15,00
100	Afiches A4 full color de 150gr	0,25	25,00
500	Flyers de 1/2A-4	0,03	15,00
	TOTAL	65,31	160,00

Fuente: Estudio Técnico

A continuación, se detalla el cálculo obtenido de las estimaciones proyectadas para los cinco años de vida del proyecto de investigación:

Tabla 114

Proyección de los gastos de publicidad

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	160,00	160,06	160,12	160,18	160,24
Total	160,00	160,06	160,12	160,18	160,24

Fuente: Estudio Técnico

4.5.8.3 Otros Gastos de Venta

Estos gastos permitirán adecuar el negocio conforme a las disposiciones legales del cuerpo de bomberos de Ibarra, también aquí se encuentran incluidos los gastos para la adquisición de un facturero que permitirá llevar un registro real de las ventas, las guías de remisión que permitirán el traslado de los productos sin inconvenientes, entre otros. A continuación, se detalla la siguiente tabla.

Tabla 1. *Cálculo anual de otros gastos de ventas*

Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Block de 100 facturas A6 (10,5x15 cm)	6,00	6,00
1	Guía de remisión de 100 hojas	9,00	9,00
500	Cajas para empaque de tortas	0,15	75,00
2	Extintores 10 lb PQS	20,00	40,00
	Otros		
2	Detectores de Humo	10,00	20,00
4	Señales de emergencia A4	3,00	12,00
1	Señal 15x20 Baño	2,00	2,00
	Total		164,00

Fuente: Estudio Técnico

Para la proyección se aplicó los mismos procedimientos efectuados en las tablas anteriores, relacionados al crecimiento de los precios para los años de vida útil del proyecto de investigación, el porcentaje que interviene en el promedio de inflación de los últimos cinco años es del 0,04%.

Tabla 115.

Proyección de crecimiento de otros gastos de ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Otros gastos de venta	164,00	164,06	164,12	164,19	164,25
Total	164,00	164,06	164,12	164,19	164,25

Fuente: Estudio Técnico

4.5.8.4 Resumen de los Gastos de Venta

La tabla que se presenta a continuación se detalla las proyecciones de los gastos totales de venta que la microempresa necesita para comercializar el producto:

Tabla 116

Resumen de las proyecciones de gastos de venta

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos ventas					
Gastos Personal de Ventas	6.276,72	6.847,85	7.013,01	7.182,14	7.355,36
Publicidad	160,00	160,06	160,12	160,18	160,24
Otros Gastos de Venta	164,00	164,06	164,12	164,19	164,25
Total de Gastos de ventas	6.600,72	7.171,97	7.337,25	7.506,51	7.679,85

Fuente: Estudio Técnico

4.5.9 Gastos Financieros

Para el financiamiento de la microempresa, la inversión total necesaria para la puesta en marcha, el 56.88% será solicitado en una institución financiera, monto que será adquirido en el BanEcuador a un plazo de 36 meses, a una tasa de interés del 11%, con cuotas iguales. A continuación, se detalla una tabla con el número de cuotas que deben ser abonadas por la microempresa a la institución crediticia:

Tabla 117
Tabla de amortización del crédito

Monto	20.000,00
Número de pagos al año	12
Numero de cuotas	36
Interés	11%
Tasa periódica	0,009165247
Cuota	\$654,76

Nro. de cuota	Capital	Valor de la cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	20.000,00	\$654,76	\$183,30	\$471,45	\$19.528,55
2	\$19.528,55	\$654,76	\$178,98	\$475,77	\$19.052,77
3	\$19.052,77	\$654,76	\$174,62	\$480,13	\$18.572,64
4	\$18.572,64	\$654,76	\$170,22	\$484,54	\$18.088,10
5	\$18.088,10	\$654,76	\$165,78	\$488,98	\$17.599,13
6	\$17.599,13	\$654,76	\$161,30	\$493,46	\$17.105,67
7	\$17.105,67	\$654,76	\$156,78	\$497,98	\$16.607,69
8	\$16.607,69	\$654,76	\$152,21	\$502,54	\$16.105,14
9	\$16.105,14	\$654,76	\$147,61	\$507,15	\$15.597,99
10	\$15.597,99	\$654,76	\$142,96	\$511,80	\$15.086,19
11	\$15.086,19	\$654,76	\$138,27	\$516,49	\$14.569,70
12	\$14.569,70	\$654,76	\$133,53	\$521,22	\$14.048,48
13	\$14.048,48	\$654,76	\$128,76	\$526,00	\$13.522,48
14	\$13.522,48	\$654,76	\$123,94	\$530,82	\$12.991,66
15	\$12.991,66	\$654,76	\$119,07	\$535,69	\$12.455,97
16	\$12.455,97	\$654,76	\$114,16	\$540,60	\$11.915,38
17	\$11.915,38	\$654,76	\$109,21	\$545,55	\$11.369,83
18	\$11.369,83	\$654,76	\$104,21	\$550,55	\$10.819,27
19	\$10.819,27	\$654,76	\$99,16	\$555,60	\$10.263,68
20	\$10.263,68	\$654,76	\$94,07	\$560,69	\$9.702,99
21	\$9.702,99	\$654,76	\$88,93	\$565,83	\$9.137,16
22	\$9.137,16	\$654,76	\$83,74	\$571,01	\$8.566,15
23	\$8.566,15	\$654,76	\$78,51	\$576,25	\$7.989,90
24	\$7.989,90	\$654,76	\$73,23	\$581,53	\$7.408,37

25	\$7.408,37	\$654,76	\$67,90	\$586,86	\$6.821,51
26	\$6.821,51	\$654,76	\$62,52	\$592,24	\$6.229,27
27	\$6.229,27	\$654,76	\$57,09	\$597,67	\$5.631,61
28	\$5.631,61	\$654,76	\$51,62	\$603,14	\$5.028,47
29	\$5.028,47	\$654,76	\$46,09	\$608,67	\$4.419,80
30	\$4.419,80	\$654,76	\$40,51	\$614,25	\$3.805,55
31	\$3.805,55	\$654,76	\$34,88	\$619,88	\$3.185,67
32	\$3.185,67	\$654,76	\$29,20	\$625,56	\$2.560,11
33	\$2.560,11	\$654,76	\$23,46	\$631,29	\$1.928,81
34	\$1.928,81	\$654,76	\$17,68	\$637,08	\$1.291,73
35	\$1.291,73	\$654,76	\$11,84	\$642,92	\$648,81
36	\$648,81	\$654,76	\$5,95	\$648,81	\$0,00

Fuente: BanEcuador

4.5.9.1 Resumen del pago de Capital e Interés Anual

Los rubros anuales que la microempresa destinará de los ingresos obtenidos para el pago del crédito adquirido a BanEcuador son los siguientes:

Tabla 118
Resumen del pago de capital e interés

Año	Capital Anual	Interés Anual
1	\$5.951,52	\$1.905,58
2	\$6.640,11	\$1.216,99
3	\$7.408,37	\$448,73
Total	\$20.000,00	\$3.571,30

Fuente: BanEcuador

4.5.10 Depreciación de Propiedad, Planta y Equipo

Es el método por el cual se conoce el desgaste y pérdida del valor de un activo o inversión tangible durante un período determinado ocasionado por el uso, desuso u obsolescencia. Según la Norma NIIF para las PYMES 2015, menciona en la sección 17.18: “Una entidad distribuirá el importe depreciable de un activo de forma sistemática a lo largo de su vida útil”. Además, según el Reglamento de aplicación a la Ley de Régimen Tributario Interno

LORTI, artículo 28 numeral 6 mencionan la depreciación de los activos fijos de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y para que sean depreciables, no podrán superar los porcentajes estipulados. Para el proceso de la actividad económica de la microempresa se contará con los siguientes activos fijos:

Tabla 119
Depreciación de propiedad, planta y equipo

Activos fijos	Valor en libros	Años Vida Útil	Valor residual 10%
Maquinaria y Equipo	10.220,00	10	1.022,00
Equipos de Cómputo	2.237,00	3	223,70
Equipos de Seguridad	255,00	3	25,50
Muebles y Enseres	2.349,94	10	234,99
Vehículo	14.490,00	5	1.449,00
Total de la Inversión	29.551,94		

Fuente: Estudio Técnico

En la anterior tabla se detallaron todos los activos de propiedad, planta y equipo que se utilizará en el negocio. Para el cálculo de las depreciaciones se método de línea recta según la Norma NIIF para las PYMES 2015, menciona en la sección 17.22 y un valor residual equivalente al 10% del costo de la adquisición de los activos fijos.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor Actual} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

4.5.10.1 Depreciación de Maquinaria y Equipo

Está conformado por las maquinarias y equipos que serán utilizados para la producción de las tortas como son: Horno, batidora, balanza industrial, vitrinas, procesador de alimentos y el frigorífico, mismos que tienen una vida útil de 10 años, para su respectivo cálculo se aplicó la fórmula del método de línea recta de la siguiente manera: (10.222,00 del valor en libros menos 1.022,00 dividido para los 10 años de vida útil). Generando una depreciación de \$919,80 dólares. A continuación, se detalla la tabla con los valores de la depreciación acumulada para cada año de vida útil del activo:

Tabla 120
Depreciación de maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipo	Valor en libros	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo
Año 1	10.220,00	919,80	919,80	9.300,20
Año 2	10.220,00	919,80	1.839,60	8.380,40
Año 3	10.220,00	919,80	2.759,40	7.460,60
Año 4	10.220,00	919,80	3.679,20	6.540,80
Año 5	10.220,00	919,80	4.599,00	5.621,00
Año 6	10.220,00	919,80	5.518,80	4.701,20
Año 7	10.220,00	919,80	6.438,60	3.781,40
Año 8	10.220,00	919,80	7.358,40	2.861,60
Año 9	10.220,00	919,80	8.278,20	1.941,80
Año 10	10.220,00	919,80	9.198,00	1.022,00

Fuente: Estudio Técnico

4.5.10.2 Depreciación de Equipos de Cómputo

Los equipos de computación tienen un corto periodo de vida útil, mismos que tienen una vida útil de 3 años, tiempo que representa el desgaste del activo por el uso dado, en la siguiente tabla se detallan los valores obtenidos:

Tabla 121
Depreciación de equipo de cómputo

Equipos de Cómputo	Valor en libros	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo
Año 1	2.237,00	671,10	671,10	1.565,90
Año 2	2.237,00	671,10	1.342,20	894,80
Año 3	2.237,00	671,10	2.013,30	223,70

Fuente: Estudio Técnico

4.5.10.3 Depreciación de Equipos de Seguridad

Los equipos de seguridad tienen un corto periodo de vida útil correspondiente a 3 años, tiempo que representa el desgaste por el uso, desuso u obsolescencia, a continuación, se presentan los valores estimados de la depreciación para cada uno de los años de vida:

Tabla 122.

Depreciación de equipo de seguridad

Equipo de Seguridad	Valor en libros	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo
Año 1	255,00	76,50	76,50	178,50
Año 2	255,00	76,50	153,00	102,00
Año 3	255,00	76,50	229,50	25,50

Fuente: Estudio Técnico

4.5.10.4 Depreciación de Muebles y Enseres

Los muebles y enseres tienen una vida útil de 10 años, tiempo que representa el desgaste que sufre durante este determinado tiempo. En la siguiente tabla se detallarán los importes depreciables para cada uno de los años y el saldo final que generará el uso de este bien hasta la fecha en el que la microempresa haga uso de este activo fijo.

Tabla 123

Depreciación de muebles y enseres

Muebles y Enseres	Valor en libros	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo
Año 1	2.349,94	211,49	211,49	2.138,45
Año 2	2.349,94	211,49	422,99	1.926,95
Año 3	2.349,94	211,49	634,48	1.715,46
Año 4	2.349,94	211,49	845,98	1.503,96
Año 5	2.349,94	211,49	1.057,47	1.292,47
Año 6	2.349,94	211,49	1.268,97	1.080,97
Año 7	2.349,94	211,49	1.480,46	869,48
Año 8	2.349,94	211,49	1.691,96	657,98
Año 9	2.349,94	211,49	1.903,45	446,49
Año 10	2.349,94	211,49	2.114,95	234,99

Fuente: Estudio Técnico

4.5.10.5 Depreciación del Vehículo

La depreciación de este activo tiene una vida útil de 5 años, tiempo que representa el desgaste que ha sufrido a causa del uso, obsolescencia y el pasar del tiempo. En la siguiente tabla se presentan los valores de la depreciación correspondiente a cada año:

Tabla 124
Depreciación del vehículo

Vehículo	Valor en libros	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo
Año 1	14.490,00	2.608,20	2.608,20	11.881,80
Año 2	14.490,00	2.608,20	5.216,40	9.273,60
Año 3	14.490,00	2.608,20	7.824,60	6.665,40
Año 4	14.490,00	2.608,20	10.432,80	4.057,20
Año 5	14.490,00	2.608,20	13.041,00	1.449,00

Fuente: Estudio Técnico

4.5.10.6 Resumen de las Depreciaciones

En la siguiente tabla se detallará dos grupos muy importantes: la depreciación de los costos y gastos:

Tabla 125
Resumen de las depreciaciones

Activo	Depreciación de Costo	Depreciación de Gasto
Maquinaria y Equipo	919,80	
Equipos de Cómputo		671,10
Equipo de Seguridad		76,50
Muebles y Enseres		211,49
Vehículo		2.608,20
Subtotal	919,80	3.567,29
Total de depreciación		4.487,09

Fuente: Estudio Técnico

4.5.11 Proyección de Costos y Gastos

En este apartado se presenta un resumen de los rubros totales y necesarios para la solventar la ejecución del proyecto de investigación, entre los montos económicos estimados se encuentran los costos variables y fijos; gastos de administración, ventas y financieros.

Tabla 126

Proyección total de los costos y gastos

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos variables					
Materia Prima Directa	22.568,83	23.022,35	23.474,23	23.946,08	24.420,68
Mano de Obra Directa	12.616,66	13.764,98	14.096,96	14.436,94	14.785,13
Costos Indirectos de Fabricación	11.131,50	11.186,79	11.242,33	11.298,11	11.354,15
Total Costos Variables	46.316,99	47.974,11	48.813,51	49.681,13	50.559,96
Costos fijos					
Depreciación de costos	919,80	919,80	919,80	919,80	919,80
Total Costos Fijos	919,80	919,80	919,80	919,80	919,80
Total Costos de Producción	47.236,79	48.893,91	49.733,31	50.600,93	51.479,76
Gastos de Administración					
Gastos Personal					
Administrativo	6.902,70	7.516,50	7.697,78	7.883,43	8.073,56
Servicios Básicos	744,00	744,28	744,57	744,85	745,13
Suministros de Oficina	169,53	169,59	169,66	169,72	169,78
Materiales de Aseo y Limpieza	136,33	136,38	136,43	136,49	136,54
Gastos de Constitución	538,00	-	-	-	-
Depreciación de Gastos	3.567,29	3.567,29	3.567,29	2.819,69	2.819,69
Dep. Equipos de Cómputo	671,10	671,10	671,10	-	-
Dep. Equipo de Seguridad	76,50	76,50	76,50	-	-
Dep. Muebles y Enseres	211,49	211,49	211,49	211,49	211,49
Dep. Vehículo	2.608,20	2.608,20	2.608,20	2.608,20	2.608,20
Total de Gastos de Administración	12.057,85	12.134,05	12.315,73	11.754,18	11.944,71

Gastos ventas					
Gastos Personal de Ventas	6.276,72	6.847,85	7.013,01	7.182,14	7.355,36
Publicidad	160,00	160,06	160,12	160,18	160,24
Otros Gastos de Venta	164,00	164,06	164,12	164,19	164,25
Total de Gastos de ventas	6.600,72	7.171,97	7.337,25	7.506,51	7.679,85
Gastos financieros					
Intereses	1.905,58	1.216,99	448,73	-	-
Total de Gastos financieros	1.905,58	1.216,99	448,73	-	-
Total costos y gastos	67.800,94	69.416,92	69.835,02	69.861,62	71.104,33
Total costos y gastos variables	46.316,99	47.974,11	48.813,51	49.681,13	50.559,96
Total costos y gastos fijos	21.483,94	21.442,81	21.021,51	20.180,49	20.544,36
Total costos y gastos	67.800,94	69.416,92	69.835,02	69.861,62	71.104,33

Fuente: Estudio Técnico

4.5.12 Estados Financieros Presupuestados

Son informes que reflejan la imagen fiel de una empresa, cuya información financiera y económica permite conocer la situación actual de la microempresa y en base a ello poder tomar decisiones. Dentro de este punto se ha tomado en cuenta el Estado de Situación Financiera, el de Resultados y Estado de Flujo de Efectivo.

4.5.12.1 Estado de Situación Financiera

Las cuentas que conforma el estado de situación financiera son:

- Activos.
- Pasivos: son obligaciones contraídas con terceros y que deben ser cumplidas en el plazo establecido.
- Patrimonio: es la cantidad de dinero que aporta el/los dueños para iniciar con la ejecución de las actividades económicas de la microempresa.




		Microempresa "Nutri-Key" Al 31 de Diciembre del 2020 Estado de Situación Financiera Expresado en Dólares Americanos	
ACTIVOS			
Activos Corrientes			
Bancos	5.610,52		
Total de Activo Corriente			5.610,52
Activos no Corrientes			
Maquinaria y Equipo	10.220,00		
Equipos de Cómputo	2.237,00		
Equipo de Seguridad	255,00		
Muebles y Enseres	2.349,94		
Vehículo	14.490,00		
Total Activos no Corrientes			29.551,94
Total Activos			35.162,46
PASIVOS			
Pasivos no Corrientes			
Préstamo Bancario	20.000,00		
Total Pasivos			20.000,00
PATRIMONIO			
Capital Propio	15.162,46		
Total Patrimonio			15.162,46
Total Pasivo + Patrimonio			35.162,46
			
Gerente General		Contador	

Figura 36. Estado de Situación Financiera

Fuente: Estudio Técnico

4.5.12.2 Estado de Resultado Proyectado

Este estado contiene tanto los ingresos como los gastos en los que se va a incurrir para llevar a cabo las actividades diarias de la microempresa proyectados con la finalidad de llegar a conocer la utilidad durante un periodo de tiempo.



Microempresa "Nutri – Key"
Al 31 de Diciembre del 2020
Estados de Resultados Proyectados
Expresado en Dólares Americanos

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	82.896,00	84.556,12	86.241,51	87.962,20	89.708,23
(-) Costos de producción	47.236,79	48.893,91	49.733,31	50.600,93	51.479,76
(=) Utilidad Bruta en ventas	35.659,21	35.662,21	36.508,19	37.361,27	38.228,47
(-) Gastos de administración	12.057,85	12.134,05	12.315,73	11.754,18	11.944,71
(-) Gastos de ventas	6.600,72	7.171,97	7.337,25	7.506,51	7.679,85
(=) Utilidad Bruta Operaciones	17.000,64	16.356,19	16.855,21	18.100,58	18.603,90
(-) Gastos financieros (intereses)	1.905,58	1.216,99	448,73	-	-
(=) Utilidad neta antes de participación de trabajadores	15.095,06	15.139,20	16.406,49	18.100,58	18.603,90
(-) 15% participación trabajadores	2.264,26	2.270,88	2.460,97	2.715,09	2.790,59
(=) Utilidad antes de impuestos a la renta	12.830,80	12.868,32	13.945,51	15.385,49	15.813,32
(-) 25% Impuesto a la Renta	3.207,70	3.217,08	3.486,38	3.846,37	3.953,33
(=) Utilidad Neta (Utilidad a disposición de los accionistas)	9.623,10	9.651,24	10.459,13	11.539,12	11.859,99

Fuente: Estudio Técnico

Gerente General

Contador


Figura 37. Estado de resultados proyectados

Fuente: Estudio Técnico

4.5.12.3 Estado de Flujos de Efectivo

Es aquel informe contable que refleja todos los movimientos de entrada y salida del dinero del proyecto con el propósito de conocer los flujos netos de efectivo de cada año de vida útil y así poder determinar su grado de liquidez.

Tabla 127. Proyección del estado de flujo de efectivo
Proyección del estado de flujo de efectivo

	Microempresa “Nutri – Key”						
	Al 31 de Diciembre del 2020						
	Estados de Flujo de Efectivo						
	Expresado en Dólares Americanos						
Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Utilidad Neta		9.623,10	9.651,24	10.459,13	11.539,12	11.859,99	
Valor de Salvamiento							8.611,667
Depreciación		4.487,09	4.487,09	4.487,09	4.487,09	4.487,09	4.487,09
Amortización							
Inversiones	- 29.551,94						
Crédito	20.000,00						
Capital de Trabajo	- 5.610,52						
Amortización del Préstamo		\$-5.951,52	\$-6.640,11	\$-7.408,37			
Flujo de Efectivo	- 35.162,46	8.158,68	7.498,22	7.537,86	16.026,21	16.347,08	13.098,76

Fuente: Estudio Técnico

4.5.13 Análisis de los Indicadores Financieros

A través de la evaluación financiera se pretende determinar si hay viabilidad o no en el proyecto, esto a través del manejo de indicadores financieros tales como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, Periodo de recuperación, Costo – beneficio, la Tasa mínima aceptable de rendimiento, entre otros.

4.5.13.1 Costo de Oportunidad

Este indicador muestra ayuda a tomar una decisión referente a la cantidad de dinero, sea destinada para el ahorro o la inversión del proyecto. Para el cálculo del Costo de Oportunidad se utilizó la tasa de interés activa 8,68% y la tasa pasiva referencial correspondiente al 6,22% del Banco Central del Ecuador (BCE).

Tabla 128
Costo de Oportunidad

Origen de los fondos	Inversión	% composición	Tasa de Operación	Valor
Aporte propio	15.168,36	0,43	0,062	0,03
Aporte financiado	20.000,00	0,57	0,086	0,06
Inversión total	35.168,36	1,00		0,09
			Costo de Oportunidad	8,94

Fuente: Banco Central del Ecuador

El resultado conseguido para este indicador fue de 8,94% que es superior a la tasa pasiva referencial indicando que es apropiado invertir dentro del proyecto antes que en una póliza a plazo fijo.

4.5.13.2 Tasa Rendimiento Medio

La TMR es la tasa referencia que permite determinar si el proyecto será rentable o no, es la tasa mínima que puede tener la microempresa para poder obtener ganancias. Esta se calcula utilizando datos como la tasa promedio de inflación y el valor obtenido en el costo de

oportunidad para el cálculo de la tasa de rendimiento medio se aplicará el uso de la siguiente fórmula:

$$\text{TMAR} = ((1+\text{KP}) * (1+\text{Inf})) - 1$$

En donde KP es igual al costo de oportunidad, Inf es el índice de inflación de los cinco últimos años

$$\text{KP} = 8,94 \quad 0,089383523$$

$$\text{Inflación} = 0,04 \quad 0,0004$$

$$\text{TMAR} = ((1+0,089383523) * (1+0,04)) - 1$$

$$\text{TMAR} = 0,088839058$$

$$\text{TMAR} = 8,98\%$$

Se determinó que la tasa de rentabilidad mínima que exige la inversión es de 8,98%, indica que el rendimiento que genera la actividad de la microempresa deberá ser igual o superior a la TMR establecido, con el fin de alcanzar las expectativas esperadas al implementar el proyecto.

4.5.13.3 Valor Actual Neto

El VAN es un indicador que consiste en medir la rentabilidad de la microempresa, herramienta que trae a valor presente los flujos de caja futuros expresados para cada año de vida útil, al cual se le resta el valor de la inversión inicial, si el resultado es mayor a cero se considera factible.

Para elaborar el VAN se tomó en cuenta la tasa de descuento de la TMAR determinada anteriormente que es de 8,98%, los flujos de efectivo serán traídos a valor presente de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$VAN = -A + \frac{C1}{(1+i)^1} + \frac{C2}{(1+i)^2} + \frac{C3}{(1+i)^3} + \frac{C4}{(1+i)^4} + \frac{C5}{(1+i)^5} + \frac{C6}{(1+i)^6}$$

Dónde:

VAN= Valor Actual Neto

I= Inversión Inicial

FNC= Flujos del Efectivo

i= Tasa de Descuento (8.89 %)

n= Tiempo

A continuación, se detalla los valores obtenidos para cada año de vida útil del proyecto de investigación:

Tabla 129

Cálculo del Valor Actual Neto

Años	Flujos Neto	Fórmula	Flujo Actualizado
0	- 35.162,46		
1	8.158,68	$F_n / (1+0,11)^1$	7.350,16
2	7.498,22	$F_n / (1+0,11)^2$	6.085,73
3	7.537,86	$F_n / (1+0,11)^3$	5.511,62
4	16.026,21	$F_n / (1+0,11)^4$	10.556,96
5	16.347,08	$F_n / (1+0,11)^5$	9.701,20
6	13.098,76	$F_n / (1+0,11)^6$	7.003,13
		VAN	11.046,33

Fuente: Estudio Financiero

Criterios de evaluación del Valor Actual Neto (VAN)

- $VAN < 0$; El proyecto no es rentable
- $VAN = 0$; El proyecto se considera rentable (no generará ni pérdidas ni ganancias)
- $VAN > 0$; El proyecto es rentable y generará ganancias

Una vez realizado el cálculo se obtuvo un valor positivo de \$11.046,33 dólares, por lo que se considera que la implementación del estudio de factibilidad generará rentabilidad y beneficios económicos.

4.5.13.4 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno nos muestra el porcentaje de ganancia o pérdida que generará el proyecto de inversión. Se encuentra la tasa interna de retorno de un proyecto cuando el VAN se iguala a cero. En la siguiente tabla se detalla el TIR:

Tabla 130
Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

Años	Flujos Neto
0	- 35.162,46
1	8.158,68
2	7.498,22
3	7.537,86
4	16.026,21
5	16.347,08
6	13.098,76
TIR	19,89%

Fuente: Estudio Financiero

La tasa interna de retorno para esta inversión es del 19,89%, porcentaje superior a la TMAR, razón por la que se puede determinar que desde este punto de vista el proyecto es viable financieramente.

4.5.13.5 Relación Costo - Beneficio

Este método de evaluación permite analizar los beneficios económicos que generará el negocio por cada dólar invertido; para el cálculo se utilizará los ingresos, costos y gastos estimados por cada uno de los años de vida útil, aplicando a cada valor un factor de inflación; la sumatoria de los ingresos descontados divididos para la sumatoria de los costos y gastos actualizados.

Tabla 131
Proyección de ingresos y costos actualizados

Año	Ingresos	Factor (Inflación)	Flujo de ingresos actualizado	Costos	Costos actualizados
0	-35.162,46	1	-35.162,46		-
1	82.896,00	0,999620144	82.864,51	67.800,94	67.775,18
2	84.556,12	0,999240433	84.491,89	69.416,92	69.364,20
3	86.241,51	0,998860866	86.143,27	69.835,02	69.755,47
4	87.962,20	0,998481443	87.828,63	69.861,62	69.755,54
5	89.708,23	0,998102164	89.537,98	71.104,33	70.969,38
			395.703,81		347.619,76

Fuente: Estudio Financiero

Después de haber establecido los flujos actualizados de ingresos y costos, se aplica la fórmula para el cálculo del costo-beneficio del proyecto.

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{395.703,81}{347.619,76}$$

$$\text{Costo Beneficio} = 1,14$$

El resultado obtenido es de 1,14, es decir que por cada dólar aportado en el negocio se obtendrá 0,14 centavos de ganancia; el resultado es superior a uno lo cual es sinónimo de rentabilidad.

4.5.13.6 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

A través de este análisis se puede llegar a determinar el período de tiempo que se necesita para recuperar la Inversión Inicial del proyecto; el resultado del cálculo estará expresado en años, meses y días detallados a continuación:

Tabla 132
Proyección de flujos netos y acumulados

Flujos de efectivo	Inversión Inicial	Flujo Netos	Flujos Acumulados
Años			
1	35.162,46	7.350,16	7.350,16
2		6.085,73	13.435,89
3		5.511,62	18.947,50
4		10.556,96	29.504,47
5		9.701,20	39.205,66
6		7.003,13	46.208,80

Fuente: Estudio Financiero

La inversión inicial del proyecto es de \$35.162,46 analizando los flujos acumulados el valor que más se acerca es \$29.504,47 que se encuentra en el año 4, el cual es el período de recuperación anual.

Para el cálculo del valor mensual se analiza la diferencia que existe entre la inversión inicial y el flujo acumulado que más se le acerque dando como resultado \$5.658,00 que representa el valor que falta recuperar en el quinto año.

Se toma el flujo neto actualizado del año cinco siendo de \$ 9.701,20 y se lo divide para 12 dando como resultado \$808,43 que equivale al valor estimado a recuperar cada mes; una vez obtenido estos dos valores se divide $\$5.658,00 / \$808,43$ dando como resultado 7,00; concluyendo que el PRI será de 4 años, 7 meses. Para determinar el periodo en días se realiza los siguientes cálculos utilizando datos determinados en el valor mensual de recuperación:

- El valor estimado a recuperar mensualmente es dividido para la cantidad de días en el mes.

$$808,43 / 30 = \mathbf{26,95}$$

- El resultado de la diferencia entre la inversión inicial y el flujo acumulado en el análisis anterior es restado con el valor estimado a recuperar mensualmente, el cual es multiplicado por el tiempo de recuperación al mes.

$$5.658,00 - (808,43 \times 7) = \mathbf{166,78}$$

- Se procede a dividir los dos resultados encontrados.

$$166,78/ 11,02 = 6 \text{ días.}$$

Por lo que se concluye que el periodo de recuperación total de la inversión se dará en 4 años, 7 meses y 6 días.

4.5.13.7 Punto de Equilibrio

Por medio de este indicador se puede determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costos fijos y variables en los que se incurrirá en el proyecto, en caso de que existiera mayores ingresos por la actividad se obtendrá beneficios económicos o caso contrario generará pérdidas.

✓ Punto de Equilibrio en Dólares

Se utilizan los costos y gastos tanto fijos como variables que incurren dentro del proyecto y se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos y Gastos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos y Gastos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{21.483,94}{0,441263816}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \$ 48.687,29$$

El valor obtenido en dólares es de \$ 48.687,29; cantidad monetaria mínima con la que se puede cubrir los costos y gastos dentro del proyecto. El cual representa alrededor del 58,73% de los ingresos.

✓ Punto de Equilibrio en Cantidades

Para determinar el punto de equilibrio establecido en unidades se utilizaron las cantidades anuales a producir y el precio unitario de cada tipo de torta, aquellas que se encuentran detalladas en la siguiente tabla:

Tabla 133
Punto de equilibrio en cantidades

Productos	Año 1			Composición	Composición en valores	Punto de equilibrio en cantidad
	Cant.	Precio Unt.	Total			
Tortas Pequeñas	1.320	7,00	9.240,00	0,11	\$5.426,93	775
Tortas Medianas	4.488	12,00	53.856,00	0,65	\$ 31.631,24	2.636
Tortas Grandes	1.320	15,00	19.800,00	0,24	\$ 11.629,13	775
Total de Ingresos						
Proyectados	7.128		82.896,00	1,00	\$ 48.687,29	4.186

Fuente: Estudio Financiero

En la tabla anterior se detalló que para alcanzar el Punto de Equilibrio en cantidades (PEQ) se tendrá que vender 775 tortas pequeñas, 2.636 medianas y 775 tortas grandes, es decir un total de 4.186 tortas de arándanos.

4.5.13.8 Resumen de los Indicadores Financieros

A continuación, se ilustra un cuadro resumen donde se detallan los indicadores financieros usados para el análisis del proyecto, para determinar si existe o no factibilidad económica para la implementación.

Tabla 134
Tablero integral de comandos de indicadores financieros

Tablero integral de comandos	Valor obtenido	Valor esperado	Resultado
VAN	11.046,33	>0 es ejecutable Superior a tasa activa y	Factible
TIR	20%	pasiva	Factible
TIR Descontada	9%	>0 es ejecutable Superior a tasa activa y	Factible
TMAR	8,98	pasiva	Factible
Punto de Equilibrio en Dólares	\$ 48.687,29	Bordea el 58% de las ventas totales	Factible

Punto de Equilibrio en			
Cantidades	4.186,00		
Tortas pequeñas	775		
Tortas medianas	2636		
Tortas grandes	775		
Beneficio / Costo	1,14	Superior a un dólar	Factible
Costo de Oportunidad	8,94	Superior a la tasa pasiva	Factible
	4 años, 7 meses	Dentro de la vida útil del	
PRI	y 6 días	proyecto	Factible

Fuente: Estudio Financiero

Conclusión

El estudio financiero analizó la factibilidad económica que tendrá la microempresa dedicada a la producción y comercialización de tortas de arándanos, se concluye que el proyecto es viable porque al establecer los indicadores financieros se obtuvieron valores positivos, como el VAN que es de \$11.046,33 siendo superior a cero y la TIR de 20% que es mayor a la TMAR de 8,98%; el periodo de recuperación es de 4 años, 7 meses y 6 días. El costo de oportunidad equivale al 8,94% superando a la tasa activa y pasiva referencial del Banco Central del Ecuador, la relación beneficio-costos es de \$1,14 que significa que por cada dólar invertido se ganará \$0,14 centavos; el punto de equilibrio en cantidades monetarias arrojó una cifra factible pero alta que debe ser tomada en consideración al momento de decidir sobre la implementación del negocio.

4.6 Estudio Organizacional

4.6.1 Introducción

El estudio organizacional permite determinar la capacidad operativa de la empresa para su correcta administración, incluyendo la misión, visión, objetivos, valores corporativos, políticas empresariales, organigrama estructural, manual de funciones y demás aspectos legales necesarios para la puesta en marcha de la microempresa; adicionalmente se detalla la constitución jurídica, misma que deberá ser fácil de memorizar por parte de los habitantes.

4.6.2 Objetivo

Diseñar la propuesta organizacional de la microempresa con el fin de establecer lineamientos que faciliten su eficiente administración y logro de objetivos.

4.6.3 La Empresa

Está constituida por personas que comparten un propósito en común buscando obtener rentabilidad financiera, cuyo propósito y motivación es lograr permanecer en el mercado, contribuyendo así el desarrollo de todos los grupos de interés.

4.6.3.1 Nombre de la Microempresa

El nombre de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tortas de arándano es:

“Nutri-Key”

A continuación, se detalla el significado de las expresiones utilizadas:

- Nutri: porque el arándano presenta un alto crecimiento de nutrientes beneficiosos para la salud; como es ayudar a combatir infecciones, reduce el riesgo de sufrir el cáncer, rejuvenece, mejora la memoria y por su gran cantidad de fibra y bajo contenido calórico ayuda a reducir grasa.
- Key: tiene como significado común a una torta o pastel.

Sin duda el nombre del emprendimiento es un aspecto muy importante, por lo tanto, debe de ser claro, original, preciso, atractivo, fácil de recordar y pronunciar con el fin de que ayude al negocio a posicionarse en el mercado y así mismo permitiendo incorporarse en la mente de los clientes.



Figura 38. Nutri-key
Elaboración propia

4.6.3.2 Logotipo de la Microempresa

El logotipo es un diseño gráfico que contiene imágenes, palabras, símbolos, números, colores y formas que sirven para poder distinguir e identificar a la microempresa; como se observa a continuación:



Figura 39. Logotipo de la microempresa
Elaboración propia

4.6.3.3 Slogan

El slogan es la frase que llega directamente al consumidor final y se complementa con el nombre escogido para la presente propuesta de negocio. El slogan escogido para la microempresa es:

Sabor y calidad inigualable

La frase expuesta, hace énfasis que cualquiera que sea la actividad económica será la mejor opción cuando adquieran el producto brindado por la empresa Nutri-Key.

4.6.3.4 Misión

Nutri-Key es una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos con excelente sabor; buscando prevalecer la calidad e higiene de nuestro producto; satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

4.6.3.5 Visión

Para el año 2024 posicionarse como una microempresa altamente competitiva e innovadora, reconocida por la elaboración y comercialización de productos de pastelería de calidad a nivel provincial, logrando posicionarse en el mercado y generando una solvencia económica.

4.6.3.6 Objetivos Estratégicos

Son las metas que busca alcanzar el emprendimiento en un tiempo determinado, determinando actividades, recursos y estrategias con el fin de poder cumplirlos. Los objetivos establecidos para el presente proyecto de investigación son:

- Capacitar y motivar continuamente a todo el personal, con el fin de brindar un servicio de calidad y así promover la eficacia y eficiencia.
- Ofrecer variedad de productos de alta calidad que cumplan con las normas de higiene, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes y generar rentabilidad.
- Ser una microempresa responsable en el cumplimiento de la normativa legal y reglamentos relacionados con la actividad económica.
- Generar fuentes de trabajo en la ciudad de Ibarra donde se implementará la microempresa.

4.6.3.7 Valores Corporativos

Son los principios y comportamientos esperados que todos los miembros de la empresa deben cumplir, es decir es la voluntad con la que desarrollaran las actividades. Los valores que se van a tomar en cuenta dentro del proyecto son:

- Honestidad
- Responsabilidad
- Respeto
- Compromiso
- Creatividad e innovación
- Profesionalismo
- Trabajo en equipo
- Amabilidad
- Puntualidad
- Higiene

4.6.3.8 Políticas Empresariales

El conjunto de normas y reglas establecidas dentro de la empresa son implementadas por el propietario y tienen que ser aceptadas por los colaboradores a fin de mejorar el ambiente de trabajo para alcanzar los objetivos proyectados.

Dentro de la microempresa se establecieron políticas empresariales dirigidas a los proveedores, clientes y trabajadores del negocio, detalladas a continuación:

➤ **Proveedores**

- El propietario de la empresa es el único que debe realizar las negociaciones con los proveedores.
- La materia prima e insumos recibidos deben pasar por una revisión de calidad antes de realizar el registro del kárdex, con el fin de verificar si se encuentran en perfectas condiciones y de acuerdo a las especificaciones solicitadas.
- En caso de presentarse deterioros en la compra de la MP e Insumos será devuelto y procedemos a buscar otro proveedor.
- Será la obligación del proveedor de comunicar e informar en caso de que se presente inexistencia de los productos, variación de precios, tardío en la entrega del pedido, entre otros.

➤ **Clientes**

- El pago de la compra de los productos serán pagados en efectivo.
- Al solicitar envíos a domicilio se deberá de cancelar el 25% del valor total de la factura con el fin de asegurar la compra.
- Una vez entregado el producto final al consumidor, se emitirá obligatoriamente una factura legalmente autorizada.
- Se dará descuentos especiales en temporadas de feriados.

➤ **Trabajadores**

- Se fijarán horarios de trabajo flexibles, con la finalidad de que se adapten a las necesidades del personal de trabajo.
- El personal tiene un horario laboral de 8h00 – 13h00 y de 14h00 – 17h00.
- El personal deberá asistir con su respectivo uniforme limpio.
- En caso de ausencia del personal, deben de informar al propietario con 12 horas de anticipación.

- El personal de cada una de las áreas será el responsable de cuidar las instalaciones, maquinaria, equipos, herramientas que sean entregados al iniciar la actividad económica.
- En caso de ocurrir cualquier tipo de falla o problema, los trabajadores deberán de acudir y avisar al dueño del negocio.
- Escuchar cuidadosamente los requerimientos de los clientes y dar una respuesta ligera a sus inquietudes.

➤ **Microempresa**

- La microempresa atenderá a los clientes los cinco días a la semana, teniendo horarios de atención de lunes a sábado de 8h00 a 17h00.
- La maquinaria tendrá un mantenimiento continuo para evitar interrupciones en la jornada laboral.
- Se entregará al personal de trabajo los insumos, materiales y suministros necesarios para el desarrollo de las actividades diarias.
- Se garantiza la protección y el cuidado del personal de trabajo durante toda la jornada laboral.
- La microempresa pagará puntualmente las remuneraciones a los trabajadores cada mes y a los proveedores por los bienes y servicios recibidos.
- La empresa mantendrá un comportamiento ético en el desarrollo de cada una de sus actividades.
- Se exigirá la confidencialidad a fin de evitar que las personas ajenas y la competencia no tengan acceso a los datos e información de las actividades que se van a realizar dentro de la microempresa.
- Se realizará capacitaciones periódicas para mejorar la rentabilidad de la microempresa.
- Prohibido fumar dentro de las instalaciones de la microempresa.

➤ **Ambientales**

- Los residuos se almacenarán en un basurero de color verde, el cual estará abastecido de una tapa ajustable con la finalidad de que no expele malos

olores.

- Los residuos no deben permanecer por más de dos días en la planta.

4.6.3.9 Organigrama Estructural

El organigrama estructural es una representación gráfica de los diferentes cargos de la empresa. Al ser este un emprendimiento, estará conformado por cinco personas en sus primeros años de vida. Por tanto, a continuación, se propone el siguiente organigrama:

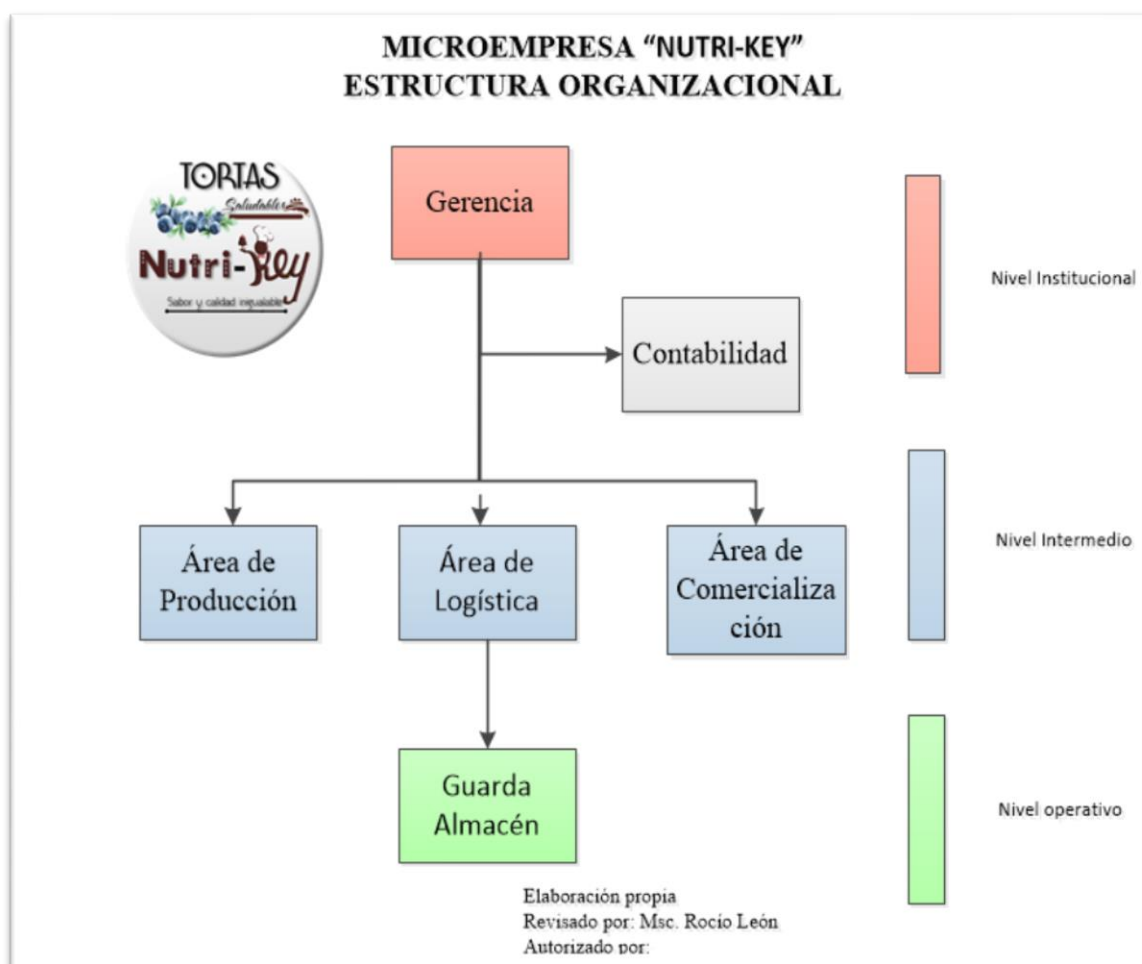


Figura 40. Estructura organizacional
Elaboración propia

Para determinar las funciones que desempeñarán cada uno de los trabajadores en los departamentos de la microempresa "Nutri – Key", se diseñó la estructura funcional. Por tanto, a continuación, se propone lo siguiente:

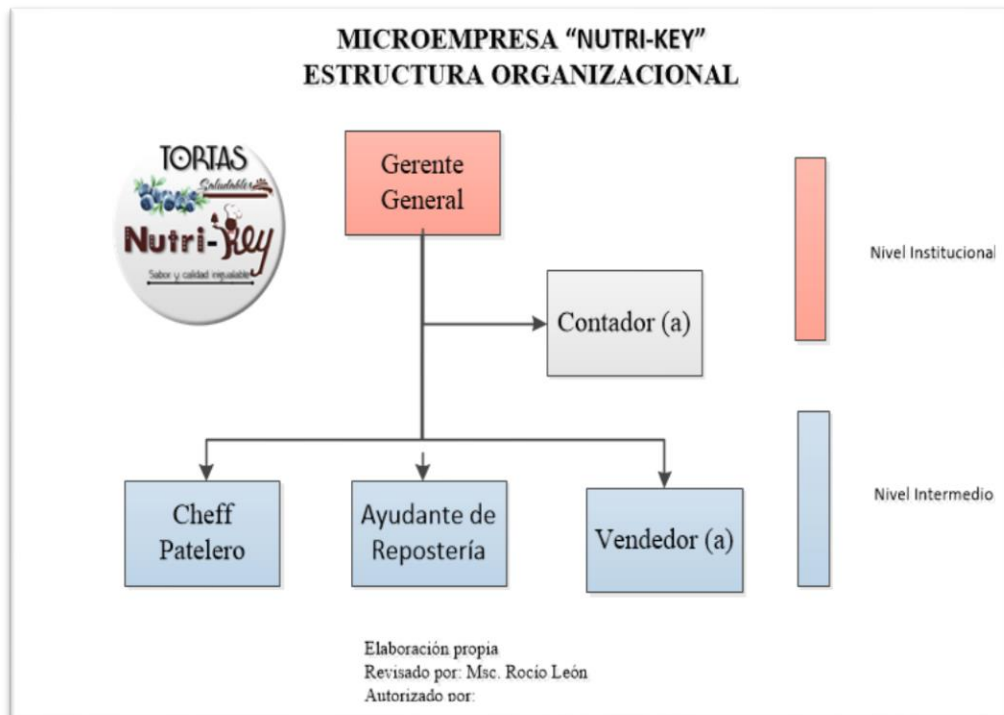


Figura 41. Estructura funcional
Elaboración propia

4.6.3.10 Niveles Administrativos

Un organigrama debe de ser dividido por niveles haciendo referencia a la estructura jerárquica que existe en la microempresa, con el objetivo de lograr el correcto trabajo en todas las áreas del proyecto de investigación. El negocio presenta los siguientes niveles:

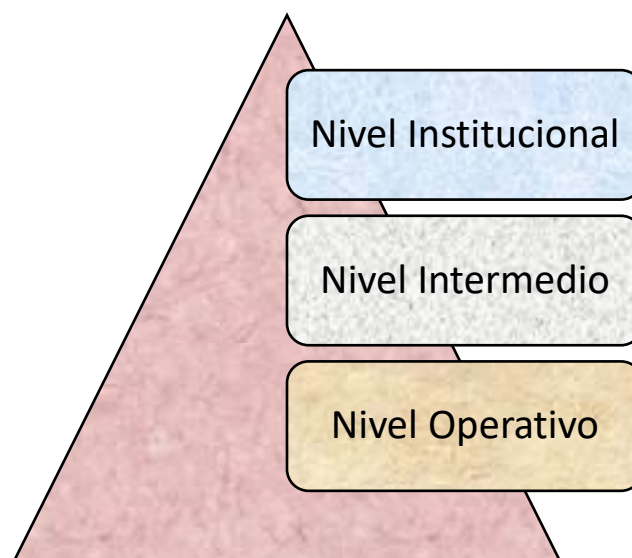


Figura 42. Niveles administrativos
Elaboración propia

- **Nivel Institucional**

Dentro del nivel institucional se encuentra conformado por el Gerente General de la microempresa, quién se encarga de todas las funciones del proceso administrativo, en decir de planear, organizar, dirigir y controlar, con la finalidad de realizar sus actividades de manera eficaz y eficiente.

Además, está conformado por un profesional en la rama de la contabilidad. El contador externo es la persona que no pertenece dentro de la microempresa, sin embargo, es quien sirve de apoyo para la ejecución de las actividades determinadas en el proceso contable, declaraciones y todo lo que tiene que ver con registros contables del mismo.

- **Nivel Intermedio**

Este nivel está integrado por el jefe de producción, área de logística y el área de comercialización, mismos que tienen que realizarán las tareas programadas por el nivel superior de forma eficaz en las áreas de trabajo asignadas en la microempresa.

- **Nivel Operativo**

Este nivel está conformado por el guarda almacén, mismo que se encarga de las diferentes actividades tal cual como se detalla en el manual de funciones.

Para una mayor comprensión acerca de cada una de las actividades a cumplir por parte de quienes intervienen en el organigrama se desarrollará el siguiente manual de funciones:

4.6.4 Funciones y Competencias del Personal

Para la ejecución de cada área de producción y administración, será necesario contar con el personal de trabajo calificado y preparado para los diferentes departamentos, para lo cual en el siguiente apartado se presenta una ficha del perfil profesional con sus respectivas actividades que deben cumplir en cada puesto de trabajo, mismas que se encuentran detalladas según el cargo jerárquico que ejercerá cada colaborador de la microempresa.

a) **Funciones del Gerente**

Tabla 135

Funciones del gerente general


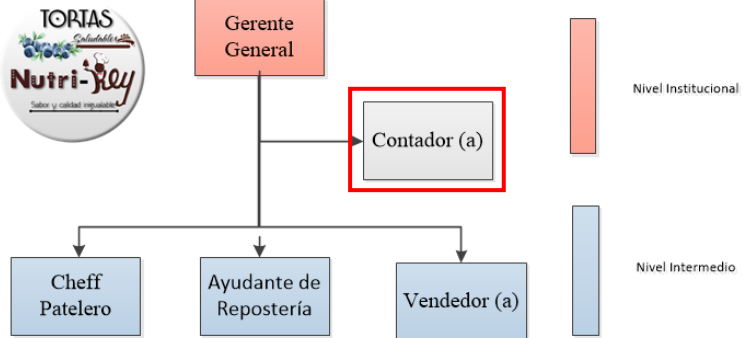
	<p>Área de gestión: Administrativa Cargo: Gerente General Supervisa: Contador, jefe de producción y Área de comercialización Informa: Al propietario</p>
MISIÓN DEL ÁREA	
<p>Ejecutar proceso administrativo en lo que respecta a planificar, organizar, direccionar y controlar todas las actividades de la microempresa para lograr las metas y los objetivos planificados.</p>	
ORGANIGRAMA	
<p style="text-align: center;">MICROEMPRESA "NUTRI-KEY" ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</p>  <p style="text-align: center; font-size: small;">Elaboración propia Revisado por: Msc. Rocio León Autorizado por:</p>	
PERFIL	
<ul style="list-style-type: none"> • Ser responsable, organizado, honesto, íntegro y con facilidad de razonamiento numérico. • Título de administración de empresas o carreras afines. • Tener experiencia mínima de 1 a 2 años en puestos de trabajo similares. • Trabajo bajo presión. 	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la microempresa "Nutri-Key" • Crear políticas de trabajo justas y equitativas. • Administrar correctamente los recursos de la microempresa. • Elaborar planes de capacitación y motivación del personal. • Aprobar el pago de remuneraciones del personal como también a proveedores. • Ejecutar el proceso de contratación de personal. • Establecer alianzas estratégicas con los intermediarios del negocio. • Designar funciones y responsabilidades a todos los miembros de la microempresa. 	

Elaboración propia

b) Funciones del Contador

Tabla 136

Funciones del contador de la microempresa


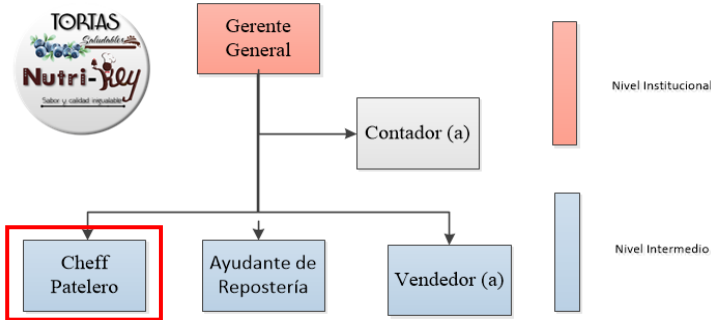
	<p>Área de gestión: Contabilidad Cargo: Contador Supervisa: Vendedor Informa: Al Gerente</p>
MISIÓN DEL ÁREA	
<p>Llevar el control de todas las actividades financieras de la microempresa con el fin de tomar una correcta decisión gerencial.</p>	
ORGANIGRAMA	
<p style="text-align: center;">MICROEMPRESA "NUTRI-KEY" ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</p>  <p style="text-align: center; font-size: small;">Elaboración propia Revisado por: Msc. Rocio León Autorizado por:</p>	
PERFIL	
<ul style="list-style-type: none"> • Profesional con título de contador. • Tener experiencia mínima de 1 año en puestos de trabajo similares. • Tener conocimientos básicos sobre declaraciones de impuestos y elaboración de estados financieros. 	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con la normativa legal contable y tributaria vigente. • Realizar las declaraciones tributarias mensualmente. • Elaborar y presentar los estados financieros y las conciliaciones bancarias. • Generar los formularios y planillas del SRI, IESS y Ministerio de Trabajo. • Elaborar los roles de pago de los trabajadores. • Archivar y conservar la documentación de 5 a 7 años como indica la ley, con el fin de respaldar la información contable realizada. • Informar al gerente anomalías presentadas en el transcurso del trabajo. • Entregar las tarjetas de presentación de la microempresa a los clientes que ingresen en su establecimiento. 	

Elaboración propia

c) Funciones del Jefe de producción

Tabla 137

Funciones del jefe de producción


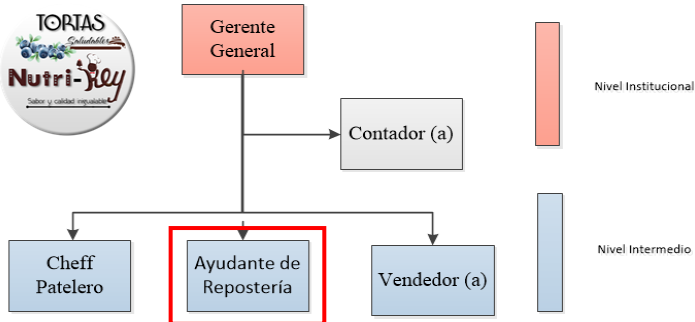
	<p>Área de gestión: Producción Cargo: Jefe de producción (Cheff pastelero) Supervisa: Al operario Informa: Al Gerente</p>
MISIÓN DEL ÁREA	
<p>Supervisar y controlar en el transcurso de elaboración de las tortas de arándanos durante cada proceso de transformación de la materia prima e insumos, a fin de garantizar un producto de calidad.</p>	
ORGANIGRAMA	
<p style="text-align: center;">MICROEMPRESA "NUTRI-KEY" ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</p>  <p style="text-align: center; font-size: small;">Elaboración propia Revisado por: Msc. Rocio León Autorizado por:</p>	
PERFIL	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en repostería o afines. • Experiencia mínima de 2 años en cargos similares. • Ser responsable, creativo, innovador y ágil en realizar las actividades diarias. • Conocer todas las normas de higiene y salud. 	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Comprobar que la materia prima e insumos estén en buenas condiciones. • Elaborar las tortas de acuerdo a las especificaciones dadas por el propietario. • Aplicar mejoras en el producto final con el fin de satisfacer a los clientes. • Controlar el estado y correcto funcionamiento de la maquinaria y herramientas de producción. • Realizar periódicamente el control de stocks. • Emitir las órdenes de compra de la materia prima e insumos inexistentes. • Pesar todos los ingredientes con el fin de evitar existan desperdicios. • Mantener limpio el área de trabajo • Dar de baja los productos que estén en mal estado. 	

Elaboración propia

d) Funciones del Jefe de producción

Tabla 138

Funciones del jefe de producción


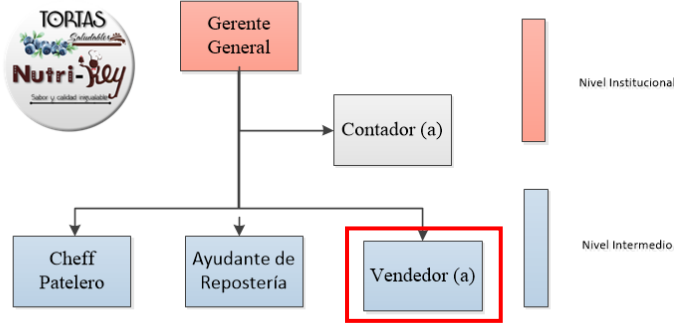
	<p>Área de gestión: Producción Cargo: Jefe de producción (Ayudante de repostería y Guarda Almacén) Supervisa: N/A Informa: Al Jefe de producción</p>
MISIÓN DEL ÁREA	
<p>Supervisar y controlar en el transcurso de elaboración de las tortas de arándanos durante cada proceso de transformación, verificando que el producto final sea de calidad y excelencia para la venta a los clientes.</p>	
ORGANIGRAMA	
<p style="text-align: center;">MICROEMPRESA "NUTRI-KEY" ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</p>  <p style="text-align: center; font-size: small;">Elaboración propia Revisado por: Msc. Rocío León Autorizado por:</p>	
PERFIL	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller en repostería o afines. • Tener licencia profesional. • Conocimientos en el manejo de inventarios. • Conocimientos generales de manipulación de alimentos saludables e higiene. • Ser responsable, creativo, innovador y ágil en realizar las actividades diarias. 	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Verificar a diario que la materia prima e insumos estén en buenas condiciones. • Dar de baja los productos que estén en mal estado. • Poner los productos terminados de forma ordenada en las perchas para la correcta distribución. • Enviar el producto final al área de ventas. • Entrega de las tortas a domicilio dentro de la ciudad de Ibarra y a intermediarios a nivel provincial. • Recibir y controlar que la materia prima e insumos cumplan con las especificaciones solicitadas tanto en cantidad como en calidad. 	

Elaboración propia

e) Funciones del Vendedor

Tabla 139

Funciones del vendedor

	<p>Área de gestión: Ventas Cargo: Vendedor (a) Supervisa: N/A Informa: Al Gerente</p>
MISIÓN DEL ÁREA	
<p>Persona encargada de la venta de las tortas de arándano, además fomentará vínculos de comunicación con los clientes a fin de recuperar la inversión inicial realizada por la entidad en mano de obra, materia prima e insumos y más costos y gastos.</p>	
ORGANIGRAMA	
<p style="text-align: center;">MICROEMPRESA "NUTRI-KEY" ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</p>  <p style="text-align: center; font-size: small;">Elaboración propia Revisado por: Msc. Rocío León Autorizado por:</p>	
PERFIL	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller, técnico o tecnológico en contabilidad o afines. • Experiencia de 1 año en atención a clientes. • Dispuesto a trabajar a bajo presión. • Buena presencia. • Manejo de herramientas digitales. • Conocimiento de marketing en ventas. 	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Atención a los clientes de forma amable y respetuosa, informando y resaltando las características y los beneficios de las tortas de arándanos. • Toma de los pedidos. • Negociación con los consumidores. • Realizar el cobro, emitir factura, empacar y entregar el producto final. • Registrar la venta en el kárdex. • Mantener el dinero en efectivo de manera segura. 	

Elaboración propia

4.6.5 Constitución de la Microempresa

La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros según la Ley Orgánica de Emprendimientos e Innovación, publicada en el Registro Oficial N° 151 del 28 de febrero del 2020, se ha constituido la Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS). Por lo tanto, la microempresa “Nutri-Key” será registrada como SAS permitiendo constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas a través de un trámite simplificado sin que este genere costo alguno. (Superintendencia de Compañías, 2016).

Los requisitos para constituir una SAS son:

- Certificado electrónico del accionista.
- Reserva de la denominación.
- Contrato privado o escritura.
- Nombramiento/s.
- Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es:
 - a) Tipo de solicitante
 - b) Nombre completo
 - c) Número de identificación
 - d) Correo electrónico
 - e) Teléfono convencional y/o teléfono celular
 - f) Provincia
 - g) Ciudad
- Dirección
- Copia/s de cédula o pasaporte.

Además, la microempresa “Nutri-Key” será considerada como una persona natural no obligada a llevar contabilidad según los Arts. 19 al 21 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, detalla que si las actividades económicas superan los trescientos mil (USD \$300.000) dólares deberán ser determinados como personas naturales obligadas a llevar contabilidad; ante esta aclaración el negocio a implementarse no cumple con el aspecto mencionado anteriormente.

A continuación, se toma en cuenta los siguientes requisitos legales y tributarios que se debe de cumplir para el correcto funcionamiento de la empresa:

a) Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Este instrumento sirve para registrar una actividad económica de forma ocasional o permanente. A continuación, se detallan los requisitos para obtener el RUC:

- Cédula de identidad, pasaporte o visa del representante legal.
- Certificado de votación del representante legal.
- Original del comprobante de pago de cualquier servicio básico.
- Copia del contrato o factura de arrendamiento del local.
- Copia del estado de cuenta bancaria

Una vez registrado el RUC, la microempresa debe de presentar las declaraciones tributarias, como resultado de los ingresos obtenidos y gastos realizados mensualmente, conforme al noveno dígito del RUC.

Impuesto a la Renta, esta declaración se efectúa una vez al año según el ejercicio impositivo del 1 de enero al 31 de diciembre sobre aquellas rentas obtenidas como resultado del giro del negocio, siendo así la microempresa deberá de realizarlo en el mes de marzo.

b) Patente municipal

Todas las personas que desarrollen actividades económicas tienen la obligación de solicitar el permiso de funcionamiento del negocio en el Gobierno Autónomo Descentralizado municipal en donde se esté ubicado el emprendimiento. A continuación, se detallan los requisitos para obtener la patente municipal:

- Croquis del predio y la ubicación exacta del local.
- Copia de cedula de identidad y certificado de votación
- Certificado de tesorería de no adeudar al Municipio.
- Copia del RUC o RISE actualizado

- Copia del comprobante de pago del Impuesto Predial donde funciona la actividad económica.
- Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.

c) Certificado de bomberos

En el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección contra incendios según el Art. 350 establece que, la persona interesada en obtener el permiso de funcionamiento debe de entregar la siguiente documentación:

- Solicitud de la inspección del local.
- Informe de la inspección realizada.
- Copia del RUC.

4.6.6 Conclusión del Capítulo

En este capítulo se determinó el diseño de la estructura organizacional de la microempresa, partiendo desde la filosofía empresarial que está conformada por la misión, visión, objetivos estratégicos, valores corporativos y las políticas empresariales con la finalidad de que estos puedan tener un horizonte bien definido y así poder llegar a ser una microempresa reconocida dentro del mercado.

Seguidamente, se diseñó el organigrama estructural con su respectivo manual de funciones en donde consta cada una de las actividades que deben realizar los colaboradores de la entidad.

Finalmente, se determinó los requisitos legales para el correcto funcionamiento del proyecto dentro del territorio ecuatoriano.

CAPÍTULO V: VALIDACIÓN

5.1 Introducción

Para la aprobación y validación del proyecto se utiliza mecanismos de evaluación, es decir, se aplicará una matriz de carácter cuantitativo, con el fin de calificar a cada uno de los capítulos que son parte del estudio de factibilidad, para así determinar si el proyecto de investigación es factible. Por lo tanto, se comprueba si el estudio de factibilidad de producción y elaboración de tortas de arándanos presenta oportunidades favorables para poner en marcha el negocio.

5.2 Objetivo

Validar el estudio de factibilidad para la creación de la microempresa productora y comercializadora de tortas de arándanos en la provincia de Imbabura, a través de la valoración de los resultados obtenidos y aplicados en la matriz para determinar la viabilidad del proyecto.

5.3 Equipo de Trabajo

Está formado por un grupo de personas que trabajan conjuntamente con el objetivo de lograr una meta en común, es decir, está conformada por las estudiantes encargadas del desarrollo de la investigación del estudio de factibilidad; docentes técnicos y tutora quienes se encargan de evaluar y validar cada uno de los capítulos del proyecto; como se detalla a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 140
Equipo de Trabajo

VALIDADORES	NOMBRE
Estudiantes	Katy Vanessa Andrade Valencia Eliana Lisbeth Quespáz Loza
Docente Tutor	Mgs. Rocío Guadalupe León Carlosama
Docentes Técnicos	Mgs. Sandra Mercedes Guevara López Dr. Benito Edison Scacco Franco

Fuente: Resolución No. 332-HCD

5.4 Metodología de Verificación

Para realizar la metodología de verificación se toma en cuenta una matriz en donde se describen cada uno de los aspectos que serán evaluados y validados con el objetivo de determinar el grado de factibilidad que tiene el proyecto de investigación.

5.4.1 Factores a Validar

A continuación, se describen los factores correspondientes de cada uno de los capítulos, que pretenden ser validados por los docentes técnicos:

Tabla 141

Factores a validar

FACTORES	FACTOR A VALIDAR
I. Fundamentación teórica	Análisis teórico
II. Procedimientos metodológicos	Métodos de Investigación
III. Diagnóstico	Oportunidad Diagnóstica
IV. Propuesta	
Estudio de mercado	Identificación de la demanda Insatisfecha
Estudio técnico	Viabilidad técnica en cuanto a localización, tamaño, ingeniería e inversión del proyecto de investigación.
Estudio financiero	Viabilidad económica financiera mediante el análisis de los indicadores financieros
Estudio organizacional	Filosofía institucional
Elaboración propia	

5.4.2 Método de Calificación

Se determinaron tres criterios de calificación para evaluar la factibilidad del proyecto, en base a la valoración otorgada por los docentes técnicos quienes examinarán cada uno de los aspectos definidos en cada capítulo, siendo 3 el puntaje más alto y 1 el más bajo.

Tabla 142
Método de calificación

Calificación	Interpretación
3	Factible
2	Medianamente factible
1	No factible

Elaboración propia – Investigación

El equipo de trabajo calificará de acuerdo a los siguientes criterios de evaluación como son:

- **Factible:** Expresa que el proyecto es viable, sustentando los resultados obtenidos durante el desarrollo de la investigación.
- **Medianamente factible:** expresa que en la propuesta existen factores que necesitan ser mejorador ya que existe un riesgo alto para el mismo.
- **No factible:** expresa que la idea del negocio no es viable, por lo tanto, no va a generar rentabilidad dentro del proyecto de investigación.

5.4.3 Rango de Interpretación

En el rango de interpretación se detallan los porcentajes por cada uno de los métodos de calificación, mismos que permitirán validar dicho proyecto como se muestran a continuación:

Tabla 143
Rango de interpretación

Rango de Calificación	
Rango	Interpretación
100% - 90%	Factible
89% – 70%	Medianamente factible
Menor al 69%	No factible

Elaboración propia – Investigación

Posteriormente se detalla la valoración porcentual, la cual tendrá una suma total del 100%, y de esta manera se conocerá si la presente propuesta de negocio es factible, medianamente factible o no factible:

Tabla 144
Porcentaje de calificación

CAPÍTULOS	PORCENTAJE
I. Fundamentación teórica	5%
II. Procedimientos metodológicos	5%
III. Diagnóstico	5%
IV. Propuesta	
Estudio de mercado	25%
Estudio técnico	25%
Estudio financiero	25%
Estudio organizacional	10%
TOTAL	100%

Elaboración propia – Investigación

5.5 Resultados

A continuación, se detalla la matriz de validación que será completada por el equipo de trabajo, del mismo se derivará el resultado de la evaluación del proyecto en base al método de calificación y al rango de interpretación:



MATRIZ DE VALIDACIÓN				
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD				
“NUTRI-KEY”				
VALIDADO POR: Mgs. Sandra Mercedes Guevara López				
FECHA: 20 de agosto de 2021				
FACTORES A VALIDAR	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
Fundamentación Teórica	5%	10	0,5	
Procedimientos Metodológicos	5%	10	0,5	
Diagnóstico	5%	10	0,5	
Estudio de Mercado	25%	10	2.5	
Estudio Técnico	25%	10	2.5	
Estudio Financiero	25%	10	2.5	
Estudio Organizacional	10%	10	1	
TOTAL	100%	70	10	

Figura 43. Matriz de validación 1

MATRIZ DE VALIDACIÓN				
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD				
“NUTRI-KEY”				
VALIDADO POR: Dr. Edison Benito Scacco Franco				
FECHA: 20/08/2021				
FACTORES A VALIDAR	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
Fundamentación Teórica	5%	10	0,5	
Procedimientos Metodológicos	5%	10	0,5	
Diagnóstico	5%	10	0,5	
Estudio de Mercado	25%	8	2,0	
Estudio Técnico	25%	8	2,0	
Estudio Financiero	25%	10	2,5	
Estudio Organizacional	10%	10	1	
TOTAL	100%		9	



Dr. Benito Scacco F.

Figura 44. Matriz de validación 2


MATRIZ DE VALIDACIÓN				
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD				
“NUTRI-KEY”				
VALIDADO POR: Mgs. Rocío Guadalupe León Carlosama				
FECHA:				
FACTORES A VALIDAR	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
Fundamentación Teórica	5%	10	0,5	Ninguna
Procedimientos Metodológicos	5%	10	0,5	Ninguna
Diagnóstico	5%	10	0,5	Ninguna
Estudio de Mercado	25%	9	2,25	Ninguna
Estudio Técnico	25%	9	2,25	Ninguna
Estudio Financiero	25%	8	2	Ninguna
Estudio Organizacional	10%	10	1	Ninguna
TOTAL	100%		9	
FIRMA				

Figura 45. Matriz de validación 3

Tabla 145.
Resultados

MATRIZ DE RESULTADOS							
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD							
“NUTRI-KEY”							
FACTORES A VALIDAR	PORCENTAJE	MGS. SANDRA GUEVARA	DR. BENITO SCACCO	MGS. ROCÍO LEÒN	PROMEDIO	RESULTADOS	OBSERVACIONES
Fundamentación Teórica	5%	0,5	0,5	0,5	0,50	5%	Ninguna
Procedimientos Metodológicos	5%	0,5	0,5	0,5	0,50	5%	Ninguna
Diagnóstico	5%	0,5	0,5	0,5	0,50	5%	Ninguna
Estudio de Mercado	25%	2,5	2	2,25	2,25	22,5%	Ninguna
Estudio Técnico	25%	2,5	2	2,25	2,25	22,5%	Ninguna
Estudio Financiero	25%	2,5	2,5	2	2,33	23,33%	Ninguna
Estudio Organizacional	10%	1	1	1	1	10%	Ninguna
TOTAL	100%	10	9	9	9,33	93,33%	

5.5.1 Calificación e Interpretación

La presente propuesta denominada “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos en la provincia de Imbabura”, demuestra ser un proyecto factible, en base a los resultados obtenidos a partir de las matrices de validación verificada por la tutora y docentes técnicos encargados de evaluar cada uno de los capítulos, obteniendo un porcentaje de factibilidad del 93,33% según los criterios de validación en el presente documento.

CONCLUSIONES

Al realizar el estudio de diagnóstico situacional se determinó aspectos favorables para la implementación del proyecto de investigación, contando con recursos disponibles tales como accesibilidad a proveedores, mano de obra calificada y existencia de mercados muy reconocidos para la venta y comercialización de los productos.

Se desarrolló un marco teórico basado en información secundaria con la finalidad de que permita al lector tener una mejor comprensión de los términos que se encuentran en el desarrollo de la investigación.

La investigación de mercados permitió conocer el comportamiento, características, gustos y preferencias de los posibles clientes, así como el número de la demanda potencial de la población siendo de 165.023 personas, de las cuales el 99% están dispuestos a comprar el producto a ofertarse.

En el estudio financiero se identificó un VAN de \$ 11.046,33 dólares americanos, lo que significa que al traer al valor presente los flujos netos proyectados para los años de vida útil luego de realizar una inversión inicial de \$ 35.162,46 dólares, se logra un valor actual neto significativo. La tasa interna de retorno esperada asciende al 20%, porcentaje superior a la tasa de rendimiento medio y a la tasa pasiva del Banco Central del Ecuador. El costo de oportunidad es del 8,94, valor superior a la tasa pasiva publicada por el BCE, el PRI se estima que será de 4 años, 7 meses y 6 días; por lo expresado, se puede determinar que el proyecto es económicamente factible.

En el estudio organizacional se elaboró normas, políticas y lineamientos que regirá la microempresa “Nutri-Key”, a fin de optimizar recursos y brindar una guía y soporte en el desarrollo de las actividades y funciones que desempeñarán cada personal de trabajo en cada área, acciones que impulsan las metas trazadas por la empresa productora.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la implementación del proyecto de investigación en la zona identificada en el diagnóstico situacional, es decir en la ciudad de Ibarra, calle Sánchez y Cifuentes & Rafael Larrea Andrade, casa N^a 15-02 misma que cuenta con varios factores que favorecen a la microempresa como son: vías de acceso en buen estado, servicios básicos, seguridad, disponibilidad de recursos, entre otros. Además, se considerará que la ubicación de la microempresa es totalmente adecuada para la ejecución del proyecto, siendo un sector altamente comercial.

Es conveniente revisar periódicamente los conceptos desarrollados en el marco teórico, a fin de lograr mejorar un mejor conocimiento de los términos utilizados y a su vez sustentar las bases teóricas del estudio de investigación.

Es recomendable realizar un monitoreo constante de los gustos de los clientes con la finalidad de garantizar la aceptación del producto a ofrecer en el mercado y conocer el comportamiento y las preferencias de los consumidores.

Es conveniente implementar el proyecto de investigación en vista de que el estudio financiero determinó que los datos obtenidos demuestran viabilidad económica del presente emprendimiento.

Es recomendable aplicar la propuesta de la estructura organizacional con la finalidad de que permita controlar y supervisar el desempeño laboral de cada miembro de la entidad, aportando a mejorar una comunicación clara y precisa entre todos los departamentos y a su vez contribuyan al buen funcionamiento de la microempresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (2012). *Ley Orgánica de Discapacidades*. Quito.
- (2015). *Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural*.
- (2016). *Ley Orgánica de Educación Intercultural*. Quito- Ecuador.
- EcuRed*. (27 de marzo de 2018). Recuperado el 2018, de [https://www.ecured.cu/index.php?title=Provincia_de_Imbabura_\(Ecuador\)&action=edit](https://www.ecured.cu/index.php?title=Provincia_de_Imbabura_(Ecuador)&action=edit)
- (21 de agosto de 2018). *Ley para Fomento Productivo, Atracción Inversiones Generación Empleo*. Quito.
- Proyecto de Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (19 de diciembre de 2018). Quito, Ecuador.
- Abreu, J. L. (2014). El método de la investigación - Research Method. *International Journal of Good Conscience*, 9(3), 195-204.
- Adauto, M. P. (2020). FODA - SWOT. *Logos Boletín Científico de la Escuela Preparatorio No.2*, 7(14), 20-21.
- Alcarria, J. (2012). *Introducción a la contabilidad*. España: I'UNE.
- Alvarez, A. (07 de 01 de 2015). *www.forosecuador.ec*. Recuperado el 11 de 06 de 2018, de www.forosecuador.ec: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/9603-personas-naturales-que-no-esta%CC%81n-obligadas-a-llevar-contabilidad>
- Anjana, K., & Sreeya, B. (september de 2019). Consumer perception on 4Ps of marketing in malls with special reference to Chennai. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8(11), 3215-3217.
- ANSI. (2016). American National Standard for Hand Protection Classification . *ISEA*, 2.
- Arévalo, J. d. (2020). El rol de la responsabilidad social empresarial para las microempresas: ¿Qué tanto se cumplen las buenas prácticas? *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 8(1), 107-115.
- Arias. (2017). Nivel Académico de los microempresarios. *Revista Relayn*, 24.
- Armas, A. (2008). *Empleo público en el Ecuador: Una mirada desde el género*. Quito, Ecuador: Gráficas Araujo.
- Arroyo, G. (2018). *Factores que limitan a los docentes la implementación de las adaptaciones curriculares en los estudiantes con necesidades educativas especiales asociadas a la discapacidad en el colegio Universitario "UTN" período académico 2017-2018. (Trabajo de grado)*. Ibarra, Ecuador: Universidad Técnica del Norte.

- Auquilla, L. F. (2020). *Estudio de factibilidad para brindar el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Aznar, J., Gallego, M., & Medianero, M. (2015). *Investigación y recogida de información de mercados (UF1780)*. Madrid: Editorial CEP, S.L.
- Baca Urbina, G. (2014). *Evaluación de proyectos*. México: McGRAW-HILL.
- Baca, G. (2016). *Evaluación de proyectos (8va. ed.)*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación: Serie integral por competencias (3a. ed.)*. México: Grupo Editorial Patria.
- BanEcuador. (2018). *BanEcuador el banco del pueblo*. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/a-quien-financiar/>
- BanEcuador. (2020). Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/simulador-de-credito/>
- Baquero, M. (2015). Discapacidad: una construcción narrativa excluyente. *Revista Equidad & Desarrollo*. (24), 165-183.
- Baquero, T. M. (2015). Discapacidad: una construcción narrativa excluyente. *Revista Equidad & Desarrollo*. (24), 165-183.
- Bello, M., Castañeda, C., Perdomo, N., & Rodríguez, V. (2016). *CONTABILIDAD PARA MICROEMPRESAS*. Bogotá.
- Benjamín, E., & Fincowsky, F. (2014). *Organización de empresas*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Bernal, C. (2014). *INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES - Enfoque global e integral*. Bogotá, Colombia: PEARSON.
- Bomberos Ibarra. (2017). Obtenido de <http://bomberosibarra.gob.ec/?p=1353#!/>
- Brown, C. (2019). Why and how to employ the SIPOC model. *Journal of Business Continuity & Emergency Planning*, 12(3), 198-210.
- Buñay, B., & Hernández, K. (2018). *Creación de una microempresa para la producción y comercialización de pasteles a domicilio en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Burdiles, P., Castro, M., & Simian, D. (2019). Planificación y factibilidad de un proyecto de investigación clínica. *Revista Médica Clínica las Condes*, 1(30), 18.
- Calleja, F., & Calleja, F. (2017). *Análisis de Estados Financieros*. México: PEARSON.
- Calvo Porral, C., & Stanton, J. (2017). *Principles of Marketing*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Casado Díaz, A., & Sellers Rubio, R. (2013). *INTRODUCCIÓN AL MARKETING Teoría y práctica*. España: Editorial Club Universitario.

- Castillo, J., & Salas, C. (2018). Estabilidad laboral y desigualdad del ingreso: una perspectiva de género. *Cuestiones económicas vol. 28, número especial: economía y género*, 149-180.
- Castro, B. L. (2019). *Propuesta de mejora de la productividad en el área de producción de la empresa INDUSTRIA DULCERA C. LTDA en Lean Manufacturing*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Ciribeli, Joao Paulo, & Miquelito Samuel. (2015). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: Ensayo teórico sobre los principales enfoques. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 37.
- Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades- CONADIS. (31 de diciembre de 2018). *Estadísticas de Discapacidad: Evolución de Personas con Discapacidad Registradas*. Obtenido de <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/estadisticas-de-discapacidad/>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008).
- Constitución de la República del Ecuador. (2008).
- Corona, A. (2015). *"No estamos locas, sabemos lo que queremos" : los procesos participativos de las mujeres con diversidad funcional física en Andalucía. (Tesis doctoral, Universidad Pablo Olavide)*. Sevilla.
- Correa, L., & Rúa, J. (2018). La trampa de la educación especial: rodeos y laberintos jurisprudenciales para garantizar el derecho a la educación inclusiva de las personas con discapacidad. *Revista Derecho del Estado n.º 41*, 97-128.
- Daft, R. (2015). *Teoría y diseño organizacional*. México : Cengage Learning Editores.
- Dávila Frias, C. (2015). *Emprendimiento y Gestión* . Quito, Ecuador: Ministerio de Educación del Ecuador.
- De la Torre, L. (2016). *Investigación de mercados: Marketing 4.0*. Lima, Perú: Editorial Macro EIRL.
- Diario el Tiempo . (07 de marzo de 2018). *Mercado laboral femenino en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/empresarial/1/mercado-laboral-femenino-en-ecuador>
- Duvergel Cobas, Y., & Argota Vega, L. (2017). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA DEL PRODUCTO SISTEMA AUTOMATIZADO CUBANO PARA EL CONTROL DE EQUIPOS MÉDICOS. *3C Tecnología*, 50-51.
- Echeverría Ruíz, C. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto . *Revista Publicando*, 179-185.
- EcuadorLegal. (21 de Marzo de 2015). *EcuadorLegalOnline.com*. Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/sri/persona-natural/>
- Eggers, F. (2018). *Economía*. Argentina: Editorial Maipue.

- El Telégrafo. (07 de enero de 2019). *Ecuador cerró 2018 con una inflación de 0,27%*.
Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/ecuador-cierre-inflacion-2018>
- Estrada, H., Saumett, H., & Bahamón, M. (2017). Direccionamiento estratégico y aprendizaje organizacional en unidades productivas asociadas a cooperativas del sector agrícola del Atlántico. *Revista Espacios Vol. 38 (Nº 37)*, 19-30.
- Fernández Luna, G., Mayagoitia Barragán, V., & Quintero Miranda, A. (2010). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Fierro. (2015). *Contabilidad General en enfoque NIIF para pymes*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Fitness, S. (30 de 03 de 2016). Obtenido de <https://www.serfitness.net/5-beneficios-del-arandano-una-fruta-previene-cancer/>
- Flóres Uribe, J. (2015). *Plan de negocio para pequeñas empresas*. Bogotá, Colombia : Ediciones de la U .
- Flores, A. (16 de octubre de 2016). *Simbología de diagramas de flujo ASME, ANSI, ISO, DIN, DO, DIF*. Recuperado el 22 de octubre de 2019, de <https://es.slideshare.net/darkkell/diagramas-de-flujo>
- Flórez. (2015). *Proyectos de inversion para las pyme*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Flórez, J. (2017). *Proyectos de inversión para las pyme*. Ecoe Ediciones: Bogotá, Colombia.
- Franco, J., Restrepo, J., & Sánchez, J. (2014). La gestión del mercadeo: un aporte a la competitividad de las pequeñas empresas del sector servicios en Medellín. *Revista pensamiento y gestión Nº 37*, 150-174.
- GAD Municipal de San Miguel de Ibarra. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra 2015- 2023*.
- GAD Municipal San Miguel de Ibarra. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra 2012-2031*.
- GAD Municipal San Miguel de Ibarra. (24 de septiembre de 2014). *Documentos ibarra*. Obtenido de [http://documentos.ibarra.gob.ec/uploads/documentos/ORDENANZA/ORDENANZA_QUE_ORGANIZA_Y_REGULA_EL_FUNCIONAMIENTO_DEL_SISTEMA_CANTONAL_DE_PROTECCI%C3%93N_INTEGRAL_DE_DERECHOS_EN_IBARRA.\(14-01-2015_15_36_47\).pdf](http://documentos.ibarra.gob.ec/uploads/documentos/ORDENANZA/ORDENANZA_QUE_ORGANIZA_Y_REGULA_EL_FUNCIONAMIENTO_DEL_SISTEMA_CANTONAL_DE_PROTECCI%C3%93N_INTEGRAL_DE_DERECHOS_EN_IBARRA.(14-01-2015_15_36_47).pdf)
- Gallardo, D., & Maldonado, V. (2016). *Proyectos organizacionales*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Maipue.
- Gamboa Salinas, J., Jordán Vaca, J., & Pérez Salinas, M. (2017). *Aplicación Básica de la Contabilidad Comercial*. Ambato: Primera Edición .
- García Prado, E. (2015). *Proyecto y viabilidad del negocio o microempresa*. Madrid, España: Paraninfo.

- González, J. N. (2019). *Apoyo en la formulación del Mapa de Procesos en el Instituto de Gestión Organizacional SAS-IDEGO Bajo la Norma ISO 9001:2015*. Villavicencio: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Gordón, A. (27 de enero de 2015). Las evaluaciones para el carné de discapacidad son más minuciosas. *Diario El Comercio*.
- Guamangallo, G. P. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de COBAYAS microempresa productora y comercializadora Quito - Ecuador 2017*. Quito: Universidad Tecnológica Israel.
- Guía para trámites de Impuesto Patente . (28 de 05 de 2019). Obtenido de <https://www.ibarra.gob.ec/site/blog/2019/05/28/guia-para-tramites-de-impuesto-patente-y-activos-totales/>
- Gutiérrez, C., Rozo, A., & Flórez, A. (2019). Direccionamiento estratégico, una estrategia organizacional con alto impacto en el desarrollo laboral. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*. Volumen 7, Número 1, 8-15.
- Hartline, M. (2015). *Estrategia de marketing*. México: CENGAGE Learning.
- Hernández Garnica, C., & Maubert Viveros, C. (2017). *Fundamentos de marketing*. México: PEARSON.
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Hernández, H., Cardona, D., & Del Río, J. (2017). Direccionamiento Estratégico: Proyección de la Innovación Tecnológica y Gestión Administrativa en las Pequeñas Empresas. *Revista Información Tecnológica – Vol. 28 N° 5*, 15-22.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación (6a. ed.)*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Higueta, D., & Giraldo, Y. (2020). *Estudio de prefactibilidad financiera para la implementación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos de panadería y repostería artesanal en la ciudad de Medellín*. Medellín: Institución Universitaria ESUMER.
- INEC. (enero de 2019). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Enero-2019/01%20ipc%20Presentacion_IPC_ene2019.pdf
- INEC. (2020). Registro Estadístico de Defunciones Generales. *Boletín Técnico*, 5.
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (17 de Diciembre de 2014). Resolución nro: 14511. Quito, Pichincha, Ecuador: Gobierno Nacional del Ecuador.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos- INEC. (2016). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo: Indicadores Laborales*.

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos- INEC. (s.f.). *Sistema Integrado de Consultas (REDATAM)*. Recuperado el 18 de junio de 2019, de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction>
- Jaramillo, I., Guerrero, J., & García, J. (2017). *MARKETING APLICADO EN EL SECTOR EMPRESARIAL*. Machala, Ecuador: UTMACH.
- Jurado, J. A. (17 de julio de 2020). Guía docente de asignaturas para diseño de encuestas. *Normativa de Evaluación y de Calificación de estudiantes de la Universidad de Granada*. Granada, España: Universidad de Granada.
- Karim, R. A., & Habiba, W. (2020). Influence of 4P Strategy on Organisation's Performance: A Case on Bangladesh RMG Sector. *International Journal of Entrepreneurial*, 3(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing*. México: PEARSON.
- Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G., Samaniego, A., & Izquierdo, E. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Ecuador 2017*.
- Lerma, H. (2018). *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Ley de compañías. (2014). *www.oas.org*. Obtenido de [www.oas.org](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf): http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf
- limaico, d. (2018). xxxxx. ibarra: mayor.
- López. (2016). LAS FINANZAS PERSONALES, UN CONCEPTO QUE VA MÁS ALLÁ DE SU ESTRUCTURA. ESTADO DEL ARTE PERÍODO 2006-2016. *Universidad EAFIT*, 29-30.
- López Calvajar, G. A., Mata Varela, M. d., Becerra Lois, F. Á., & Cabrera Caballero, H. A. (2018). *PLANIFICACIÓN de empresas*. Cuba: "Universo Sur".
- López, I., & Valenzuela, G. (2015). Niños y Adolescentes con necesidades educativas especiales. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 42-51.
- López, I., & Valenzuela, G. (2015). NIÑOS y adolescentes con necesidades educativas especiales. *Revista Médica Clínica Las Condes*. (Volume 26), 42-51.
- López, J. F. (2019). Competitividad y Excelencia Empresarial. *Revista de la escuela de Posgrado Exégesis*, 10(1), 41-47.
- Louis Jacques, F., Cisneros, L., & Mejía Morelos, J. (2011). *Administración de PYMES, Emprender, dirigir y desarrollar empresas*. México: PEARSON.
- Luna. (2015). *Administración estratégica*. México: Grupo Editorial Patria.
- Luna, A. (2014). *Proceso Administrativo*. México: Grupo Editorial Patria.
- Martínez Candil, I. (2016). *MF1790_3 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS*. México: Cano Pina, SL.

- Martínez, A., & Cegarra, J. (2014). *Gestión por procesos de negocio: Organización horizontal*.
- Maya, A., Cevallos, C., Raura, J., & Cejas, M. (2016). Emprendimiento por oportunidad en el contexto del cambio de la matriz productiva: una estrategia innovadora- Ecuador. *Revista visión gerencial*, 305 - 328.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social- MIES. (14 de septiembre de 2018). *Servicios MIES para personas con Discapacidad*. Recuperado el 16 de septiembre de 2019, de <https://www.inclusion.gob.ec/servicios-mies-para-personas-con-discapacidad/>
- Ministerio de Salud Pública. (2020). *Guía para Buenas Prácticas de Manufactura*. Quito: Gobierno del Ecuador.
- Ministerio del Ambiente. (2019). Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/>
- Moncayo, L., & Leiton, J. (2018). *Estudio de factibilidad para el desarrollo de alternativas de productos a base de lactosuero para la industria láctea SIMBAÑA Y SIMBAÑA CIA LTDA. del cantón Otavalo provincia de Imbabura*. Ibarra.
- Mongrovejo, A., Arias, D., & Vidal, B. (2020). Producción y comercialización de champiñones en la provincia del Azuay-Ecuador. Estudio de factibilidad. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 22, 144-161.
- Monteros, E. (2005). *Manual de Gestión Microempresarial*. Ibarra - Ecuador: Universitaria.
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. (2014). *Finanzas*. México: Grupo Editorial Patria, S.A. .
- Moreno, C. T. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago de Chile: RIL editores.
- Moreno, T. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago de Chile: RIL editores.
- Münch, L. (2014). *Administración gestión organizacional , enfoques y proceso administrativo*. México: Pearson.
- Municipalidad de Ibarra. (2019). Obtenido de <https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/gobierno/gestion-tributaria/1214-informacion-de-la-patente-municipal>
- Narváez, G. (2019). *La administración estratégica y la competitividad empresarial de las empresas del sector gastronómico, del distrito de Tacna*. Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann -Tacna.
- Ocampo, J. (2018). Discapacidad, Inclusión y Educación Superior en Ecuador: El Caso de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. *Revista Latinoamericana de Educación Inclusiva* 12 (2), 97-114.
- Ordóñez, K., Suing, A., Barraqueta, P., & Ortiz, C. (2017). *Informe Nacional Percepción de Audiencias Televisión Local en Ecuador*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Pacheco Coello, C., & Pérez Brito, G. (2016). *EL PROYECTO DE INVERSIÓN COMO ESTRATEGIA GERENCIAL*. México: Gerencia Editorial .

- Pedraza, O. (2014). *Modelo del plan de negocios : Para la micro y pequeña empresa*.
- Pérez, A., & Bojórquez, M. (2020). Aplicación del modelo de las 5 fuerzas de Porter en el sector porcino en Yucatán. *Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal* , 25(72), 13.
- Philip, & Keller. (2015). *Las 4Ps del Marketing Mix*. España.
- Pico, L. (2016). El emprendimiento por necesidad, una ventana hacia el desarrollo de oportunidades de negocios. *Revista Innova. (Vol. 1)*, 131-136.
- Pico, L. M. (2016). El emprendimiento por necesidad, una ventana hacia el desarrollo de oportunidades de negocios. *Revista Innova. (Vol. 1)*, 131-136.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra 2015- 2023. (s.f.).
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra 2015- 2023.* (s.f.).
- (s.f.). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra 2015-2023.*
- (s.f.). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra 2015-2023.*
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra 2015-2023.* (s.f.).
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra 2015-2023. (s.f.).
- (s.f.). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra 2015-2023.*
- Posner, H. (2015). *Marketing de moda (2a. ed.)*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Powell, M., & Osborne, S. (30 de abril de 2018). Social enterprises, marketing, and sustainable public service provision. *International Review of Administrative Sciences*, 86(1), 62-79.
- Prieto, J. (2014). *Proyectos : Enfoque gerencial (4a. ed.)*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Prieto, J. (2017). *Gestión estratégica organizacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Productividad, M. d. (2017). Obtenido de https://www.industrias.gob.ec/insumos-tecnicos-de-propuesta-de-ley-de-emprendimiento-e-innovacion-se-entregaron-hoy-a-consejo-consultivo-productivo-y-tributario/?fbclid=IwAR3mafoFU3S_noMe-uwM2Pr6ApWxewNXzZyT-kZT2Ln54AfJSeVQ1I7tBT8
- ProEcuador. (2018). Obtenido de https://www.proecuador.gob.ec/ley-fomento-productivo/?fbclid=IwAR2QxgVwhMqAW7TrI8fqvDbhD6Q80rRhj3gIe_ZskqdG5YYyylhg5yUFTZ8
- Quiroz Calderón, B. (2016). *Microeconomía* . Perú : ECON. .
- Ramírez. (2013). *Contabilidad administrativa*. México: McGraw-Hill.
- Ramírez, E., López , L., & Parra, M. (2019). *GESTIÓN DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL*. España: eBook.


- Ramírez, M. (2018). Las prácticas realizadas por la Universidad de Costa Rica, para garantizar la educación superior de las personas con discapacidad. *Revista Reflexiones* 97 (2), 35-54.
- Ramiro. (2016). *Marketing de moda*. España: Gili.
- Rodríguez. (2018). *Formulaciòn y evaluaciòn de proyectos de inversiòn. Una propuesta metodològica*. Mèxico: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión : Una propuesta metodológica*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Rodriguez, J. A. (2016). *Clasificación de los organigramas y su importancia como guía y apoyo para la toma de decisiones en las empresas*. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Rodríguez, M. (2018). *Hacia una empresa íntegra: por qué muchas empresas son como son* . España: Bubok Publishing S.L.
- Rojas, J. L. (2017). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas. *Revista académica del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana*, 54-61.
- Rojas, M. (2015). *Evaluación de proyectos para ingenieros (2a. ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Sainz, J. (2015). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Sainz, J. M. (2015). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Sánchez, A., José, E., & Cuartas Herrera, J. A. (2020). *Identificación y caracterización de los procesos asociados a la cadena de valor de la empresa BNPP CARDIF*. Bogotá: Fundación Universitaria de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Sangri Coral, A. (2014). *Introducción a la mercadotecnia*. México: Patria S.A.
- Santesmases, M., Valderrey, F., & Sánchez, A. (2014). *Fundamentos de mercadotecnia*. México: Grupo Editorial Patria.
- Santiesteban Santos Isabel; Barba Ayala Jessy Veronica; Fernández Álvarez Denis . (2017). Inclusión de estudiantes con necesidades educativas especiales en la Universidad Técnica del Norte del Ecuador. Diagnóstico. *Revista Universidad y Sociedad*.
- Sapag, N., Sapag, R., & Sapag, J. (2014). *Preparación y Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo- SENPLADES. (2017). *Proyecciones y Estudios Demográficos*. Obtenido de <http://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>
- Sellers Rubio , R., & Casado Díaz, A. (2013). *INTRODUCCIÓN AL MARKETING* . España: Editorial Club Universitario.

- Servicio de Rentas Internas- SRI. (27 de julio de 2017). *Personas con discapacidad igual o mayor al 30% acceden a beneficios tributarios*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/detalle-noticias?idnoticia=453&marquesina=1>
- Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2015). *NTE INEN 2457*. Quito: Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización.
- Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN. (s.f.). Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>
- Sevilla, D., Martín, M., & Jenaro, C. (2018). Actitud del docente hacia la educación inclusiva y hacia los estudiantes con necesidades educativas especiales. *Revista Innovación Educativa*. vol. 18, número 78, 115-142.
- SRI. (6 de Noviembre de 2017). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ins-pnatural>
- Suárez Ibijés, M. (2018). *INTERAPRENDIZAJE DE ESTADÍSTICA BÁSICA*. Ibarra, Ecuador.
- SUPERCÍAS. (2014). *Ley de Compañías*. Obtenido de <http://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPAC3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>
- Superintendencia de Compañías, V. y. (2016). *Guía Constitución de Sociedades Anónimas Simplificadas*. Recuperado el 27 de 07 de 2021, de https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/Inicio/Inicio/NoticiasSCVS/Noticias/!ut/p/a1/pVPbctowEP0aPxotkq99M5caMNghTEjsl45sy8YZLDmWgHx-Be10GqYNyURvu3PO2bMXoQw9oYzTY1NT1QhO9-c4c35YYQShFcIiWTkeBF5sz-_xHYHERo8oQ1nBVad2KJWHjvVFQ6UBVOaUc9ZzoZo_mY5XPa1bXPu0BF
- Torres. (2014). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA*. México: Grupo Editorial Patria.
- Torres, J. (2015). *Proyectos de negocios: Método práctico para emprendedores*. Santiago de Chile: Editorial Universidad de Santiago de Chile.
- Trespalacios, J., Vásquez, R., De La Ballina, F., & Suárez, A. (2016). *Investigación de mercados*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.
- Tunal S., G. (2003). El Problema de Clasificación de las Microempresas. *ACTUALIDAD Contable FACES*, 79-80.
- Utrera, A., García, D., Garlobo, E., & Escobar, C. (2020). Neutrosophic ladov tecnique for assessing the proposal of standardization of the beef cutting for roasting in Patate canton, Ecuador. *Neutrosophic Sets and Systems*, 34.
- Vaca. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGRAW.
- Vallejo, P. M. (2012). *Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitamos?* Madrid: Estadística Aplicada a la Ciencias Sociales.

- Vela, M. (2020). *Diseño de un plan estratégico y operativo con enfoque a procesos para la empresa de lácteos Montúfar PIC MONTUSANLAC S.A. ubicada en la zona 1 del país*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Vicens, M. d. (2020). Misión, visión y valores para CineCiutat. En M. A. Camacho, *Memória de Treball de Fi de Grau* (pág. 36). Baliarica: Universitat de les Illes Balears.
- Vilcarromero Ruíz , R. (2013). *LA GESTIÓN EN LA PRODUCCIÓN*. México: eumed.net.
- Villano, A., Predrozo, K., & Casallas, A. (25 de marzo de 2014). *Diagrama de flujo (ANSI)*. Recuperado el 21 de octubre de 2019, de <https://prezi.com/wayxfvbjvks/diagrama-de-flujo-ansi/>
- Villavicencio, E., Torracchi, E., Pariona, M. d., & Alvear, M. (2019). ¿Cómo plantear las variables de una investigación?: operacionalización de las variables. *OACTIVA UC Cuenca*, 4(1), 9-14.
- Wild, J., Subramanyam, K., & Halsey, R. (2016). *Análisis de Estados Financieros*. México: McGraw-Hill.

ANEXOS

Anexo 1 Validación del Proyecto de Investigación URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TORTAS DE ARÁNDANOS. (ANDRADE Y QUESPAZ).docx (D84003533)

Submitted: 11/6/2020 2:42:00 AM

Submitted By: andradekaty96@gmail.com

Significance: 2 %

Sources included in the report:

tesis manjar de chochos corregido.docx (D57785178)
Tesis Rosa Aucancela.pdf (D47377915)
<https://core.ac.uk/download/pdf/200325211.pdf>
<https://core.ac.uk/download/pdf/200327048.pdf>

Instances where selected sources appear:

5

Anexo 2. Técnicas de Investigación

Encuesta

Con el desarrollo de esta técnica de investigación se obtuvo el tamaño de la muestra equivalente a 383 personas adultas de los 30 a 64 años de edad de la provincia de Imbabura, a quienes se les aplicó la encuesta con el fin de determinar los datos necesarios para el desarrollo del estudio de mercado.

Entrevista

Se realizaron entrevistas dirigidas a propietarios de negocios similares del proyecto de estudio: Sr. Héctor Aristizabal, Sra. Livia Pérez, Sr. Pablo Vivero, Sr. Edwin Enríquez, Sr. Luis Chuquin y Sra. Evelyn Luna, mismos que se dedican a la elaboración y comercialización de tortas dentro de la provincia de Imbabura. Se tomó en cuenta a las principales pastelerías por su trayectoria de trabajo, volumen de ventas que realizan de manera mensual y la gran experiencia con la que cuentan estos negocios en el sector pastelero.

Anexo 3. Formato de la Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Objetivo: El objetivo es realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándano en la provincia de Imbabura.

Instrucciones: Solicitamos de la manera más encarecida, responder la siguiente encuesta marcando con una “X” la respuesta de su elección.

CUESTIONARIO

1. ¿Le gusta consumir tortas?

Sí ()

No ()

2. ¿Qué tipo de tortas le gusta consumir?

Rellenas ()

Frías ()

Decoradas ()

Sin Decorar ()

Otro (¿Cuál?):.....

3. ¿En qué ocasión usted compra una torta?

Placer ()

Celebraciones (bodas, bautizos, comuniones,
cumpleaños, aniversarios, etc. ()

Días festivos (Feriados) ()

4. ¿Con qué frecuencia usted suele consumir una torta?

Una vez por semana ()

Una vez cada 15 días ()

Una vez por mes ()

Una vez al año ()

5. ¿Qué tipo de tamaño de torta prefiere adquirir?

Pequeña 800gr o 4 porciones de 200gr ()

Mediana 1600gr o 8 porciones de 200gr ()

Grande 2400gr o 12 porciones de 200gr ()

6. ¿Cuál es el precio que usted generalmente paga por una torta?

Torta Pequeña		Torta Mediana		Torta Grande	
\$5 - \$6 dólares		\$9 - \$10 dólares		\$13 - \$14 dólares	
\$7 - \$8 dólares		\$11 - \$12 dólares		\$15 - \$16 dólares	

7. ¿Sabía usted que el arándano es una fruta que ayuda a prevenir enfermedades cardiovasculares, infecciones urinarias, el cáncer, etc.?

Sí ()

No ()

8. Al salir al mercado una torta a base de arándanos que le ayude a cuidar de su salud y obtener todos los beneficios de este valioso ingrediente. ¿Estaría dispuesto a comprarlo?

Sí ()

No ()

9. ¿Dónde le gustaría comprar las tortas a base de arándanos?

Supermercados ()

Local propio ()

Heladerías ()

Panaderías ()

Cafeterías ()

Tiendas online ()

10. ¿Qué características le gustaría que tenga la torta a base de arándanos?

Ingredientes naturales y saludables ()

Precio justo ()

Información nutricional ()

Buena presentación ()

11. ¿Conoce usted alguna microempresa que se dedique a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos?

- Sí ()
- No ()
12. ¿Qué es lo que más le gustaría que tenga el servicio?
- Promociones ()
- Rapidez en el servicio ()
- Servicio de delivery ()
- Buena atención ()
- Puntualidad en la entrega de pedidos ()
- Calidad del producto ()
- Higiene ()
13. ¿Por qué medio cree usted que conocería más rápido acerca de nuestro producto?
Señale una opción
- Folletos, dípticos y volantes ()
- Redes Sociales ()
- Radio y televisión ()
14. ¿Recomendaría nuestro nuevo producto a sus amigos y familiares?
- Sí, a todos ()
- Tal vez ()

Solo a algunos

No, a nadie

Datos Generales:

Género	Edad	Cantón Provincia Imbabura
Femenino <input type="checkbox"/>	15 – 29 <input type="checkbox"/>	
Masculino <input type="checkbox"/>	30 – 64 <input type="checkbox"/>	
LGBTI <input type="checkbox"/>	Mayor a 65 <input type="checkbox"/>	

Su opinión es muy valiosa, gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Objetivo: El objetivo es realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándano en la provincia de Imbabura.

Instrucciones: Solicitamos de la manera más encarecida, responder la siguiente encuesta marcando con una "X" la respuesta de su elección.

CUESTIONARIO

1. ¿Ha consumido usted alguna vez una torta?

Sí	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué tipo de tortas le gusta consumir?

Rellenas	<input type="checkbox"/>
Frías	<input checked="" type="checkbox"/>
Decoradas	<input type="checkbox"/>
Sin Decorar	<input type="checkbox"/>
Otro (¿Cuál?):.....	

3. ¿En que ocasión usted compra una torta?

Celebraciones (bodas, bautizos, comuniones, cumpleaños, aniversarios, etc.	<input checked="" type="checkbox"/>
Días festivos	<input type="checkbox"/>
Otro (¿Cuál?):.....	

4. ¿Con qué frecuencia usted suele consumir una torta?

Una vez por semana ()

Una vez cada 15 días ()

Una vez por mes (X)

Una vez al año ()

5. ¿Qué tipo de tamaño de torta prefiere adquirir?

Grande ()

Mediana (X)

Pequeña ()

6. ¿Cuál es el precio que usted generalmente paga por una torta?

Torta Pequeña		Torta Mediana		Torta Grande	
\$5 - \$6 dólares	X	\$9 - \$10 dólares	X	\$13 - \$14 dólares	X
\$7 - \$8 dólares		\$11 - \$12 dólares		\$15 - \$16 dólares	

7. ¿Sabía usted que el arándano es una fruta que ayuda a prevenir enfermedades cardiovasculares, infecciones urinarias, el cáncer, etc.?

Sí ()

No (X)

8. Al salir al mercado una torta a base de arándanos que le ayude a cuidar de su salud y obtener todos los beneficios de este valioso ingrediente. ¿Estaría dispuesto a comprarlo?

Sí (X)

No ()

9. ¿En qué lugar preferiría comprar este producto?

Supermercados ()

Local propio ()

Heladerías ()

Panaderías (X)

Cafeterías ()

Tiendas online ()

10. ¿Qué características le gustaría que tenga la torta a base de arándanos?

Ingredientes naturales y saludables

Precio justo

Información nutricional

Buena presentación

Otro (¿Cuál?):

11. ¿Conoce usted alguna microempresa que se dedique a la elaboración y comercialización de tortas a base de arándanos?

Sí

No

12. ¿Qué es lo que más le gustaría que tenga el servicio?

Promociones

Rapidez en el servicio

Servicio de delivery

Buena atención

Puntualidad en la entrega de pedidos

Calidad del producto

Higiene

13. ¿Por qué medio cree usted que conocería más rápido acerca de nuestro producto?

Señale una opción

Folletos, dípticos y volantes

Redes Sociales

Radio y televisión

Otro (¿Cuál?):

14. ¿Recomendaría nuestro nuevo producto a sus amigos y familiares?

- Sí, a todos (x)
- Tal vez ()
- Solo a algunos ()
- No, a nadie ()

Datos Generales:

Género		Edad		Cantón Provincia Imbabura
Femenino	<input checked="" type="checkbox"/> (x)	15 – 29	<input type="checkbox"/> ()	Ibarra
Masculino	<input type="checkbox"/> ()	30 – 64	<input checked="" type="checkbox"/> (x)	
LGBTI	<input type="checkbox"/> ()	Mayor a 65	<input type="checkbox"/> ()	

Su opinión es muy valiosa, gracias por su colaboración

Anexo 4. Formato de la Entrevista

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

OBJETIVO: Conocer como es el funcionamiento de las pastelerías de la provincia de Imbabura.

DATOS INFORMATIVOS

FECHA:

DIRECCIÓN:

NOMBRE DE LA EMPRESA:

NOMBRE DEL ENCARGADO:

CUESTIONARIO

1. ¿Cuál es la edad y el género de sus clientes que más consumen sus productos?

.....

.....

.....

2. ¿Qué tipo de tortas oferta su pastelería, y cual es más consumida por sus clientes?

.....
.....
.....

3. ¿En qué temporada se venden más las tortas?

.....
.....
.....

4. ¿Actualmente a que precios ofrecen una torta de acuerdo a su tamaño?

.....
.....
.....

5. ¿Qué cantidad de tortas venden a diario?

.....
.....
.....

6. ¿Qué medios de comunicación usted emplea para dar a conocer sus productos?

.....
.....
.....

7. ¿Qué tipo de promoción, descuento y estrategias de comercialización utilizan?

.....
.....
.....

8. ¿Cuáles son los ingredientes que utilizan para la elaboración de tortas?

.....
.....
.....

9. ¿Describa el proceso de elaboración de las tortas de su negocio?

.....
.....
.....

10. ¿Cuál es la cantidad de ingredientes a utilizar y su tiempo estimado al realizar una torta?

.....
.....
.....

11. ¿Qué tipos de máquinas y utensilios utilizan para la elaboración de las tortas?

.....
.....

12. ¿Cuáles son sus principales proveedores y dónde se encuentran?

.....
.....
.....

Su opinión es muy valiosa, gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

OBJETIVO: Conocer como es el funcionamiento de las pastelerías de la provincia de Imbabura.

DATOS INFORMATIVOS

FECHA: Sábado 26, Junio 2021

DIRECCIÓN: Cantón Ibarra, calles Sánchez y Cientes y Av. Pérez Guerrero

NOMBRE DE LA EMPRESA: Panadería y Pastelería Tortas & Tortas

NOMBRE DEL ENCARGADO: Propietario Sr. Héctor Aristizabal

CUESTIONARIO

1. ¿Cuál es la edad y el género de sus clientes que más consumen sus productos?

Los clientes que más consumen los tortas son las mujeres que se encuentran en un rango de edad entre las 25 a 40 años.

2. ¿Qué tipo de tortas oferta su pastelería, y cual es más consumida por sus clientes?

El tipo de tortas que oferta que oferta con las temáticas, normales, tradicionales y frías siendo estas las más demandadas por los clientes.

3. ¿En qué temporada se venden más las tortas?

La temporada que más adquieren los consumidores son en días festivos como: día de la madre, san valentin, día del padre, año, y navidad.

4. ¿Actualmente a que precios ofrecen una torta de acuerdo a su tamaño?

En cuanto a los precios que ofrece son de acuerdo a los tamaños es decir, tortas pequeñas están a \$5,00; medianas \$8,00 y grandes en \$12,00 dólares.

5. ¿Qué cantidad de tortas venden a diario?

La cantidad de tortas que venden a diario son de 20 pasteles.

6. ¿Qué medios de comunicación usted emplea para dar a conocer sus productos?

Los medios de comunicación más utilizados para llegar a sus clientes son a través de las cuñas publicitarias de la radio y mediante la entrega de tarjetas.

7. ¿Qué tipo de promoción, descuento y estrategias de comercialización utilizan?

Dar obsequios como velas por la compra de tortas y sorteos, mismas que le dan la oportunidad al cliente a obtener beneficios a cambio de su compra.

8. ¿Cuáles son los ingredientes que utilizan para la elaboración de tortas?

Los ingredientes utilizados son: harina, agua, huevos, mantquilla, polvo de hornear y azúcar.

9. ¿Describa el proceso de elaboración de las tortas de su negocio?

Preceden a batir los huevos con la mantquilla y posterior a esto incorporar los ingredientes secos, mezclar y hornear.

10. ¿Cuál es la cantidad de ingredientes a utilizar y su tiempo estimado al realizar una torta?

Los ingredientes se utilizan de acuerdo al tamaño de las tortas y el tiempo estimado al realizar una torta es de aproximadamente una hora y 30 minutos.

11. ¿Qué tipos de máquinas y utensilios utilizan para la elaboración de las tortas?

... La maquinaria que utilizan es la batidora, horno industrial, espátula,
... mangas pasteleras, boquillas y balatina, siendo este último un
... objeto que sirve para la decoración de las tortas.

12. ¿Cuáles son sus principales proveedores y dónde se encuentran?

... Su principal proveedor es "Moderna Alimentos S.A.", ubicada en la
... ciudad de Ibarra en la Av. Teodoro Gómez y Calixto Miranda.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 5. Proforma de Maquinaria y Equipos de Producción



Su Proyección al Futuro!!!

www.ecuahornos.com

Fabricamos Equipos de Panadería y Hotelería
 HORNOS: ROTATIVOS, MODULARES, CONVENCIONALES, A GAS ELÉCTRICOS Y A DIESEL,
 AMASADORAS, CÁMARA DE LEUDO, MESAS DE TRABAJO, COCHES, BANDEJAS

PLANTA Y OFICINA MATRIZ QUITO: Av. Mariscal Sucre N26-115 y Humberto Albornoz
 (2 cuadras al norte - entrada al Teleférico)

TELF.: 3201 774 * CELS.: 0999 381 670 / 0983 801 800

Ecuafreezer Reina

ecuahornos_renova@hotmail.com / reinalex23@hotmail.com

PROFORMA Nº 0004294

Fecha: QUITO 2021-07-22. RUC: _____

Srs(a): Eliana Quesada / Vanessa Andrade.

Dirección: Ibaiza

Telf.: 0967411576 Local: _____

CANT.	DETALLE O DESCRIPCION	P. CONTADO	P. CREDITO
1	Horno de <input checked="" type="checkbox"/> Bandejas Rotativo, que incluye <input checked="" type="checkbox"/> bandejas lisas Coches <input checked="" type="checkbox"/> , Cámara <input checked="" type="checkbox"/> , Diesel <input checked="" type="checkbox"/> , Gas <input type="checkbox"/>	\$ 9.000	\$ 9.500
1	Batidora mixer taiwanesa de <input checked="" type="checkbox"/> lt a <input checked="" type="checkbox"/> v Divisora manual de 36 porciones Amasadoras: 20lbs. <input type="checkbox"/> 40lbs. <input type="checkbox"/> 110v <input type="checkbox"/> 220v <input type="checkbox"/> Mesa de trabajo: 1 servicio <input type="checkbox"/> 2 servicios <input type="checkbox"/> Vitrina galletera con caja: 1,50 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Vitrina galletera sin caja: 1,50 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Vertical lácteos: <input type="checkbox"/> puertas Refrigerante Pastelero con caja: 1,50 <input type="checkbox"/> 2 mts. <input type="checkbox"/>	\$ 1.300	\$ 1.500
2	Refrigerante Pastelero sin caja: 1,50 <input checked="" type="checkbox"/> 2 mts. <input type="checkbox"/> Pastelero Mixto: <input type="checkbox"/> Panera de 9 canastos: <input type="checkbox"/> Panera de 12 canastos: <input type="checkbox"/> Bandejas: Lisa <input type="checkbox"/> Perforada <input type="checkbox"/> Acanalada <input type="checkbox"/> Acero <input type="checkbox"/> Gradillero: <input type="checkbox"/> , <input type="checkbox"/> , <input type="checkbox"/> , <input type="checkbox"/> Bailarina en Acero: <input type="checkbox"/> Domos <input type="checkbox"/> Bolillo <input type="checkbox"/> Obsequio: 7m ducto, 2 codos; sombrero tarque y trans puite.	\$ 4.400	\$ 4.800
VALOR TOTAL		\$ 14.700	\$ 15.800
		\$ 14.200//	

Observaciones: _____

FINANCIADO			FINANCIADO		
TOTAL		15.800	TOTAL		
ENTRADA	50%	7.900	ENTRADA		
CUOTAS	15	526,67	CUOTAS		

- 1.- Controles y accesorios importados de la más alta calidad a su disposición.
 - 2.- Control de temperatura digital, insensible a las continuas fluctuaciones de voltaje normales en el Ecuador.
 - 3.- Monitoreo de tiempo de horneado de los productos con reloj y alarma sonora.
 - 4.- Generador de abundante vapor instantáneo al interior de la cámara de cocción, controlado por un reloj.
 - 5.- Sus gradilleros reciben bandejas de 45 x 65 cms.
 - 6.- Intercambiador de calor, diseñado para uso continuo bajo las más exigentes situaciones de trabajo y tiempo.
 - 7.- Por su especial diseño, su instalación se hace en un abrir y cerrar de ojos, sin base o rampa especial.
- Nota: Nuestros precios no incluyen I.V.A.

CARACTERISTICAS GENERALES DE LOS HORNOS:

Puerta para trabajo pesado con ventana panorámica.

HORNEADO PAREJO: Hornea desde la pastelería mas fina hasta los integrales más pesados.

DURABILIDAD: Estructura sólida y estable, hecha totalmente en Acero Inoxidable, que da una vida útil a más de una generación.

Paredes exteriores e interiores en acero inoxidable de grueso calibre.

GARANTIA DE UN AÑO
 TIEMPO DE ENTREGA DIAS LABORABLES A PARTIR DE LA FIRMA DEL CONTRATO
 NOS SENTIMOS PRIVILEGIADOS CUANDO ANALISAN NUESTRA PROPUESTA Y NOS DAN LA OPORTUNIDAD DE SERVIRLES CON EXPERIENCIA.

VENDEDOR: GUEIN REINA 0984010906.





PEDRO MONCAYO 353 Y ROCAFUERTE
 Telef.: 062640333 Email: wcfactura@gmail.com

Cliente: **ANDRADE VALENCIA KATY VANESSA**
 Dirección: **CALLE 13 DE ABRIL Y QUITO**
 Ciudad: **IBARRA** Teléfono: **0960400776**

R.U.C. **0701084121001**
 Contribuyente Especial Nro. 466

Proforma No. **3013000523**

Fecha: **26 de Julio / 2021**
 Validez: **1 Dias**
 Vendedor: **SF SIMBAÑA FLORES FERNANDA**
 Observacion:
CELULAR: 0990632411

Codigo	Descripcion	UM	Cantidad	Bonif.	Precio U.	%	Dcto.	Total
1701318	Not. HP 348 G7 i5 10ma/8GB/1TB /14" / Free	UN	1.00	0	638.4000	0.00	0.00	638.4000 *
220240	Multifuncion Epson L3110 Sistema continuo USB	UN	1.00	0	220.5400	0.00	0.00	220.5400 *
360112	Papel Resma HP 75gr A4 500 Hojas	UN	2.00	0	2.8000	0.00	0.00	5.6000
320251	Cartucho Epson T544120 Negro L3110 3150	UN	1.00	0	8.2400	0.00	0.00	8.2400 *
320257	Cartucho Epson T544220 Cyan L3110 3150	UN	1.00	0	8.1668	0.00	0.00	8.1600 *
320250	Cartucho Epson T544320 Magenta L3110 3150	UN	1.00	0	8.2703	0.00	0.00	8.2700 *
320258	Cartucho Epson T544420 Yellow L3110 3150	UN	1.00	0	8.4950	0.00	0.00	8.4900 *
240210	Telefono Panasonic 833 1 base y 2 extensiones	UN	1.00	0	61.7769	0.00	0.00	61.7700 *



Subtotal 959.49
 Descuentos: 0.00
 Base 0% 5.60
 Base 12% 953.89
 IVA.: 114.47
 Recargos: 0.00



VJURADO S.C.C.
Cotización N°00000894

SOCIEDAD CIVIL VJURADO

Dirección Matriz: AV. ISIDRO AYORA Y JUAN VALLAURI
 Teléfonos: 02 3440-170 / 02 3444 379/ 0999674632

E-mail: prosoky@yahoo.com

QUITO - ECUADOR

Obligado a llevar contabilidad: SI

Razón Social: ANDRADE VALENCIA KATY

Dirección: IBARRA

Teléfono: 0960400776

E_mail: andradekathy96@gmail.com

Ciudad: IBARRA

Vendedor: 01

Fecha: 2021.07.26

C.I. / RUC: 0401664826

CONTROL: 23328/*****/1

Fecha Vencimiento: 2021.07.26

CODIGO	ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PRE.UNIT.	TOTAL
1 010231	Papel Hp 75gr A4		2	3.8000	7.60
2 000469	ESFERO BIC PUNTA MEDIA 1,0 MM AZUL		24	0.1988	4.77*
3 001295	PERFORADORA MEDIANA		1	1.7900	1.79*
4 010165	Grapadora Eagle 900 metal 26/6 20hjs		1	3.2600	3.26*
5 007695	ARCHIVADOR BENE PLUS OFICIO AZUL		3	1.8867	5.66*
6 005159	CALCULADORA CASIO CIENTIFICA FX-570LA PLUSSR		1	24.3000	24.30*
7 007442	TIJERA CARIOCA ESCOLAR		3	0.3733	1.12*
8 000699	CUADERNO NORMA CUADROS UNIVERSITARIO 100 HJS ANDALUZ CON STICKERS		5	1.0300	5.15*
9 000885	GRAPAS ALEX 5000 PCS 26/6		1	0.9400	0.94*

Observaciones

BASE CERO:	7.60
BASE GRAVADA:	46.99
IVA	5.64
TOTAL:	60.23

REPRESENTANTE DE VENTAS

FIRMA

WRMFI

Esperando que esta oferta sea de su conveniencia atentamente nos suscribimos.

PROFORMA



BELTRAN LOPEZ IVAN ROMEL
 FABRICACION DE MUEBLES DE METAL Y
 ARTICULOS EN ACERO INOXIDABLE AL FRIO Y AL CALOR
 CALIFICACION ARTESANAL N° 02225
 Dir.: San Francisco de Nabubue, calle Perimetrica Sur
 Telf.: 062 535293 / 0997638813 / Antonio Ante - Ecuador

N° 0001095

RUC: 1001656899001

Nombre: Eliana Quespat Vanessa Auadrade
 Dirección: Ibailia Telf.: 0967 411576
 Ruc/Ci: 1003641279 Fecha: 23-07-2021
0901664826

CANT.	DETALLE	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Fregadero de 1 pzo	360	360.
1	Medidos: 1,50 largo Meso de trabajo de 2.30 m.	320	320.
SUBTOTAL			680
TARIFA 0 %			—
I.V.A. %			—
VALOR TOTAL			680

ORIGINAL-ADQUIRIENTE COPA-EMSOR

[Signature]
 Firma Cliente
[Signature]
 Firma Autorizada
 RAMIRO QUIROZ ORTEGA / IMPRENTA OFFSET "JEFFERSON" IBARRA / TELF. 2608185 DEL 1001-1100

FECHA:	NOTA DE VENIA N°
26-07-2021	
CLIENTE: <u>Vanessa Auadrade</u>	
DIRECCIÓN:	
R.U.C.:	
TELÉFONO:	
F. DE PAGO:	

CANT.	DESCRIPCIÓN	VUNIT	VTOTAL
1	galón ambiental	7.00	7.00
1	galón desinfectante	6.00	6.00
1	galón Joro	3.60	3.60
1	galón pch liquido	6.00	6.00
1	galón alcohol 96°	12.50	12.50
1	ropa manjillas	2.00	2.00
1	caja guantes	15.00	15.00
TOTAL		\$52.10	

EXCLUSIVO PARA USO ESTUDIANTIL

METÁLICAS VACA

MANUEL HERNANDO VACA ZUNIGA

RUC.: 0400873345001

PINTURA HORNEABLE ELECTROESTÁTICA LÍQUIDA

Fábrica Almacén: Av Eugenio Espejo N° 12-40 diagonal
a la Iga San Miguel / Ibarra - Ecuador

Tel: 062 585 448 / 5002 574

Calif. Art.: 72823

Distrito: Loja
Provincia: Loja
Código Postal: 080100
Municipio: Loja

PEDIDO:

PROFORMA:

Nº 0003584

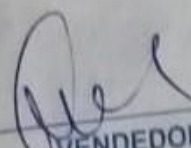
En calidad y crédito... somos pioneros en Imbabura y el norte del país...

CLIENTE: Anarae Katy	FECHA:
RECCIÓN:	CODIGO:
TIPO DE PAGO:	RUC:
OBSERVACIONES ESPECIALES	TELEF: 0960400776

CANT.	DETALLE	P.UNIT.	V.TOTAL
1	Campo de Panadara de 10 bandejas, Hornos, Cámara de leudo 2 coches zcabo aluminio (20		5500+
1	Batidora Industrial 20 litros.		800+
1	Postera de 150 x 100 x 70cm		1300+
1	Vertical de 2 puertas en aluminio		1800+
1	avon.		80+
1	Balanza Grauer		450+
1	Flexo de trabajo de 200 x 100cm en Acero Inoxidable.		250+
1	lavabo 1 Roa en Acero Inox		1200+
1	Amazadora Rapida de 25 Litros		

CCODigital 3501-3700

Subtotal	11380+
% IVA	-
TOTAL	11380+


VENDEDOR

CLIENTE

Original Adquirente / 1ª Copia: Emisor



Nuevo | 379 vendidos

Sistema Facturación Caja Maquina Registradora Computarizada



U\$S 1.200

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (21 disponibles)

[Comprar ahora](#)

1 años de garantía de fábrica.

EL COMBO INCLUYE:

**SISTEMA DE
FACTURACIÓN
Y CONTROL DE
INVENTARIOS.**



**MINI CPU
*INCLUYE**



**GAVETA DE DINERO
ELECTRÓNICA.**



**IMPRESORA
FACTURAS.**



DE MONITOR LED.



TECLADO INALÁBRICO.



MOUSE INALÁBRICO.

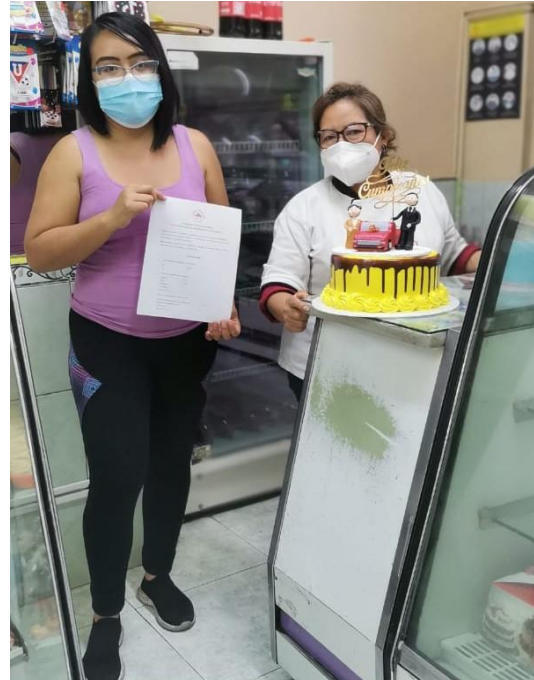
Cotización de precios en Internet del equipo de cómputo – Kit Sistema de Cobro.

Anexo 6. Evidencia Fotográfica

Aplicación encuesta a las personas adultas de 30 a 64 años de edad de la provincia de Imbabura.



Aplicación de entrevista en la panadería y pastelería Tortas & Tortas, ubicada en Ibarra calles Sánchez y Cifuentes y Av. Pérez Guerrero.



Aplicación de entrevista en la pastelería Chantilly, ubicada en Ibarra calles Sánchez y Cifuentes entre Pedro Moncayo y Miguel de Oviedo.



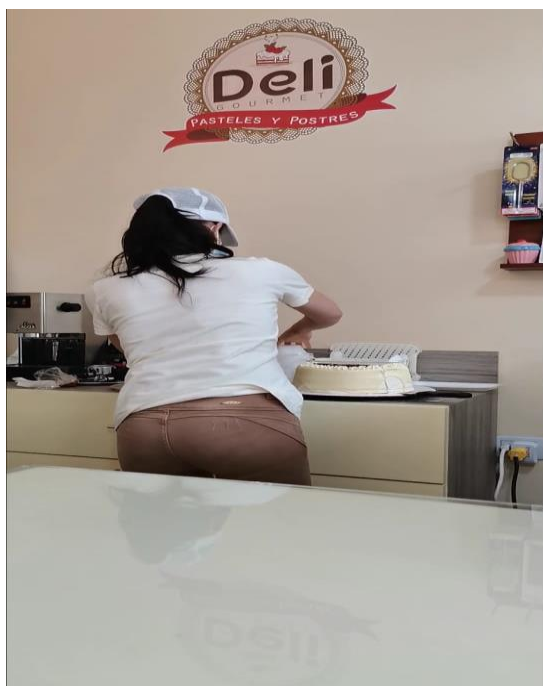
Aplicación de entrevista en la panadería y pastelería Nuestra Tradición, ubicada en la Ciudad de Ibarra calle 13 de Abril y Tulcán.



Proceso de producción de la panadería y pastelería.



Panadería y pastelería Nuestra Tradición.





Aplicación de entrevista en la pastelería y postres Deli Gurmet, ubicados en el cantón Antonio Ante en la calle Simón Bolívar.





Materia Prima, Maquinaria y Equipos para el proceso de producción de las tortas.