



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR EXTENSION-LOJA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**PROYECTO DE INVESTIGACION PREVIO A LA
OBTENCION DE TITULO DE INGENIERÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE
GOMITAS DE GELATINA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”**

AUTORA:

PAOLA ISABEL JARAMILLO CASTRO

DIRECTORA:

ING. COM. SILVIA JARAMILLO LUZURIAGA. MG. SC.

LOJA-ECUADOR

2019-2020

Yo, **Paola Isabel Jaramillo Castro**, declaro bajo juramento que, el presente trabajo escrito es de mi autoría, que se ha consultado toda la bibliografía aquí detallada y que no ha sido antes presentado para ningún grado de título profesional.

Por lo que cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que dicho trabajo sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



Paola Isabel Jaramillo Castro

Yo, **Ing. Com. Silvia Jaramillo Luzuriaga. Mg. Sc.**, certifico que conozco a la autora del presente trabajo, siendo ella la responsable exclusiva tanto de su originalidad, autenticidad y contenido.



Ing. Com. Silvia Jaramillo Luzuriaga. Mg. Sc.

DIRECTORA DE TESIS

Primeramente, quiero agradecer a Dios por llenarme de fuerzas y bendiciones durante toda mi vida y mi formación académica, por permitirme cumplir todos mis sueños y mis metas tan anheladas, y porque sin él nada de esto hubiese sido posible.

También quiero agradecer a la Universidad internacional del Ecuador – Ext. Loja, por todos los recursos y herramientas necesarias para poder llevar acabo el presente proyecto, ya que me han brindado la oportunidad de formar parte de esta prestigiosa institución, y por abrirme las puertas para que en conjunto con toda su planta docente puedan guiarme en este trabajo.

No hubiese sido posible llegar hasta estas instancias sin la ayuda de la Ing. Com. Silvia Jaramillo L. Mg. Sc, quien con sus conocimientos, tiempo y esfuerzo me ayudó en el largo camino de la investigación, infinitas gracias querida ingeniera por su dedicación y apoyo.

Finalmente quiero expresar mis más sinceros y especiales agradecimientos a mis padres, ya que son mi pilar fundamental de apoyo y motivación para triunfar y llegar lejos en la vida, quiero también agradecer a una persona muy especial en mi vida, amigos, conocidos y familiares, por brindarme su apoyo y por animarme en mis largas travesías académicas.

PAOLA ISABEL JARAMILLO CASTRO

Quiero dedicar el presente trabajo primeramente o a Dios por llenarme de sabiduría y fortaleza para no rendirme jamás y poder seguir adelante ante cualquier adversidad de la vida.

Se lo dedico mis padres y hermano quienes me apoyaron en cada paso y etapas de mi vida, ya que gracias a ellos con su infinita paciencia, amor y dedicación he logrado construir una persona de bien, responsable, y me motivaron e inspiraron para que dé todo lo mejor de mí por salir a delante y cumplir todos mis anhelos y sueños tanto en mi vida personal y profesional,

A todos mis familiares que son personas importantes en mi vida, pues me han tendido la mano ante cualquier situación y sobretodo han sabido darme cariño y amor.

Y, por último, pero no menos importante, se lo dedico a m una persona muy especial de mi vida, ya que, con su amor incondicional, cariño, apoyo y aportes me impulsó a ser una gran persona y profesional.

PAOLA ISABEL JARAMILLO CASTRO

Resumen

En la presente investigación referente a un plan de negocios para la implementación de una microempresa productora y comercializadora de gomitas de gelatina, se ha logrado conocer que tan viable es el proyecto de inversión dentro de la ciudad de Loja, para lo cual se han aplicado diferentes métodos de investigación como el inductivo, deductivo y estadístico, así como diferentes técnicas de recolección de datos como la entrevista, en cuenta ,y observación con el fin de alcanzar resultados veraces y concisos de como realmente se maneja el mercado de los confites y especialmente gomitas de gelatina dentro de la ciudad.

Por lo tanto, luego de investigar a fondo del mercado se analizó y estudio todos los estudios sobre el marketing mix con la finalidad de establecer una microempresa, que permita un desarrollo económico y de fuentes de trabajo viables para los lojanos, es así que luego de una largo y exhaustivo sondeo, se consideró la puesta en marcha de la microempresa como un negocio rentable para satisfacer gustos y deseos de las familias, así como generar fuentes de empleo.

Dentro del plan de negocios se realizaron detenidamente cuatro estudios como son el de mercado, técnico, organizacional y financiero, por lo que con ayuda de estos y la evaluación financiera, se logró determinar la factibilidad, viabilidad y rentabilidad de poner en marcha el proceso de implementación de una microempresa productora y comercializadora de gomitas de gelatina dentro de la ciudad de Loja, posteriormente llamada Gummy Shop

Palabras clave: Plan de negocios, estudio de mercado, proyecto de inversión, evaluación.

Abstract

In the present investigation about a business plan for the implementation of a jelly gummies production and marketing microenterprise, it has been possible to know how viable the investment project is within the city of Loja, for which different research methods such as inductive, deductive and statistical, as well as different data collection techniques such as interview, account, and observation in order to achieve truthful and concise results of how the market of candies and especially jelly gummies is really managed inside the city.

Therefore, after thoroughly investigating the market, all the studies on the marketing mix were analyzed and studied with the aim of establishing a micro-enterprise, which allows economic development and viable sources of work for the residents, so after a long and exhaustive survey, the start-up of the micro-enterprise was considered as a profitable business to satisfy the tastes and desires of the families, as well as to generate sources of employment.

Within the business plan, four studies or researches were carefully carried out, such as the market, technical, organizational and financial studies, so with the help of these and the financial evaluation, it was possible to determine the feasibility, feasibility and profitability of launching the implementation of a micro-production and marketing company of jelly gummies within the city of Loja, later called the Gummy Shop.

Key Words: Business plan, market research, investment projects, evaluation

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE GOMITAS
DE GELATINA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”

Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice de tablas.....	xv
Indice de gráficos	xx
Índice de ilustraciones	xxii
Indice de Anexos	xxiv
Introducción	1
Fundamentación teórica.....	4
φ Marco Referencial.....	4
φ Marco Conceptual.....	11
Metodología de la investigación.....	27
φ Métodos.....	27
φ Técnicas	28
φ Población y tamaño de la muestra	30
Capítulo 1.....	33

1.	Tabulación, interpretación y análisis de las encuestas a las familias urbanas de la ciudad de Loja (384): y entrevistas aplicadas a los intermediarios que expenden productos de la competencia directa (9).....	33
1.1.	Encuesta aplicada a las familias urbanas de la ciudad de Loja.....	34
1.2.	Entrevista aplicada a los intermediarios	51
Capítulo 2	60	
2.	Estudio de mercado.....	60
2.1.	Demandantes (mercado objetivo)	60
2.1.1.	Proyección de la población.....	61
2.2.	Análisis de la demanda	62
2.2.1.	Demanda potencial	62
2.2.2.	Demanda real.....	63
2.2.3.	Consumo per cápita	63
2.2.4.	Demanda efectiva	65
2.3.	Resumen de las demandas	66
2.4.	Análisis de la oferta	66
2.5.	Proyección de la oferta.....	67
2.6.	Demanda insatisfecha	68
2.7.	Plan de comercialización	68
2.7.1.	Producto.....	69

2.7.1.1. Envase:	69
2.7.1.2. Logotipo	70
2.7.1.3. Slogan.....	70
2.7.1.4. Etiqueta.....	71
2.7.2. Precio	71
2.7.3. Plaza.....	72
2.7.4. Promoción y publicidad.....	73
2.7.4.1. Promociones	73
2.7.4.2. Publicidad.....	74
Capítulo 3.....	76
3. Estudio técnico.....	76
3.1. Tamaño del proyecto.....	76
3.1.1. Tamaño de la planta.....	76
3.1.2. Capacidad instalada	76
3.1.3. Capacidad utilizada.....	77
3.1.4. Participación del mercado	78
3.2. Localización de la planta	80
3.2.1. Macrolocalización	80
3.2.2. Microlocalización	80
3.3. Ingeniería del proyecto	81

3.3.1. Distribución de la planta.....	82
3.3.2. Descripción de la distribución de planta área de producción	83
3.3.2.1. Distribución de la planta área de producción	84
3.3.3. Estrategias de Servucción (estrategias de servicio + producción).....	84
3.3.4. Flujograma.....	85
3.3.5. Descripción de los recursos para la microempresa Gummy Shop	86
3.3.6. Proceso de producción de las gomitas de gelatina	95
Capítulo 4.....	99
4. Estudio organizacional.....	99
4.1. Organización legal	99
4.1.1. Acta constitutiva.....	99
4.1.2. Razón social.....	102
4.1.3. Domicilio de la microempresa.....	102
4.1.4. Objetivos de la microempresa	102
4.1.5. Capital social	102
4.1.6. Tiempo de duración de la microempresa.....	103
4.2. Trámites administrativos.....	103
4.3. Organización administrativa	104
4.3.1. Niveles jerárquicos	104
4.3.2. Organigramas.....	105

4.3.3. Manual de funciones.....	107
Capítulo 5.....	113
5. Estudio financiero	113
5.1. Inversiones	113
5.1.1. Activos fijos.....	113
✓ Local – instalaciones necesarias.....	114
✓ Maquinaria y equipo:	115
✓ Herramientas, muebles y enseres de producción:	116
✓ Utensilios	117
✓ Equipo de oficina	118
✓ Equipo de computación.....	119
✓ Muebles y enseres de administración.....	120
✓ Vehículo	121
5.1.1.1. Resumen de activos fijos.....	122
5.1.2. Activos diferidos.....	123
5.1.3. Activo circulante o Capital de trabajo	124
✓ Materia prima directa	124
✓ Mano de obra directa e indirecta.....	126
✓ Materia prima indirecta:.....	128
✓ Servicios básicos:.....	129

✓	Indumentaria personal:.....	130
✓	Sueldos de personal administrativo:.....	131
✓	Personal de ventas	132
✓	Útiles de oficina:	134
✓	Útiles de aseo:	135
✓	Publicidad.....	136
✓	Combustible y mantenimiento	137
✓	Arriendo propio.....	138
	5.1.3.1. Resumen de activo circulante o capital de trabajo:	138
	5.1.4. Resumen de activos:	139
5.2.	Financiamiento.....	139
5.3.	Análisis de costos.....	140
	5.3.1. Presupuesto proyectado de producción	140
	5.3.2. Costo unitario de producción.....	142
	5.3.3. Costo unitario de venta al publico	142
	5.3.3.1. Ingresos por ventas.....	143
	5.3.4. Clasificación de los costos.....	143
	5.3.4.1. Costos fijos.....	143
	5.3.4.2. Costos variables.....	143
	5.3.5. Punto de equilibrio.....	145

5.3.5.1. Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada	145
✓ Primer año en función de la capacidad instalada	145
✓ Quinto año en función de la capacidad instalada	146
5.3.5.2. Punto de equilibrio en función de las ventas	146
✓ Primer año en función de las ventas	146
✓ Quinto año en función de las ventas	146
5.3.6. Estado de pérdidas y ganancias	147
Capítulo 6.....	148
6. Evaluación financiera.....	148
6.1. Flujo de caja.....	148
6.2. Valor Actual Neto	149
6.3. Periodo de recuperación del capital	150
6.1. Relación beneficio Costo	151
6.2. Tasa Interna de Retorno	152
6.2.1. Análisis de sensibilidad con incremento en los costos	153
6.2.2. Análisis de sensibilidad con decremento en los ingresos originales	154
Conclusiones	156
Recomendaciones	158
Bibliografía	160
Anexos	167

φ	Tasa de crecimiento poblacional.....	167
φ	Encuesta a la ciudadanía.....	168
φ	Entrevista a la competencia	172

Índice de tablas

Tabla 1 Niveles Jerárquicos	19
Tabla 2 Modelo de estado de resultados	23
Tabla 3 Población proyectada al 2019	30
Tabla 4 Micro mercados intermediarios oferentes lojanos	32
Tabla 5 Ingresos mensuales	34
Tabla 6 Consumo de gelatina.....	35
Tabla 7 Preparación en la que ha comida la gelatina.....	36
Tabla 8 Consume gomitas de gelatina	37
Tabla 9 Calidad de las gomitas que compra	38
Tabla 10 Características que elige al adquirir gomitas de gelatina.....	39
Tabla 11 Lugar donde adquiere las gomitas de gelatina.....	40
Tabla 12 Consumiría el producto que comercializa la microempresa	41
Tabla 13 Cantidad de cajas de gomitas de gelatina de (500g) que consumiría	42
Tabla 14 Precio que pagaría por una caja (500g) de gomitas de gelatina.....	43
Tabla 15 Lugar dónde le gustaría encontrar el producto	44
Tabla 16 Medios de comunicación para el producto	45
Tabla 17 Emisora de preferencia	46
Tabla 18 Canal de preferencia	47
Tabla 19 Diario de preferencia.....	48
Tabla 20 Red social de preferencia.....	49
Tabla 21 Frecuencia de entrega de hojas volantes	50
Tabla 22 Conoce microempresas locales productoras de derivados de gelatina	51

Tabla 23 Vende derivados de gelatina en su local.....	52
Tabla 24 Derivados de gelatina que vende con mayor demanda.....	53
Tabla 25 Cantidad de bolsas (500g) de gomitas de gelatina que vende	54
Tabla 26 Porcentaje de ventas del 2017.....	55
Tabla 27 Porcentaje de ventas del 2018.....	56
Tabla 28 Precio de bolsa (500g) de gomitas de gelatina.....	57
Tabla 29 Lugar de adquisición de las gomitas de gelatina.	58
Tabla 30 Medios de comunicación para publicitar su negocio.....	59
Tabla 31 Proyección de familias del 2019 - 2024.....	62
Tabla 32 Demanda potencial.....	62
Tabla 33 Demanda real	63
Tabla 34 Consumo per cápita de gomitas de gelatina.....	64
Tabla 35 Demanda efectiva.....	66
Tabla 36 Resumen de las demandas	66
Tabla 37 Oferta	67
Tabla 38 Proyección de la oferta.....	68
Tabla 39 Demanda insatisfecha	68
Tabla 40 Presupuesto de plan de comercialización 1er año.....	75
Tabla 41 Capacidad Instalada	77
Tabla 42 Capacidad utilizada.....	78
Tabla 43 Participación del mercado.....	79
Tabla 44 Simbología	97
Tabla 45 Diagrama de proceso de elaboración de las gomitas de gelatina.....	98

Tabla 46 Local - instalaciones necesarias	114
Tabla 47 Depreciación de Local	114
Tabla 48 Maquinaria y equipo	115
Tabla 49 Depreciaciones de maquinaria y equipo	115
Tabla 50 Herramientas, muebles y enseres de producción	116
Tabla 51 Depreciación de herramientas, muebles y enseres de producción	116
Tabla 52 Utensilios	117
Tabla 53 Depreciación de los utensilios	117
Tabla 54 Equipo de oficina	118
Tabla 55 Depreciación del equipo de oficina.....	118
Tabla 56 Equipo de oficina	119
Tabla 57 Depreciación del equipo de cómputo.....	119
Tabla 58 Depreciación de la reinversión del equipo de computación	119
Tabla 59 Muebles y enseres.....	120
Tabla 60 Depreciación de muebles y enseres	120
Tabla 61 Vehículo.....	121
Tabla 62 Depreciación del vehículo.....	121
Tabla 63 Resumen de las depreciaciones.....	122
Tabla 64 Resumen de activos fijos	122
Tabla 65 Activos diferidos.....	123
Tabla 66 Periodos de amortización del activo diferido.....	124
Tabla 67 Cantidad materia prima diaria y mensual	125
Tabla 68 Materia prima directa.....	126

Tabla 69 Incremento materia prima directa	126
Tabla 70 Mano de obra directa e indirecta.....	127
Tabla 71 Incremento mano de obra directa e indirecta.....	127
Tabla 72 Materia prima indirecta.....	128
Tabla 73 Incremento materia prima indirecta	129
Tabla 74 Servicios Básicos	129
Tabla 75 Incremento de los servicios básicos.....	130
Tabla 76 Indumentaria del personal.....	130
Tabla 77 Incremento Indumentaria del personal.....	131
Tabla 78 Sueldos administrativos	131
Tabla 79 Incremento sueldo personal administrativo	132
Tabla 80 Personal de ventas.....	133
Tabla 81 Incremento personal de ventas.....	133
Tabla 82 Útiles de oficina	134
Tabla 83 Incremento de útiles de oficina	134
Tabla 84 Útiles de aseo	135
Tabla 85 Incremento útiles de aseo.....	135
Tabla 86 Publicidad	136
Tabla 87 Incremento publicidad	136
Tabla 88 Combustible y mantenimiento	137
Tabla 89 Incremento Combustible y mantenimiento.....	137
Tabla 90 Arriendo local propio.....	138
Tabla 91 Resumen activo circulante	138

Tabla 92 Resumen de activos.....	139
Tabla 93 Financiamiento.....	139
Tabla 94 Tabla de amortización del crédito.....	140
Tabla 95 Presupuesto proyectado	141
Tabla 96 Costo unitario de producción.....	142
Tabla 97 Costo unitario de venta al público	143
Tabla 98 Ingresos por ventas	143
Tabla 99 Clasificación de los costos	144
Tabla 100 Punto de equilibrio, ingresos totales, c fijos, c variables y c totales.....	145
Tabla 101 Estado de pérdidas y ganancias.....	147
Tabla 102 Flujo de caja.....	148
Tabla 103 Valor actual neto.....	149
Tabla 104 Totales de flujo de caja para PRC.....	150
Tabla 105 Relación Beneficio Costo	151
Tabla 106 Tasa Interna de Retorno	152
Tabla 107 Análisis de sensibilidad con un 67,26% de incremento en los costos	153
Tabla 108 Análisis de sensibilidad con el -59,91% de decremento en los ingresos	154

Indice de gráficos

Gráfico 1 Ingresos mensuales	34
Gráfico 2 Consumo de gelatina.....	35
Gráfico 3 Preparación en que ha comido la gelatina	36
Gráfico 4 Consume gomitas de gelatina	37
Gráfico 5 Calidad de las gomitas	38
Gráfico 6 Característica que elige al adquirir gomitas de gelatina	39
Gráfico 7 Lugar donde adquiere gomitas de gelatina	40
Gráfico 8 Consumiría el producto que comercializa la microempresa.....	41
Gráfico 9 Cantidad de cajas de gomitas de gelatina (500g) que consumiría.	42
Gráfico 10 Precio que pagaría por una caja (500g) de gomitas de gelatina.....	43
Gráfico 11 Lugares donde le gustaría encontrar el producto.....	44
Gráfico 12 Medios de comunicación para el producto	45
Gráfico 13 Emisora de preferencia	46
Gráfico 14 Canal de preferencia	47
Gráfico 15 Diario de preferencia	48
Gráfico 16 Red social de preferencia.....	49
Gráfico 17 Frecuencia de entrega de hojas volantes.....	50
Gráfico 18 Conoce microempresas locales productoras de derivados de gelatina	51
Gráfico 19 Vende derivados de gelatina en su local.....	52
Gráfico 20 Derivados de gelatina que vende con mayor demanda.....	53
Gráfico 21 Cantidad bolsas de gomitas de gelatina (50g) que vende	54
Gráfico 22 Porcentaje de ventas al 2017.....	55

Gráfico 23 Porcentaje de ventas del 2018.....	56
Gráfico 24 Precio de la bolsa (500g) de gomitas de gelatina.....	57
Gráfico 25 Lugar de adquisición de las gomitas de gelatina.	58
Gráfico 26 Medios de comunicación para publicitar su negocio.....	59

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Empresas de confites	4
Ilustración 2 Empresas de confites por provincia	4
Ilustración 3 Golosinas	5
Ilustración 4 Tipos de golosinas	6
Ilustración 5 Gomitas clásicas de gelatina	9
Ilustración 6 Envase del producto	69
Ilustración 7 Logotipo de la empresa de gomitas de gelatina	70
Ilustración 8 Etiqueta del Gummy Shop	71
Ilustración 9 Canal directo de distribución.....	72
Ilustración 10 Canal indirecto de distribución	73
Ilustración 11 Macrolocalización del proyecto	80
Ilustración 12 Microlocalización del proyecto	81
Ilustración 13 Distribución de la planta	82
Ilustración 14 Distribución del área de producción.....	84
Ilustración 15 Servucción.....	85
Ilustración 16 Balanza gramera electrónica	86
Ilustración 17 Batidora industrial	87
Ilustración 18 Cocina industrial 3 quemadores	87
Ilustración 19 Mesa de trabajo de acero inoxidable	88
Ilustración 20 Grapadora industrial.....	88
Ilustración 21 Olla de aluminio	89
Ilustración 22 Paila de aluminio.....	89

Ilustración 23 Cuchara de palo	90
Ilustración 24 Moldes de silicón	90
Ilustración 25 Guantes de látex nitrilo	91
Ilustración 26 Gorro de cocina	91
Ilustración 27 Tapaboca plástico industrial.....	92
Ilustración 28 Delantal de tela PVC	92
Ilustración 29 Organigrama estructural de la microempresa.....	105
Ilustración 30 Organigrama funcional de la microempresa	106
Ilustración 31 Organigrama posicional de la microempresa	106

Índice de Anexos

Anexo 1 Tasa de crecimiento poblacional	167
Anexo 2 Encuesta a la ciudadanía	168
Anexo 3 Entrevista a la ciudadanía	172
Anexo 4 Boletín Técnico financiero INEC	174

Introducción

La presente investigación abarca un plan de negocios para implementar una microempresa productora y comercializadora de gomitas de gelatina en la ciudad de Loja, dicho plan se refiere al comportamiento, aceptación y viabilidad de la implementación de la microempresa, dentro de la ciudad.

La característica principal que se ha analizado dentro de estos tipos de comercio es el comercio ilegal, puesto que se traen a nuestro país confites y gomitas desde otros países por canales no legales y por ende los precios son mucho más bajos que los que pueden ofertar las confiterías ecuatorianas, y a su vez esta competencia desleal, hace que las plazas de trabajo se reduzcan por la poca demanda de productos nacionales, y lo que es peor puede llegar al punto de que las confiterías tengan que cerrar.

Es por ello que se ha analizado la posibilidad de implementar una microempresa productora y comercializadora de gomitas de Gelatina, bajo el nombre de Gummy Shop; con la finalidad de generar fuentes de empleo para la ciudadanía lojana, generar y dinamizar la economía local, ofertando precios accesibles, y satisfacer gustos y necesidades de los lojanos y ecuatorianos en general de consumir gomitas de gelatina saludables y a un precio cómodo y accesible para todas las familias.

El presente trabajo de investigación consta de un Resumen y Abstract en donde se detalla el contenido, metodología, y resultados obtenidos luego de la investigación aplicada; además tiene una introducción en donde se expone las causas, razones, problemas e inconvenientes que motivaron la realización de dicha investigación.

Contiene también una fundamentación teórica, referencial y conceptual en la cual se ha basado y tomado como referencia para el presente estudio; una metodología en la que se abordan los

métodos deductivo, inductivo y estadístico, todas las técnicas de recolección de datos como son la entrevista, encuesta y la observación directa que fueron empleadas, para poder realizar una investigación veraz y crítica.

La tesis está conformada por 6 extensos pero precisos capítulos, que contienen información investigada y verificada a lo largo de su desarrollo;

En el Capítulo 1, tenemos la tabulación, interpretación y análisis de las encuestas aplicadas a las 384 familias lojanas ya que estas juegan el papel de consumidores y demandantes del mercado en esta investigación, también se encuentra explícita la información recopilada de las 9 entrevistas aplicadas a diferentes microempresas, que expenden un producto similar al muestro y juegan el papel de competencia.

En el capítulo 2 se abordó el estudio de mercado con las proyecciones de la población, el análisis de las demandas, potencial, real, efectiva y el consumo per cápita, también se analizó la oferta y su proyección, ya que son temas muy necesarios para determinar la demanda insatisfecha del mercado de gomitas de gelatina; además se realizó el marketing mix del proyecto que consiste en examinar las 4P's del mercado que son: precio, producto, plaza y promoción.

Dentro del capítulo 3, se analiza el estudio técnico que permitió determinar el tamaño del proyecto abarcando el tamaño de la planta, la capacidad instalada y utilizada, la participación del mercado, la macro y micro localización de la planta, así como la ingeniería del proyecto, que es muy importante para detallar y conocer los recursos necesarios para la implementación de la microempresa, así como su distribución y los diferentes tiempos y procesos de producción.

El estudio organizacional esta contenido dentro del capítulo 4, aquí se detalló la organización legal como tal, con el acta constitutiva, la razón social de la microempresa, el domicilio de esta, los objetivos que se ha planteado, el capital social requerido el tiempo de duración y como segundo

punto relevante la organización administrativa en donde se detalló los diferentes niveles jerárquicos que existen dentro de la microempresa, sus organigramas estructurales, funcionales y los respectivos manuales de funciones de cada empleado que forma parte de la organización.

En el capítulo 5 se aborda el último estudio, uno de los más importantes de un plan de negocios, este estudio es el financiero, en el cual se conocen con datos precisos las inversiones que se va a realizar en cuanto a los recursos necesarios e indispensables del activo fijo, diferido, y circulante; así mismo se trata la forma de financiamiento, el punto de equilibrio para determinar cuántas unidades se deberán vender para poder solventar todos los gastos que se incurre para la producción y gastos de la organización, y se analiza también el estado de pérdidas y ganancias, para tomar decisiones en cuanto al ejercicio económico y el funcionamiento de la microempresa.

En el último capítulo que corresponde al 6, y se realiza la evaluación financiera, para conocer los flujos de caja, se analiza también los índices de liquidez, endeudamiento para conocer cómo se encuentra económicamente la microempresa, se analiza el VAN, la TIR, la relación costo beneficio con la finalidad, de poder determinar si la inversión es factible y viable; además, se realizan los análisis de sensibilidad en cuanto a incrementos en los costos y decrementos en los gastos.

Fundamentación teórica

φ Marco Referencial

Industria confitera ecuatoriana

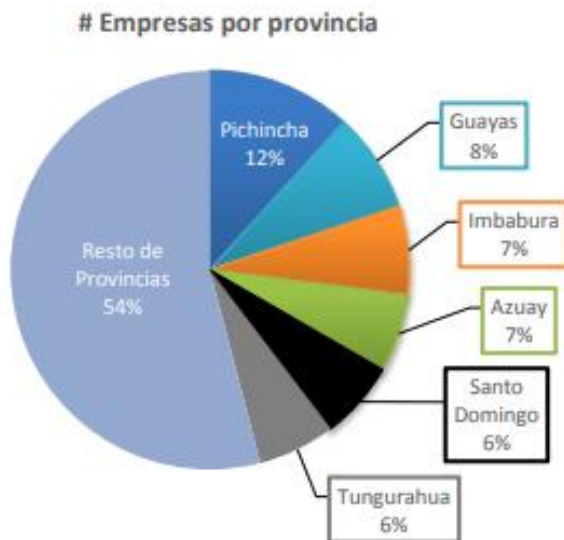
Según la (CFN, 2017) , en Ecuador, para el año 2016 estuvieron registradas 53 empresas dedicadas a la elaboración de Cacao, Chocolate y Productos de Confeitería, estas industrias están mayoritariamente concentradas en las provincias de Pichincha y Guayas.

Ilustración 1 Empresas de confites

Elaboración de Cacao, Chocolate y Productos de Confeitería. (C1073)	# Empresas 2016	Ventas USD 2016
Grande	5	198.645.121,63
Mediana	12	25.708.203,78
Micro	28	310.620,89
Pequeña	8	2.346.384,62
Total general	53	227.010.330,92

Fuente: CFN
Elaborado por: CFN

Ilustración 2 Empresas de confites por provincia



Fuente: CFN
Elaborado por: CFN

La elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería en Ecuador durante el año 2016 suma \$ 115 millones de valor agregado, esto representa una participación sobre el PIB total del 0,17%, y la actividad muestra un crecimiento del 7% respecto al año 2015. (CFN, 2017)

Golosinas

Las golosinas son pequeños dulces que están hechos de diversos ingredientes, generalmente tiene atractivos colores, formas y tamaños que llaman la atención de los clientes. Normalmente, los negocios que se especializan en la venta de golosinas se llaman quioscos, confiterías, aunque también hay tiendas que tienen diversos tipos de golosinas. (Bembibre, 2018)

Características de las golosinas

Ilustración 3 Golosinas



Fuente: Bembibre, C. (2018). *Definición general de golosina*. Obtenido de Definición ABC:
<https://www.definicionabc.com/general/golosina.php>

Una de las características esenciales que tienen en su composición las golosinas es que cuentan con una gran cantidad de azúcar, independientemente del tipo de golosina que hablemos.

(Bembibre, 2018)

Las golosinas se pueden encontrar en una amplia variedad de opciones, y modelos, si bien es cierto que cuando nos referimos a golosinas, pensamos rápidamente en caramelos, pero dentro de este grupo también se considera todo tipo de chocolates y bombones, alfajores (una pequeña tortita compuesta de dos galletas unidas por una mousse de diferentes sabores), chicles, chupetines, mazapán, gelatinas, cubanitos rellenos, malvaviscos, gomitas o gominola de gelatina. Etc.. (Bembibre, 2018)

Tipos de golosinas

Ilustración 4 Tipos de golosinas



Fuente: Fernandez, A. B. (Mayo de 2015). Tipos de golosinas. Obtenido de Plasergroup: <http://www.plasergroup.es/productos-a-relacionar/>

Dentro del mercado podemos encontrar golosinas de todos los estilos, consistencia, sabores y colores, debido a que el segmento de mercado que está dirigido este producto es muy exigente y con diferentes gustos y preferencias; es por ello que (Fernandez, 2015) considera que se puede clasificar las golosinas de la siguiente manera:

- **Caramelos de goma:** conocidos como gomitas, o gominola que están compuestas por diferentes ingredientes como el azúcar, grenetina, gelatina, y saborizantes lo que permite obtener diferentes sabores, modelos y colores.

- **Nubes o esponjas:** que son conocidas como malvaviscos o marshmallow.
- **Caramelos duros:** estos son los llamados “confites” o caramelos de toda la vida, compuestos por azúcar y/o azúcares sobre sustancia seca.
- **Caramelos de palo:** también llamados piruletas o chupa-chups, suelen ser los mismos caramelos duros, pero con palo; y en algunas ocasiones son rellenos de alguna sustancia líquida ácida o chicle.
- **Caramelos blandos:** son caramelos de consistencia suave y cremosa, tienen formas cuadradas o rectangulares con envoltura.
- **Golosinas de regaliz:** este tipo de golosinas, han ido evolucionando con el tiempo, sin embargo, sus tamaños, colores y sabores se han modificado, pero siempre han conservado su forma alargada de regaliz.
- **Chicles:** dentro de este tipo de golosina, tenemos una gran variedad de formas y sabores, desde su introducción al mercado se ha convertido en una de las golosinas más populares, y hoy en día su popularidad se ha potenciado mayormente por la presentación de chicles sin azúcar que están promocionando la mayoría de proveedores de gomas de mascar.
- **Otras golosinas:** dentro de esta clasificación de golosinas encontramos los polvos “ácidos”, jarabes de colores, etc.

Historia de las gomitas de gelatina

En los años 1920, el alemán Hans Riegel dejó su trabajo en una confitería e inició su propia empresa de dulces, a la cual le puso de nombre Haribo, haciendo referencia a las dos primeras letras de su nombre, a las dos primeras letras de su apellido y a las dos primeras letras de su ciudad, Bonn. (Torres, 2015)

Riegel empezó su negocio produciendo caramelos duros, sin ningún tipo de color, en la cocina de su casa, y su esposa era quien se encargaba de entregar los pedidos en su bicicleta. (Torres, 2015)

Para el año 1922, las ventas de sus caramelos no fueron lo que esperaban, por lo que decidieron experimentar un poco de recetas, y así fue cómo empezó a fabricar una línea de dulces suaves hechos con grenetina, sabor a frutas y en forma de osos bailarines (que eran personajes populares en los festivales de Europa de aquella época). (Torres, 2015)

En otros países como Turquía, Inglaterra y Japón, ya existían dulces suaves, pero la diferencia con la receta de Riegel es que en los otros países se utilizaba almidón de arroz o maíz, en lugar de grenetina para fabricarlos. (Torres, 2015)

En el año de 1946, antes de morir Riegel se encargó de transmitir a sus dos hijos, Hans y Paul la fórmula secreta de la receta de los ositos de gominola de frutas con la que tanto éxito ha alcanzado., por lo que luego de la segunda guerra mundial y tras la muerte de su padre, ambos hijos empiezan a dirigir la empresa, para 1967 empiezan a producir los ositos de múltiples sabores. (Carbó, 2013)

Los ositos se vuelven tan famosos que Disney produce en 1985 unos dibujos animados llamados “Las aventuras de los osos Gummi”, lo que le permitió a la empresa de Riegel crecer más y volverse más popular a nivel mundial.

Gomitas de gelatina

Para (Argueta, 2014) las gomitas forman parte de los gelificados, ya que estos son productos de confitería elaborados básicamente con sacarosa y jarabes de maíz que se caracterizan por ser llevados a temperaturas de cocción entre 106-118°C, a los cuales además se les añaden diferentes sustancias o agentes de gelificados.

Beneficios y propiedades de las gomitas de gelatina

Ilustración 5 Gomitas clásicas de gelatina



Fuente: Gordillo, B. (Mayo de 2018). *Importancia de las gomitas de dulce*. Obtenido de <https://www.fuentesaludable.com/importancia-de-las-gomitas-de-dulce/>

Consumir gomitas de gelatina sin duda aportan los siguientes beneficios

- Generan una sensación de bienestar.
- Son ideales para relajarse.
- El azúcar es uno de sus principales componentes por lo que son agradables al paladar y permite combatir el estrés.
- Son fáciles de transportar.
- Las gomitas que vienen con suplementos vitamínicos y nutrientes nos aportan varias vitaminas como A, C, D, E, B6 y B12 y esto permite que los niños las consuman de forma más fácil. (Gordillo, 2018)
- La gelatina de la que están compuestas las gomitas es colágeno puro, una proteína que, es favorable para la elasticidad de la piel y la fortaleza de nuestras uñas, y necesaria para todo el cuerpo en general. (De Paz, 2018)

Ingredientes de las gomitas

Según investigaciones de FAO realizadas por (Ravelo Mendez, 2019), se conoce que las gomitas están hechas a base de:

- **Jarabe de maíz**

Este ingrediente es un edulcorante líquido, que se obtiene a partir del almidón o fécula de maíz; en la industria de alimentos se lo utiliza debido a los beneficios por su dulzura, y porque resultan más costeable a gran escala, crea adicción al paladar y permite que los alimentos se conserven por más tiempo en una envoltura. (Ravelo Mendez, 2019)

- **Grenetina**

Este ingrediente es mucho más conocido como gelatina, y se trata de una sustancia incolora, y sin sabor alguno, que se la obtiene del colágeno de los tejidos conectivos de los animales hervidos en agua.

- **Ácido cítrico (E330)**

El ácido cítrico es un regulador de la acidez y saborizante que le dan más sabor a las gomitas.

- **Saborizantes artificiales**

Son usados para poder dar sabor a frutar a las diferentes gomitas.

- **Cera de carnauba (agente de glaseado):**

Esta cera se obtiene de las hojas de la palma Copernicia prunifera.

- **Colorantes:**

Se usa principalmente colorantes como aditivos para dar diferentes colores a las gomitas, los más usados dentro de esta industria son el rojo 40- E 129 (rojo altura), amarillo No. 5 (tartrazina), azul 1 (azul brillante) o amarillo 6 (amarillo ocaso).

φ Marco Conceptual

Plan de negocios

Es un documento donde se detalla con precisión la información del emprendimiento que se quiere realizar, por lo que representa una herramienta importantísima para definir de forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos y las formas operativas y productivas de la “idea de negocio.”; este debe ser efectivo, pues debe mostrar toda la información necesaria para financiar una empresa y disminuir errores. (Ávila & Giraldo, 2016)

Fases de un plan de negocios

Según (SENA, 2016) un Plan de Negocios se divide en cuatro fases que son importantes para ayudar al empresario a facilitar la elaboración del mismo:

- **Fase de factibilidad económica**

Esta etapa es la responsable de explorar y realizar los cálculos económicos que dan la pauta para visualizar el panorama del proyecto; aquí están presentes las inversiones, costos e ingresos esperados con la finalidad de poder comparar las cifras más importantes y poder concluir o establecer de forma económica si el proyecto es o no viable.

- **Fase de factibilidad financiera**

Dentro de esta etapa se evalúa de forma específica los flujos financieros más importantes para poder determinar y establecer de manera general los recursos que se necesitan para el inicio de la inversión; es decir mediante esta etapa se puede determinar si el proyecto es económicamente viable y sostenible en el tiempo, y con qué tipo de fuentes de crédito se puede contar.

- **Fase operativa**

Esta fase indica el comienzo de la empresa, aquí se determina los procesos que se van a realizar, la maquinaria y equipos, el talento humano, las materias primas e insumos, etc que se requieren

para poner en marcha la empresa, mediante la secuencia de las fases anteriores y esta fase se logra el análisis y la evaluación para saber si el proyecto tiene la inversión necesaria y toda disponibilidad de recursos para ya establecer la empresa y comenzar a operar.

- **Fase de factibilidad de mercados**

Dentro de esta fase se ajusta y se evalúa las oportunidades de mercado objetivo que tiene el producto, o servicio en la penetración del mercado, permite conocer quiénes serán, cuantos serán, y donde están ubicados los clientes potenciales o reales; además nos proporcionaran una guía sobre el posible éxito que tendremos realizando publicidad, distribución, oferta y el marketing mix.

Estudio de mercado

Desarrollar un estudio de mercado previo a la realización de un proyecto, es sumamente importante debido a que este “tiene la finalidad de probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha del proyecto en un determinado periodo” (Méndez, 2016), p 69).

Por ende, se puede considerar que un estudio de mercado es el proceso que abarca la recopilación, el análisis y la interpretación de información, datos y estadísticas sobre:

- El tamaño del mercado
- Las tendencias de mercado
- Los competidores y su cuota de mercado
- Los consumidores

Una vez reunida esta información, se evalúa la importancia de la misma y se analizan los datos con el propósito de establecer los antecedentes que coadyuvarán en la toma de decisiones empresariales y de marketing. (Posner, 2015)

Demanda

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que las personas compran en un mercado para satisfacer sus necesidades a cambio de un precio determinado.

Ley de la demanda

Se afirma que “es la ley económica por la cual determina que la cantidad demandada de un determinado producto y/o servicio disminuye a medida que se incrementa su precio, mientras que las demás variables se mantienen constantes.” (Riquielme, 2019). Es decir, podemos definir a la ley de la demanda como: que el nivel de la demanda es inversamente proporcional al precio.

Demanda potencial

La demanda potencial según (Murcia et al., 2019) “brinda la medida respecto de qué tanto un producto es propenso o no a las actividades de mercadeo y promoción” (p.91).

Demanda actual o real

La demanda actual según (Carreño, 2014) ayuda a “determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir. Para su medición es importante saber que se puede determinar en unidades físicas, valores monetarios y términos de participación del mercado”.

Demanda efectiva

Smith (como se citó en (Barbosa, 2010)) la demanda efectiva son todos los compradores que desean comprar un bien o servicio y tienen la capacidad de pagarlo.

Demanda insatisfecha

Cuando hablamos de demanda insatisfecha, se hace referencia a la demanda del mercado que aún no ha sido cubierta; esta situación se da cuando la demanda es mayor a la oferta, debido la

dificultad de acceder a los productos o servicios, la falta de satisfacción a los clientes, problemas con los precios, localización no adecuada. (Burbano, 2015)

Análisis de la demanda

Cuando hablamos sobre el análisis de la demanda (Sapag, Sapag, & Sapag, 2014) afirma:

Cuantifica el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto. La cantidad demandada se asocia con distintos niveles de precio y condiciones de venta, entre otros factores, y se proyecta en el tiempo, diferenciando claramente la demanda deseada de la real.

Plan de comercialización

Es un documento escrito en el que va detallado de forma sistemática y estructurada las acciones de marketing que va a desarrollar una empresa para todos o alguno del producto/mercado en un determinado periodo de tiempo. (Santesmases, 2015)

Marketing Mix

El marketing mix está compuesto por las 4 P's del mercado:

- **Producto-servicio**

El producto o servicio engloba a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa, para satisfacer las necesidades de los consumidores. (Espinosa, 2014)

El producto que una empresa va a ofertar siempre debe cumplir con poseer una imagen, marca, packaging, servicios posventa que hagan único y especial al producto. (Espinosa, 2014)

- **Precio**

Dentro del marketing mix, (Thompson I. , 2014) define al precio como la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de

utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

- **Plaza o distribución**

Según (Prieto S, 2017), expresa que “el objetivo final de la distribución es hacer llegar el producto del fabricante al consumidor” Para ello existen varias cadenas de distribución y logística como son las directas, o aquellas que utilizan intermediarios.

- **Promoción-publicidad**

Dentro de este apartado del marketing mix, se considera uno de los aspectos más importante puesto, que esta fase es la que nos permite dar a conocer el producto al consumidor con la finalidad de persuadirlo para que compre. Dado ello (Murcia et al., 2019) define que “la publicidad es una forma de comunicación pagada y q no es personal, si no masiva, que se realiza de un producto o servicio” (p. 115).

Por otro lado (Izar, 2016) define a la promoción como “dar a conocer el producto o servicio a los consumidores actuales y potenciales, en otras palabras, saber qué decir, a quién decírselo y con qué frecuencia” (p. 68).

Oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los ofertantes ponen a disposición para vender dentro de un mercado y atender las necesidades y deseos de un mercado determinado, a precios concretos.

Ley de la oferta

Al igual que existe una ley de la demanda, sucede lo mismo con la oferta.

La ley de la oferta establece que, si el precio de un bien o servicio aumenta, la cantidad de ese bien o servicio que lo productores están dispuestos o pueden vender durante un tiempo

determinado aumentará. Si disminuye el precio de un bien o servicio la cantidad ofrecida también. (Moya, 2012)

En este caso, la ley de la oferta tiene una relación directa entre el precio y la cantidad ofrecida.

Estudio técnico

Al realizar el estudio técnico se debe tomar en cuenta toda la información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes, para poder llevar a cabo todas las actividades del proyecto. (Gomez, 2017)

Ingeniería del proyecto

Esta parte del proyecto está relacionada con la parte técnica y haciendo uso de la información del previo estudio de mercado realizado, aquí se establecen las bases técnicas con las que se va a trabajar en el proyecto, como la forma en que se elaborarán los productos, qué materias se utilizará, que servicio vamos a brindar, y la calidad y rendimiento del producto a ofertar.

Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto según el autor (Méndez, 2016) afirma:

Tiene que ver con la magnitud del proyecto y puede expresarse de diferente manera, por ejemplo: en función de la producción en un periodo determinado (5 toneladas/mes), según el monto de la inversión, según el número de empleos generados, según la cobertura geográfica del mercado (local, departamental, nacional, internacional. (p.48)

Localización del proyecto

La localización del proyecto es un tema que se encuentra dentro de la ingeniería del proyecto, y según (Méndez, 2016) hace referencia a que es el lugar en dónde ubicaremos el proyecto basándonos en los fines para los que se va a crear, la localización depende de las características

del proyecto, de mercado o de la necesidad que vamos a satisfacer, los costos de transporte y logística, y las localización de las fuentes de materias primas con respecto al proyecto a establecer.

Factores de localización

Existen múltiples factores que inciden en la localización de un proyecto a desarrollar tales como: ubicación de materia prima, consumidores, usuarios, clientes, facilidad de acceso y costos de transporte, costos de mano de obra disponibilidad de servicios públicos y complementarios, nivel de competencia y seguridad entre otros. (Méndez, 2016) p.144)

Niveles de localización

- **Macrolocalización**

Cuando hablamos de la macrolocalización del proyecto consideramos la ubicación del mismo, pero en un nivel macro, es decir, el lugar en donde se va a establecer el proyecto, pero únicamente a nivel general, como el país, barrio, o zona, considerando las ventajas de la ubicación y si es apropiada.

- **Microlocalización**

Cuando se trata de la microlocalización nos enfocamos, en elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, tomando en cuenta algunas variables importantes como los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo.

Capacidad instalada

La capacidad instalada de un proyecto puede ser definida como:

El rendimiento máximo que se puede producir en una planta de producción o empresa en un período dado, usando los recursos que se tienen disponibles en un momento determinado. Es un aspecto importante del sistema de producción; se trata de una medida de eficiencia que se

puede ajustar de tal manera que la producción esté de acuerdo con la demanda. (Sy Corvo, 2019)

Diseño organizacional

“Este proceso implica tomar decisiones acerca de qué tan especializados deberían ser los puestos de trabajo, que reglas guiarán el comportamiento de la empresa y a qué nivel se tomarán ciertas decisiones” ((Robbins, Coulter, & DeCenso, 2017) p.163).

Estructura organizacional

“La estructura organizacional es la disposición formal de los puestos de trabajo dentro de una organización” ((Robbins & Coulter, 2014) p.332).

Organigrama

(Robbins & Coulter, 2014) Definen al organigrama como “La representación visual de la estructura organizacional de la empresa” (p. 332)

Cultura organizacional

“Es el modelo general de comportamiento; creencias y valores compartidos entre los miembros de una organización” (Weihrich, Mark, & Harold, 2017)

Niveles jerárquicos

Según la naturaleza general de las funciones, y los requisitos exigidos para su desempeño, los cargos de una organización (Dávila E. , 2018) se clasifican en los siguientes niveles jerárquicos:

Tabla 1 Niveles Jerárquicos

NIVELES JERARQUICOS ORGANIZACIONALES	
NIVEL DIRECTIVO	Este nivel está conformado de los cargos de la Alta Dirección, y cumplen las funciones de formular y plantear las políticas institucionales, planes, programas y proyectos.
NIVEL ASESOR:	Son las personas que ocupan los cargos que consisten en asistir, proponer y asesorar al Nivel Directivo.
NIVEL EJECUTIVO:	Comprende los cargos de la dirección, jefatura, evaluación y control de las Dependencias internas, encargadas de ejecutar y desarrollar las políticas, planes programas y proyectos.
NIVEL PROFESIONAL	Compuesto por los cargos cuya naturaleza demanda la ejecución y aplicación de los conocimientos propios de cualquier carrera profesional, diferente a la técnica profesional y tecnológica, reconocida por la ley.
NIVEL TÉCNICO:	Comprende los cargos cuyas funciones exigen el desarrollo de procesos y procedimientos en labores técnicas misionales y de apoyo.
NIVEL ASISTENCIAL:	Las funciones implican el ejercicio de actividades de apoyo y complementarias de las tareas propias de los niveles superiores o de labores que se caracterizan por el predominio de actividades manuales o tareas de simple ejecución.

Fuente: (Dávila E. , 2018)

Elaborado por: La autora

Descripción de puestos

La descripción de los puestos (Chiavenato, 2019) la define como “un proceso que consiste en enunciar las tareas o responsabilidades que lo conforman y distinguen del resto de los puestos en la organización” (p.194)

Estudio financiero o Inversiones

En esta etapa del proyecto tiene como objetivos ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, elaborar los cuadros de análisis y datos adicionales para evaluar el proyecto

y estudiar los antecedentes para determinar si el proyecto es rentable y viable. (Sapag, Sapag, & Sapag, 2014)

Activos

Dentro de la contabilidad de una organización (Mendoza & Ortíz, 2017) define a los activos “Los recursos o propiedades que tiene la empresa para cumplir con sus operaciones” (p.34)

Activos fijos

En este apartado (Escribano & Jimenez, 2014) se refiere al activo fijo o no corriente como la cuenta constituida por los bienes y derechos de la estructura económica que vence a largo plazo.

Para los autores antes mencionados, el activo no corriente está constituido por los siguientes activos:

- ❖ Inmovilizado intangible y material
- ❖ Inversiones inmobiliarias
- ❖ Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo.
- ❖ Inversiones financieras a largo plazo
- ❖ Activos por impuesto diferido
- ❖ Deudas comerciales no corrientes.

Pasivos

En lo referente a los pasivos, se habla de las obligaciones contraídas por la empresa con otras entidades; por lo cual (Angulo, 2018) afirma “El pasivo son las deudas y obligaciones de la empresa con terceras personas, surgida de sucesos pasados, para su pago en un futuro, que incorpore beneficio económico” (p.50).

Patrimonio

Cuando se refiere al patrimonio de una organización (Mendoza & Ortíz, 2017) lo define como el capital contable que abarca el conjunto de las cuentas que son el resultado del valor residual de comparar el activo total con el pasivo.

“Comprende los aportes de los accionistas, socios o propietarios, el superávit de capital, las reservas, la revalorización del patrimonio, las cuotas o partes del interés social los resultados del ejercicio y de ejercicios anteriores y el superávit por valorizaciones”

((Mendoza & Ortíz, 2017) p.50).

Ingresos

Según (Mariño Tamayo, 2016) define a los ingresos como el producto de “la cantidad de bienes por el precio” (p.19). A su vez (Mendoza & Ortíz, 2017) argumenta que los ingresos son “el precio o valor que se percibe por la venta de bienes y servicios” (p. 119).

Costos

“Los costos son todos los desembolsos que hace la empresa para producir un bien o servicio que generará un beneficio económico, dentro de un ejercicio contable.” (Mariño Tamayo, 2016)

Clasificación de costos

Según su comportamiento, los costos para (Mankiw, 2017) se clasifican en:

❖ Costos fijos.

“Los costos fijos, no varían con la cantidad producida. Estos costos están presentes aun cuando la empresa no produzca nada” (p.266)

❖ Costos variables.

“Algunos de los costos de la empresa se conocen como costos variables, porque cambian conforme la empresa varía la cantidad producida” (p.267).

Gastos

(Mariño Tamayo, 2016) Define a los gastos como “el desembolso que debe hacer la empresa para poder llevar a cabo sus actividades, y no se relacionan con la fabricación o compra de productos. Estos gastos se tienen que desembolsar, así la empresa no haya vendido...” (p.21).

Clasificación de los gastos

❖ Gastos administrativos.

Estos gastos representan aquellos que se destinan para el área administrativa de un emprendimiento; algunos ejemplos de este tipo de gasto son: el arriendo de las oficinas, el sueldo de un asistente de gerencia, los servicios básicos, etc. (Mariño Tamayo, 2016)

❖ Gastos de venta.

Son aquellos gastos necesarios destinados para la venta, con la finalidad de que un cliente o usuario adquiera los productos o servicios; en este rubro se incluyen los sueldos de los vendedores, la publicidad, las comisiones en ventas, etc (Mariño Tamayo, 2016)

Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es el número de unidades que se deben vender y en el cual los ingresos de un emprendimiento igualan a los costos y gastos.” ((Mariño Tamayo, 2016), p.28)

En otras palabras, el punto de equilibrio es el nivel de ventas que una empresa debe realizar para cubrir los costos de producción, es decir, que no haya pérdidas, pero tampoco utilidades.

Fórmulas de cálculo del punto de equilibrio

$$\text{Punto de equilibrio en unidades} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Margen de contribución unitaria}}$$

$$\text{Punto de equilibrio en unidades} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{costos variable unitario}}$$

Balance general

(Guajardo & Andrade, 2014) afirma que el balance general “es un informe en el cual presentan los recursos que posee el negocio (activos), sus adeudos (pasivos) y el total de capital contable en una fecha específica (p.140).

Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias “recoge el resultado del ejercicio contable, formado por los ingresos y gastos generados en el mismo, con la excepción de su imputación directa al patrimonio neto cuando proceda, según lo establecido en las normas de registro y valoración” (Escribano & Jimenez, 2014)

Tabla 2 Modelo de estado de resultados

“NOMBRE DE LA EMPRESA”
“FECHA DEL PERIODO DEL ESTADO DE RESULTADOS”
“MONEDA”
VENTAS
(-) Devoluciones y descuentos
INGRESOS OPERACIONALES
(-) Costo de ventas
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL
(-) Gastos operacionales de ventas
(-) Gastos operacionales de administración
UTILIDAD OPERACIONAL
(+) Ingresos no operacionales
(-) Gastos no operacionales
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS
(-) Gastos financieros
(+) Ingresos financieros
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS
(-) Impuesto de renta y complementarios
UTILIDAD DEL EJERCICIO

Fuente: (Córdova, 2014)

Elaborado por: La Autora

Evaluación financiera

“Una evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.” (Lyn O'Neil, 2018)

Flujo de caja

Aguilar como se citó en (Córdova, 2014) , afirma que el “estado de flujo de efectivo proporciona información sobre los cambios en el efectivo y equivalentes al efectivo de una entidad durante un periodo de tiempo, mostrando lo provenientes de las actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación”

Valor actual neto

El Valor Actual Neto (VAN) o Valor Presente Neto (VPN) “es el indicador que da a conocer si un proyecto incrementará el momento de inversión inicial” ((Prieto S, 2017) p. 160-161

- Si el VAN es positivo la empresa incrementará su valor al aumentar el capital que se invirtió inicialmente
- Si el VAN es negativo, el negocio verá cambios significativos en su valor debido a q no incrementará ni reducirá sus ganancias.

Fórmula para calcular el VAN

Para su cálculo (Metz, 2014) la información que se usa utiliza en la ecuación:

- VAN: Valor Actual Neto
- $F(t)$: flujo de efectivo neto del período t
- i : tasa de expectativa o alternativa/oportunidad
- n : número de períodos de vida útil del proyecto
- $I(0)$: inversión inicial (neta de ingresos y otros egresos)

$$VAN = \left[\sum_{t=1}^n FE(t) * (1+i)^{-(0-t)} \right] + I(0)$$

Fuente: (Mete, 2014)

Elaboración: (Mete, 2014)

Periodo de recuperación del capital

Uno de los criterios tradicionales de evaluación, bastante difundido, es el del periodo de recuperación (PR) de la inversión, también conocido como payback, mediante el cual se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptables por la empresa. (Sapag, Sapag, & Sapag, 2014)

Relación costo beneficio

La relación costos beneficio es un indicador rentabilidad de un proyecto, y para su cálculo se debe poner en valor presente los ingresos y dividirlos para el valor presente de los costos brutos. (Méndez, 2016)

La fórmula para el cálculo de la relación costos beneficio es:

$$\mathbf{RBC = VPI / VPC}$$

Y dependiendo del resultado que dicha fórmula arroje según se procede:

- Si la RBC es mayor a 1, el proyecto se debe aceptar.
- Si la RBC es menor a 1, el proyecto debe rechazarse.
- Si la RBC es igual a 1, es el inversionista quien decide si invertir o rechazar el proyecto.

Tasa interna de retorno TIR

La TIR es definida por (Méndez, 2016) como “La tasa de descuento intertemporal a la cual los ingresos netos del proyecto apenas cubren los costos de inversión, operación y de rentabilidad”.

En otras palabras, la TIR permite conocer si es viable invertir en un determinado negocio, frente a otras inversiones de menor riesgo; por lo que esta tasa mide la viabilidad de un proyecto o empresa en porcentajes, y determina la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados que se han generado por una inversión.

La fórmula para calcular la TIR es:

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

Para la TIR existe una normativa de decisión que establece:

- Si la TIR es mayor que la tasa mínima aceptable (tasa de oportunidad), el proyecto debe ser aceptado
- Si la TIR es menos que la tasa mínima aceptable, el proyecto debe ser rechazada.

Análisis de sensibilidad

Cuando la evaluación financiera ha sido determinada es importante realizar un análisis de sensibilidad del proyecto, este análisis según (Córdova, 2014) consiste en:

Identificar aquellas variables del proyecto con mayor peso relativo tanto en el periodo pre-operativo como operativo, aplicando variaciones porcentuales para señalar los efectos en los resultados del proyecto, mediante el recalcu de los flujos netos de caja y la aplicación de cualquiera de los criterios VPN, TIR, o RBC

Metodología de la investigación

φ Métodos

Para la realización de la presente tesis sobre “Plan de negocios para la creación de una microempresa de gomitas de gelatina y su comercialización en la ciudad de Loja”, se hizo uso y aplicación de varios métodos, técnicas y procedimientos, que sirvieron para descubrir la estructuración de dicha investigación. Estos métodos empleados se describen a continuación:

Método inductivo:

En el apartado referente al método inductivo se debe conocer que es un proceso usado para sacar conclusiones generales partiendo de hechos particulares, este método se basa en la observación, el estudio y la experimentación de diversos sucesos reales para poder llegar a una conclusión que involucre a todos esos casos. (Raffino M. E., 2019)

El método inductivo ayudó para poder realizar los diferentes estudios tales como el de mercado, organizacional y técnico; y así poder determinar con exactitud las características de la población y segmento de mercado de las gomitas.

Método deductivo:

El método deductivo de una investigación es una estrategia de razonamiento que se emplea para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios.

Por lo que se considera como un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos). Por ende, se entiende que la conclusión se halla dentro de las propias premisas referidas o, dicho de otro modo, la conclusión es consecuencia de estas. (Raffino M. E., 2018) Aplicar éste método permitió, determinar, elaborar y redactar, las conclusiones y recomendaciones tomando en consideración los resultados que se obtuvieron mediante las diferentes técnicas de recolección de datos.

Método estadístico:

Cuando se refiere al método estadístico (Cueva, 2019) afirma que es “el procedimiento para manejar datos cuantitativos y cualitativos mediante técnicas de recolección, recuento, presentación, descripción y análisis. Los métodos estadísticos permiten comprobar hipótesis o establecer relaciones de causalidad en un determinado fenómeno.”

Este método se empleó para poder recolectar, analizar e interpretar los datos que se obtuvieron mediante las diferentes técnicas de recolección, y así poder desarrollar, un proyecto de tesis con datos y resultados reales.

φ Técnicas**Observación directa**

Para (Dávila C. , 2016) la observación “Consiste en registrar información observando la situación en análisis..., el diseño de la misma deberá incluir las siguientes características qué es lo que se observará, cuándo, a qué hora, qué se debe observar), p.33).

Este método de recopilación de información permitió observar directamente la situación, los problemas, características y comportamientos del mercado objetivo, con el fin de analizar y determinar la factibilidad del plan de negocios a realizar.

La encuesta:

La encuesta es un método de recopilación de información bastante utilizado por los investigadores, que consiste en una serie de preguntas direccionadas a todos los aspectos relevantes de un mercado y de una muestra de la población objetiva, que permite obtener información de las personas que cumplen con el perfil adecuado de la muestra, para lograr determinar y concluir aspectos característicos de dicho mercado. (Fisher & Espejo, 2017)

La población objetiva a la que se aplicó la encuesta, fue a las diferentes familias de la ciudad de Loja con la finalidad de conocer gustos, preferencias y características del mercado, para poder concluir si el proyecto en marcha, es factible o no.

La encuesta fue aplicada a 384 familias del cantón Loja; que, según las estadísticas del último censo realizado en 2010, dichas familias están conformadas en promedio por 4 integrantes cada una en el área urbana; dicho número de encuestas se obtuvo luego de la aplicación y cálculo del tamaño de la muestra con la fórmula de población finita. Usando datos de proyección de la población tomando en cuenta el número de habitantes que han sido censados en 2010 que corresponde a 180617 hab., y con la proyección al 2019 según la tasa de crecimiento otorgada por INEC y Ecuadorencifras es de 2.65% para el cantón Loja, por lo que al 2019 existen 228554 hab.

Entrevistas:

La entrevista es una técnica que usan los investigadores para poder obtener información de forma oral, que es proporcionada por la muestra seleccionada, y permite conocer aspectos importantes para nuestra investigación de mercado, como son las creencias, actitudes, aptitudes, gustos, preferencias, tendencias y todo aquello que se relaciona con el mercado de nuestros clientes prospectos.

La entrevista se realizó a 9 diferentes micro mercados intermediarios que se ha tomado en consideración de la ciudad de Loja, debido a que según la información brindada por el SRI y el municipio de Loja , permitió conocer que este tipo de empresas tienen y expenden producto similares a las gomitas del proyecto, y a su vez brindan facilidades y apoyan a los emprendimientos, otorgándoles la facilidad de acceder a un espacio dentro de su estantería para colocar productos nuevos provenientes de los emprendimientos lojanos; por lo que es beneficioso aceptar estas bondades, para de esta manera lograr entrar con facilidad al mercado lojano.

φ Población y tamaño de la muestra

Población:

Durante la investigación realizada para el proyecto, se determinó que el segmento de la población a la que se le realizó el estudio, fue mediante una segmentación geográfica, ya que se la realizó en el área urbana del cantón Loja, y a su vez también fue una segmentación demográfica ya que estuvo dirigida a las familias

En base a los datos obtenidos en el informe del (INEC & Ecuador en Cifras, 2010) de acuerdo al último censo poblacional publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2010, el cantón Loja cuenta con 180.617 habitantes, sabiendo que cada familia promedio cuenta con 4 integrantes, se considera que en base a la cantidad de habitantes antes mencionados, existen 45154 familias, con una tasa de crecimiento poblacional de 2,65% , con las cual se realizó la proyección de habitantes hasta el 2019, que dio como resultado 228554 habitantes y por ende a ese año existen 57138 familias.

Tabla 3 Población proyectada al 2019

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACION
2010	2,65%	180617
2011	2,65%	185403
2012	2,65%	190317
2013	2,65%	195360
2014	2,65%	200537
2015	2,65%	205851
2016	2,65%	211306
2017	2,65%	216906
2018	2,65%	222654
2019	2,65%	228554

Fuente: INEC, PDOT Territorial del cantón Loja

Elaborado por: La autora

Tamaño de la muestra para determinar los demandantes

Una vez determinada la población se calculó el tamaño de la muestra, en la que se aplicó la fórmula de la población finita basándose en la proyección realizada con los datos del (INEC & Ecuador en Cifras, 2010) , se obtuvo que la proyección de la población al 2019 es de 228554 en el cantón Loja, más adelante se muestra el cálculo del tamaño de muestra

Fórmula:

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

Simbología:

n =Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza (95% =1,96)

p = **0,5** Probabilidad de que el evento ocurra

q = **0,5** Probabilidad de que el evento no ocurra

N = Población

e² = 5% margen de error

Aplicación de la fórmula

$$n = \frac{(1,96)^2 x (228554) x (0,5) x (0,5)}{(0,05)^2(228554 - 1) + (1,96)^2 x 0,5 x 0,5}$$

$$n = \frac{219503.2616}{572.3429} =$$

n = **384** encuestas a las familias

 **Tamaño de la muestra para determinar la competencia indirecta**

Para determinación de los oferentes o competencia directa de la idea de negocio planteada en el presente proyecto de investigación, se tomó en cuenta las siguientes marcas que producen gomitas de gelatina como son Confiteca, Colombina, Icapeb, Arcor, Super y Haribo; pero debido a la no existencia de competencia directa dentro de la ciudad de Loja, para la recolección datos necesaria se tomó en cuenta y se eligió todos los micro mercados que como intermediarios expenden este tipo de productos, por lo que se pudieron encontrar 9 en total en la ciudad de Loja, a los cuales se les realizó la entrevista, con el fin de poder obtener y mostrar datos exactos sobre la oferta de gomitas de gelatina en la ciudad.

Tabla 4 Micro mercados intermediarios oferentes lojanos

MICROMERCADOS OFERENTES DE LA CIUDAD DE LOJA	
N°	NOMBRE DE LOS INTERMEDIARIOS
1	Yerovi
2	Mercamax
3	Puerta del Sol
4	Zerimar
5	Supermercado "Rocío"
6	Micro mercado Danielito
7	Micromercado Zaka
8	Mercatoa
9	Economax

Fuente: Municipio de Loja y SRI

Elaborado por: La autora

Capítulo 1

En el presente capítulo 1, se muestra los resultados obtenidos de las 384 encuestas aplicadas a las diferentes familias lojanas, el uso de dicha técnica mediante un banco de preguntas que permitieron conocer detalles y opiniones veraces provenientes del tamaño de muestra seleccionado permitió conocer las diferentes opiniones de la ciudadanía y la factibilidad de la idea de negocio propuesta de gomitas de gelatinas; por ende dicha información obtenida sirvió para poder estructurar un buen estudio de mercado.

1. Tabulación, interpretación y análisis de las encuestas a las familias urbanas de la ciudad de Loja (384): y entrevistas aplicadas a los intermediarios que expenden productos de la competencia directa (9)

Además en el capítulo también se detallan los resultados que se obtuvieron mediante la entrevista aplicada a los diferentes micro mercados oferentes de la ciudad de Loja (9), que representan los intermediarios que expenden los productos de la competencia directa (gomitas) de la microempresa de gomitas de gelatina a establecerse; esta técnica se empleó para poder obtener datos veraces, precisos y confiables sobre cómo ellos vende, publicitan y ofertan un producto similar, y así poder fijarse en los aciertos y errores de la competencia, para fortalecer la idea de negocio, y ofrecer a la ciudadanía de forma adecuada el producto,

1.1. Encuesta aplicada a las familias urbanas de la ciudad de Loja.

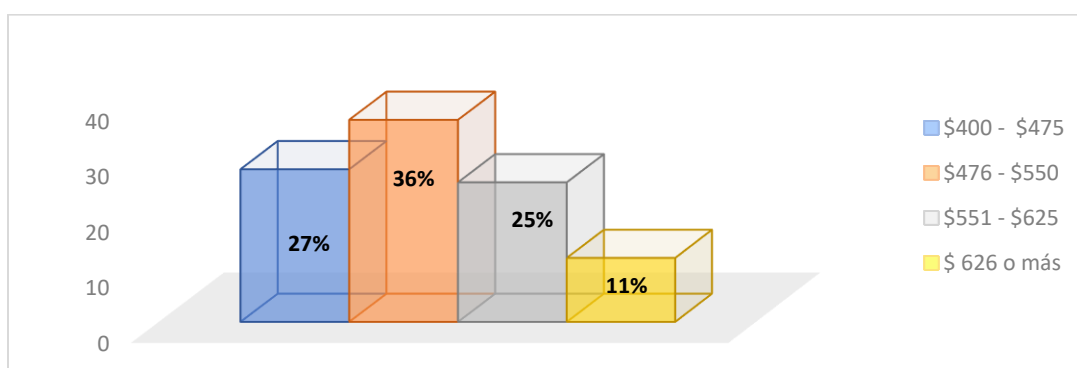
1. ¿Cuál es el nivel de ingresos mensuales en su familia?

Tabla 5 Ingresos mensuales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$400 - \$475	105	27
\$476 - \$550	139	36
\$551 - \$625	96	25
\$ 626 o más	44	11
TOTAL	384	100

Fuente: Encuesta familias
Elaborado por: La autora

Gráfico 1 Ingresos mensuales



Fuente: Tabla n° 5
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias del cantón Loja se puede constatar que el 36% de las familias cuentan con un ingreso mensual de \$476 a \$550, el 27% tiene ingresos de \$400 a \$475, el 25% mantiene ingresos de \$551 a \$625, y el 11% de dichas familias cuentan con ingresos de \$626 en adelante. En conclusión, se determina, que la mayor parte de la ciudadanía tiene ingresos mensuales de alrededor de \$400 al \$550; lo que significa un buen segmento de mercado para la introducción de las gomitas de gelatina.

2. ¿Consumen usted y su familia gelatina? (Si su respuesta es negativa pase a la pregunta número 8)

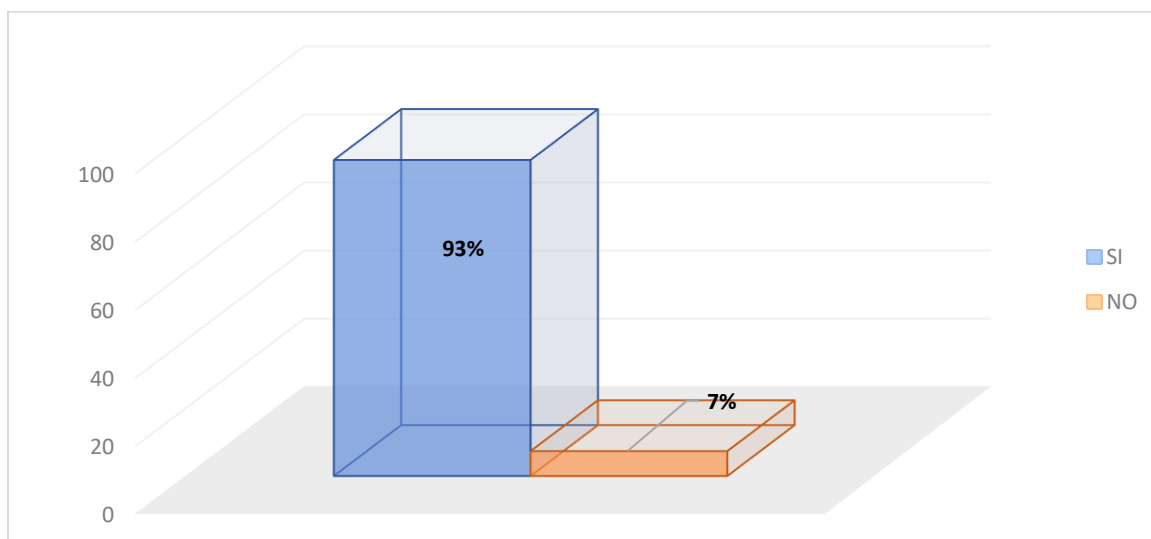
Tabla 6 Consumo de gelatina

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	356	93
NO	28	7
TOTAL	384	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 2 Consumo de gelatina



Fuente: Tabla n° 6

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con la encuesta aplicada a un total de 384 familias de la ciudad de Loja, se puede observar que el 93% de las familias lojanas que representan 356 encuestados consumen gelatina, mientras que el 7% restante han respondido que no consumen este tipo de alimento.

Lo que indica que es un porcentaje muy favorable para el consumo de derivados de gelatina y por ende un punto a favor de las gomitas de gelatina que se plantea en el presente proyecto.

3. ¿Cómo ha consumido usted y su familia la gelatina?

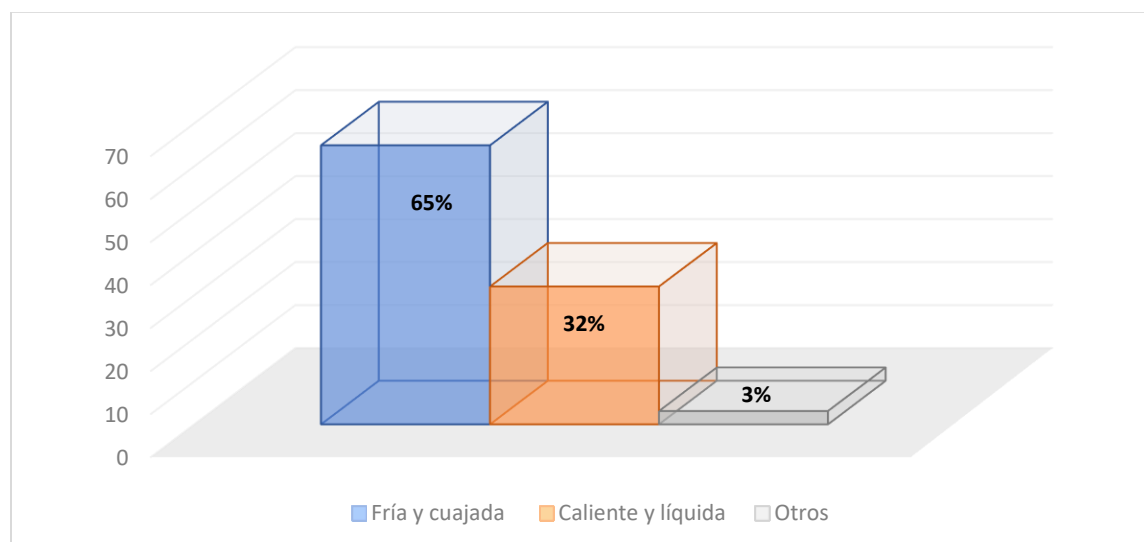
Tabla 7 Preparación en la que ha comido la gelatina

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fría y cuajada	231	65
Caliente y líquida	114	32
Otros	11	3
TOTAL	356	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 3 Preparación en que ha comido la gelatina



Fuente: Tabla n° 7

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Luego de haber aplicado la encuesta a las diferentes familias lojanas 356 personas respondieron que consumen gelatina, por ende, se puede constatar que el 65% de estas han comido la gelatina fría y cuajada, el 32% han consumido la gelatina caliente y líquida y tan solo el 3% ha consumido la gelatina en otros alimentos.

Este porcentaje tan favorable del 65% del tamaño de la muestra de las familias en forma fría y cuajada es un indicio que la mayor parte de estas personas pueden ser unos potenciales compradores de gomitas de gelatina.

4. ¿Consume usted y su familia gomitas de gelatina?

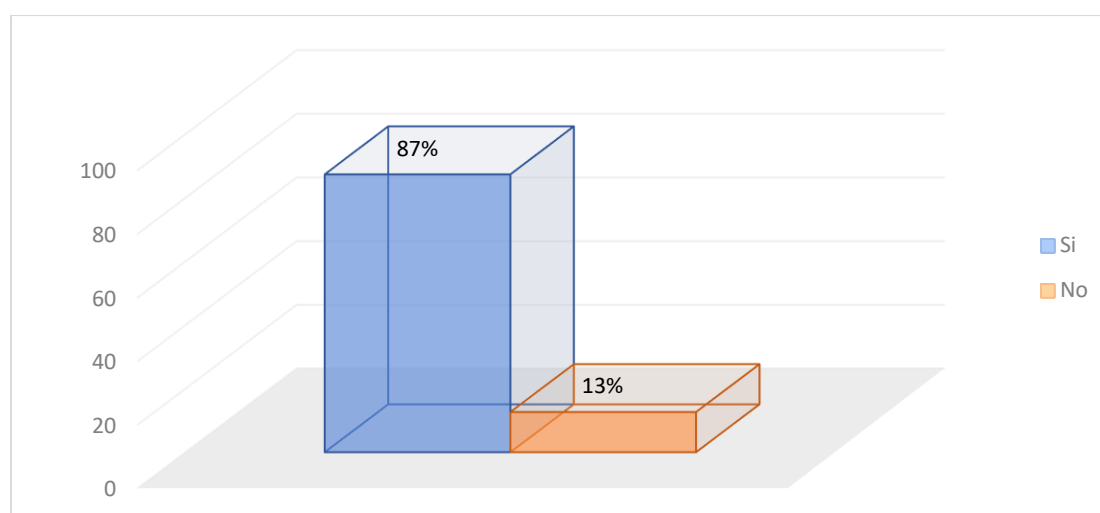
Tabla 8 Consume gomitas de gelatina

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	311	87
No	45	13
TOTAL	356	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 4 Consume gomitas de gelatina



Fuente: Tabla n° 8

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas aplicadas a las familias lojanas y en base a las 356 personas que sí consumen gomitas de gelatina, se puede determinar que el 87% de ellas, que corresponden 311 encuestados responden que sí consumen gomitas, mientras que el 13% que representa a 45 no consumen este tipo de producto.

En conclusión, se resalta, que casi el total de las familias encuestadas, si consumen gomitas de gelatina, lo que da buenos indicios de aceptación del producto.

5. ¿La calidad de las gomitas de gelatina que consume usted y su familia son?

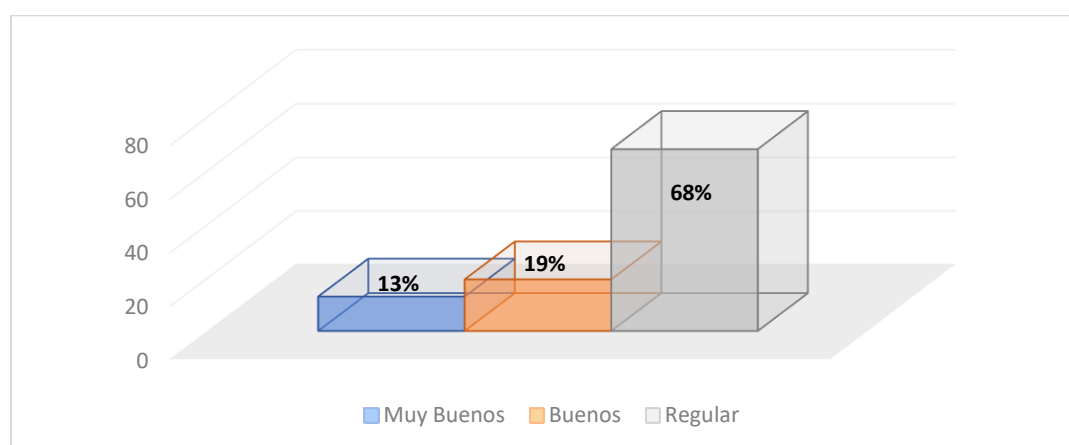
Tabla 9 Calidad de las gomitas que compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buenos	40	13
Buenos	60	19
Regular	211	68
TOTAL	311	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 5 Calidad de las gomitas



Fuente: Tabla n° 9

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Posteriormente mediante las encuestas se conoció que 311 familias sí consumen gomitas de gelatina y mediante una pregunta se pudo constatar, cuál es la calidad de dichas gomitas que ellos consumen; por lo que se obtuvo como resultados que el 68% respondieron que su calidad es regular, el 19% contestaron que es bueno, y tan solo el 13% de ellos dijeron que son muy buenos.

En base a estos resultados se constata que las gomitas de gelatina que se comercializan en la ciudad de Loja, son de una calidad regular, y que no satisfacen al cien por ciento las expectativas de la ciudadanía lojana.

6. ¿Qué característica elige usted y su familia al momento de adquirir las gomitas de gelatina?

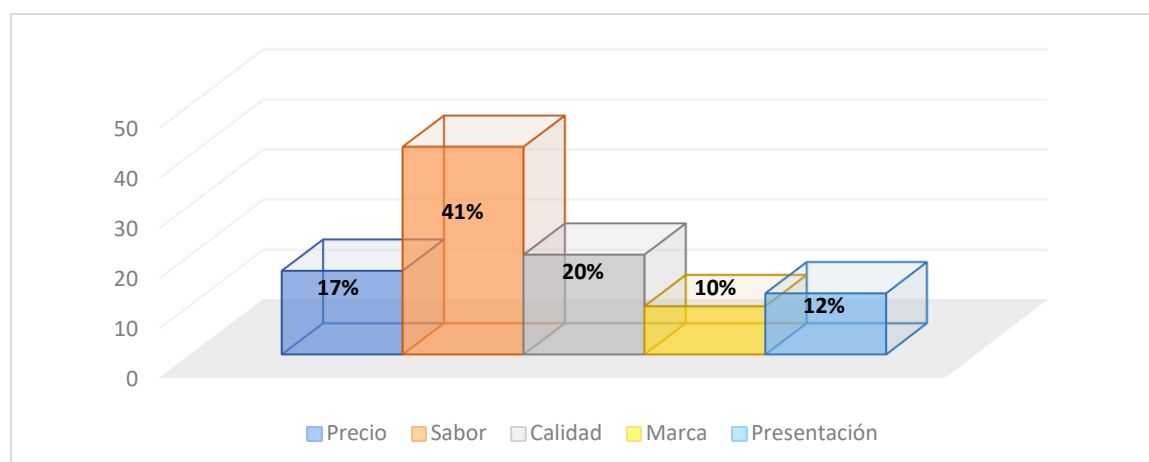
Tabla 10 Características que elige al adquirir gomitas de gelatina

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	52	17
Sabor	129	41
Calidad	62	20
Marca	30	10
Presentación	38	12
TOTAL	311	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 6 Característica que elige al adquirir gomitas de gelatina



Fuente: Tabla n° 10

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En base a las preguntas de la encuesta aplicadas a las familias, se observa que en cuanto a características que eligen para comprar las gomitas de gelatina, el 41% se fijan más en su sabor, al 20% le interesa más la calidad, al 17% de dichas familias les interesa el precio, para el 12% la presentación del producto es esencial y la marca es muy importante para el 10% de los encuestados.

7. ¿En dónde adquiere usted y su familia las gomitas de gelatina con mayor frecuencia?

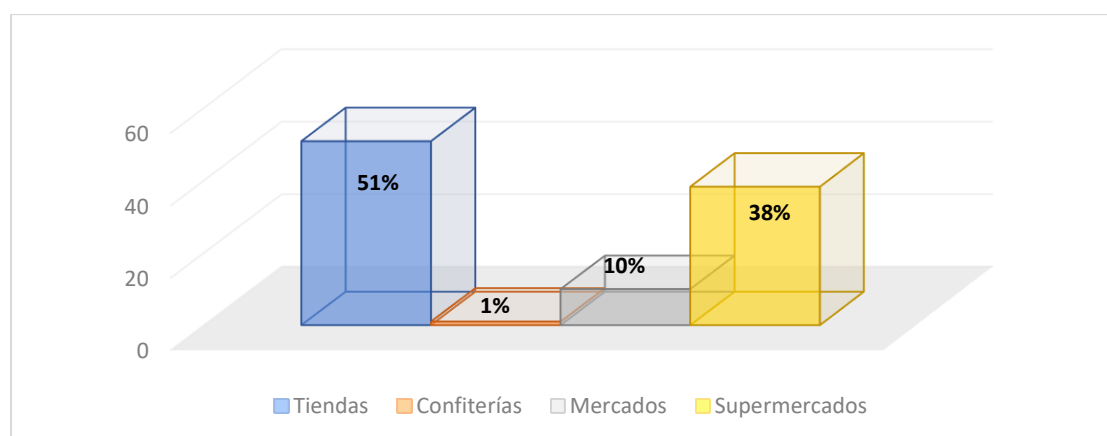
Tabla 11 Lugar donde adquiere las gomitas de gelatina

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	158	51
Confiterías	3	1
Mercados	31	10
Supermercados	119	38
TOTAL	311	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 7 Lugar donde adquiere gomitas de gelatina



Fuente: Tabla n° 11

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La encuesta aplicada a las distintas familias de la ciudad de Loja, permitió conocer en qué lugares adquieren dichas familias las gomitas de gelatina que consumen, el 51% de las compran los productos en las tiendas, el 38% en los supermercados, el 10% en los mercados, y el 1% respondió que los compraban en confiterías.

8. Si se instalaría en la ciudad de Loja una microempresa de producción y comercialización de cajas de gomitas de gelatina (500g) ¿Estaría dispuesto a consumir nuestro producto usted y su familia?

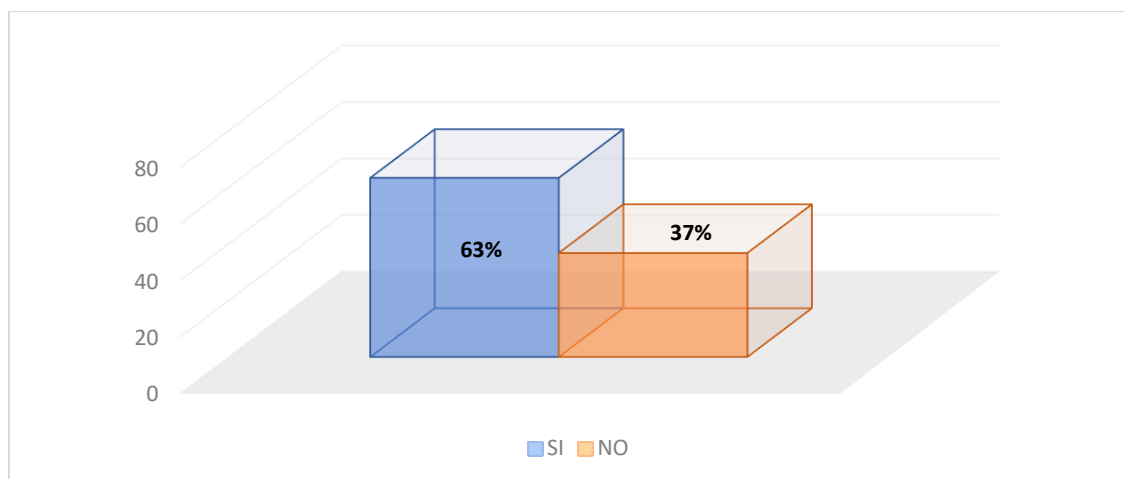
Tabla 12 Consumiría el producto que comercializa la microempresa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	243	63
NO	141	37
TOTAL	384	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 8 Consumiría el producto que comercializa la microempresa



Fuente: Tabla n° 12

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En base a las encuestas aplicada a las 384 familias lojanas, se constata que el 63% de las personas si consumiría el producto que va a comercializar la nueva microempresa, y el 37% de ellos respondió que no consumiría el producto porque no les gusta.

9. ¿Qué cantidad de cajas de gomitas de gelatina (500g) ¿Consumiría usted y su familia semanalmente?

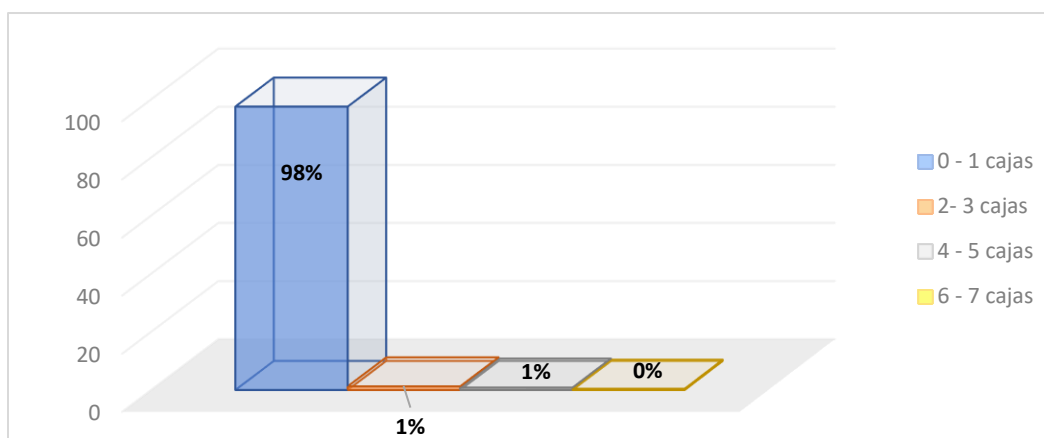
Tabla 13 Cantidad de cajas de gomitas de gelatina de (500g) que consumiría

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 - 1 cajas	237	98
2- 3 cajas	3	1
4 - 5 cajas	2	1
6 - 7 cajas	1	0
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 9 Cantidad de cajas de gomitas de gelatina (500g) que consumiría.



Fuente: Tabla n° 13

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con la encuesta aplicada a las familias se determina que el 98% de las familias consumiría de 0 - 1 cajas de 500g semanales, el 1% que corresponde a 3 familias contestaron que consumirían de 2 - 3 cajas de gomitas de gelatina; el otro 1% que corresponde a 2 familias consumiría de 4 - 5 cajas semanalmente y el 0% que es únicamente una familia respondió que consumiría de 5 - 6 cajas de gomitas de gelatina de 500g semanalmente.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de gomitas de gelatina (500g) semanalmente?

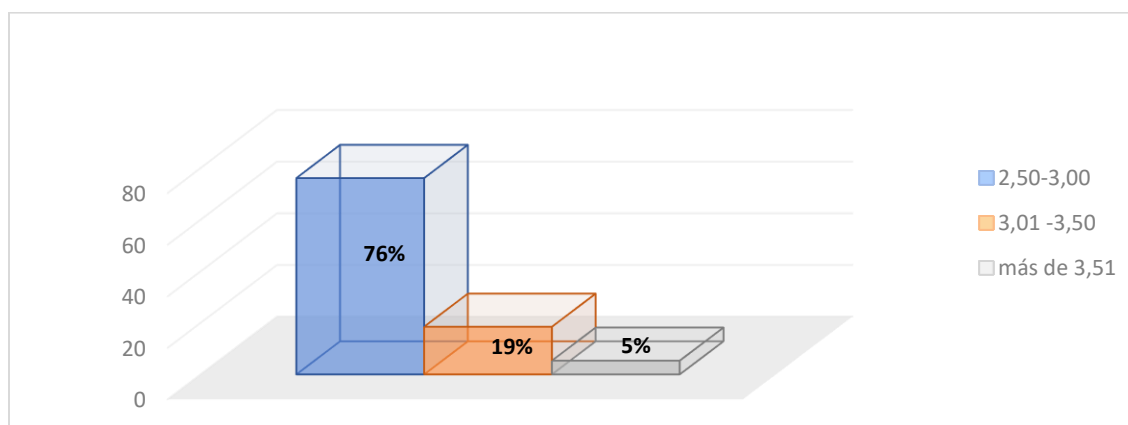
Tabla 14 Precio que pagaría por una caja (500g) de gomitas de gelatina

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2,50-3,00	185	76
3,01 -3,50	45	19
más de 3,51	13	5
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 10 Precio que pagaría por una caja (500g) de gomitas de gelatina



Fuente: Tabla n° 14

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con la encuesta aplicada a las familias se puede determinar que, del total de las familias, el 76% de las familias pagaría de \$2,50 a \$3 por una caja de gomitas de gelatina de 500g, el 19% pagaría de \$3,01 a \$3,50 por una caja de 500g y el 5% compraría cajas de 500g a más de \$3,51.

11. ¿En qué lugar le gustaría encontrar las cajas de gomitas de gelatina (500g)?

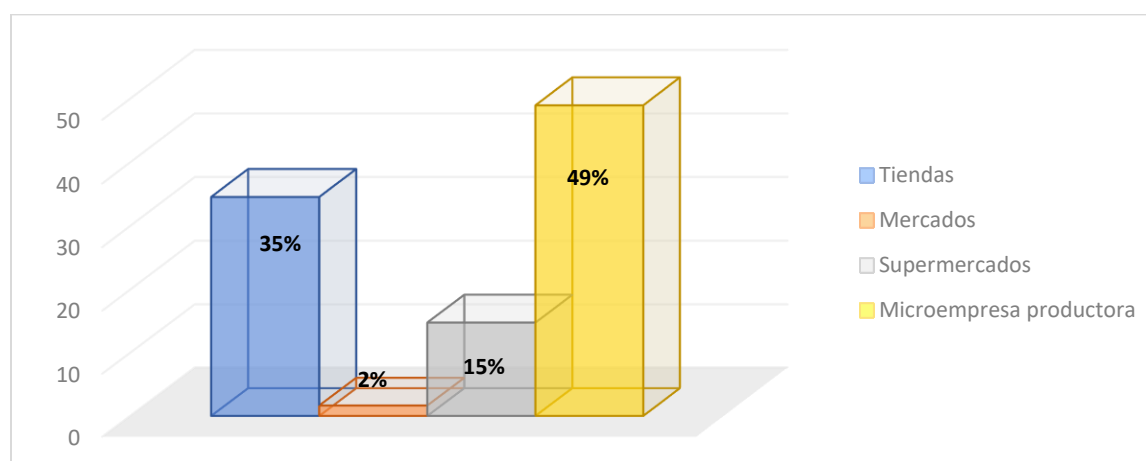
Tabla 15 Lugar dónde le gustaría encontrar el producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	84	35
Mercados	4	2
Supermercados	36	15
Microempresa productora	119	49
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 11 Lugares donde le gustaría encontrar el producto



Fuente: Tabla n° 15

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

A través de la encuesta aplicada a las distintas familias de la ciudad de Loja, se permitió conocer, que el 49% de las familias preferirían comprar las gomitas de gelatina en la microempresa productora, el 35% en las tiendas, el 15% en los supermercados, y el 2% preferiría adquirirlas en los mercados.

12. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse a usted y su familia del nuevo producto a elaborarse?

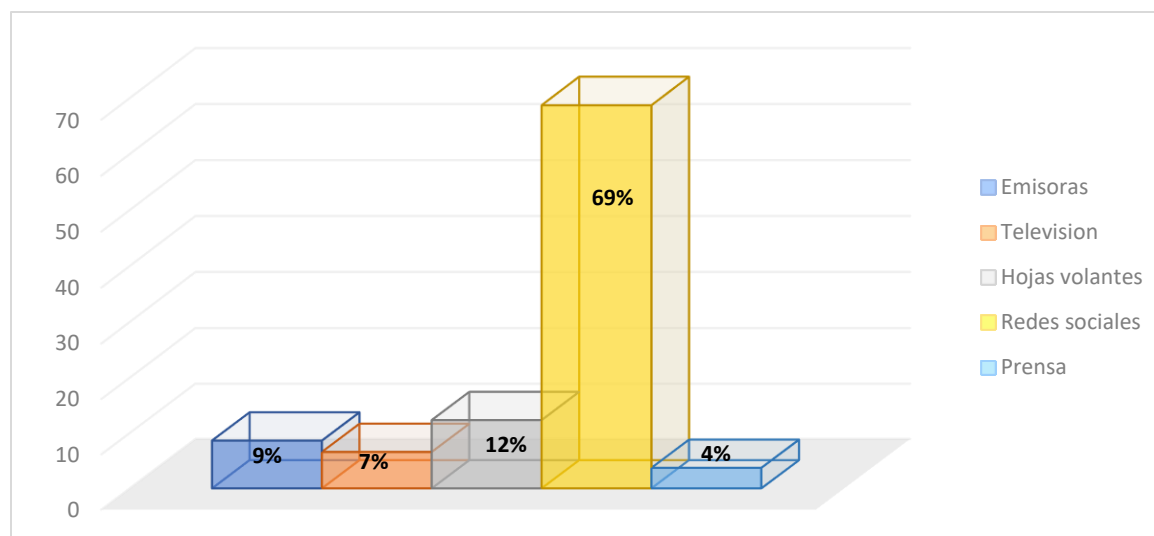
Tabla 16 Medios de comunicación para el producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Emisoras	21	9
Televisión	16	7
Hojas volantes	30	12
Redes sociales	167	69
Prensa	9	4
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 12 Medios de comunicación para el producto



Fuente: Tabla n°16

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según las respuestas obtenidas mediante la encuesta aplicada a las familias, respondieron que sí consumirían el producto de la microempresa, se pudo constatar que el 69% prefieren recibir información a través de redes sociales, el 12% mediante hojas volantes, el 9% por emisoras de la ciudad, el 7% corresponde aquellas personas que prefieren recibir publicidad mediante la televisión y tan solo el 4% de dichas familias prefieran que se use la prensa escrita para publicitar los productos.

13. Si su respuesta fue la radio ¿En qué emisora le gustaría conocer sobre el producto?

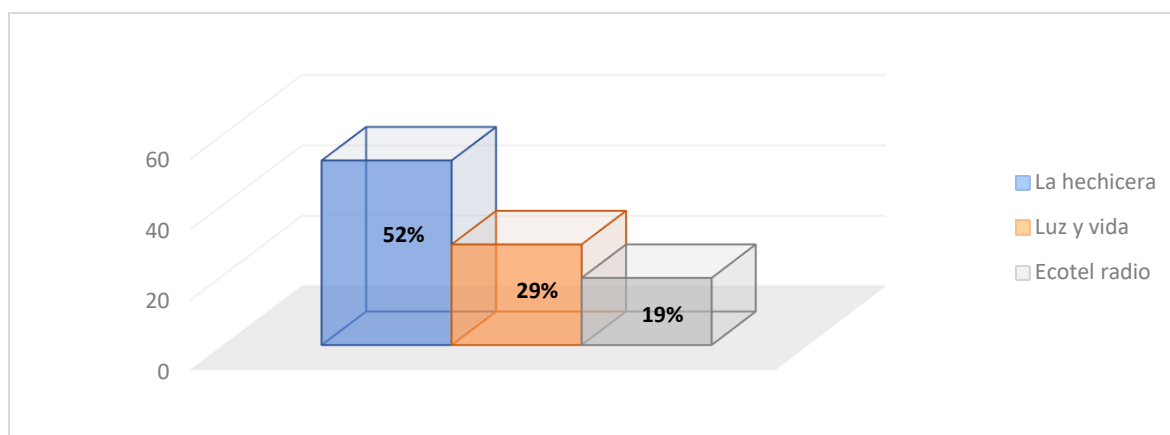
Tabla 17 Emisora de preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La hechicera	11	52
Luz y vida	6	29
Ecotel radio	4	19
TOTAL	21	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 13 Emisora de preferencia



Fuente: Tabla n° 17

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con un resultado de 21 familias de la ciudad de Loja, que escogieron la opción de las emisoras de radio se puede constatar que el 52% de las familias prefieren enterarse por la emisora La hechicera, el 29% por la radio Luz y vida y el 19% de las familias, por Ecotel radio. En conclusión, se puede mencionar que las familias prefieren enterarse del nuevo producto por la radio La hechicera, en los horarios de medio día en horas de almuerzo, ya que los entrevistados acotaron que es el tiempo que dedican para escuchar la radio, entre 12:00 y 14:00.

14. Si su respuesta fue la televisión ¿En qué canal le gustaría conocer sobre el producto?

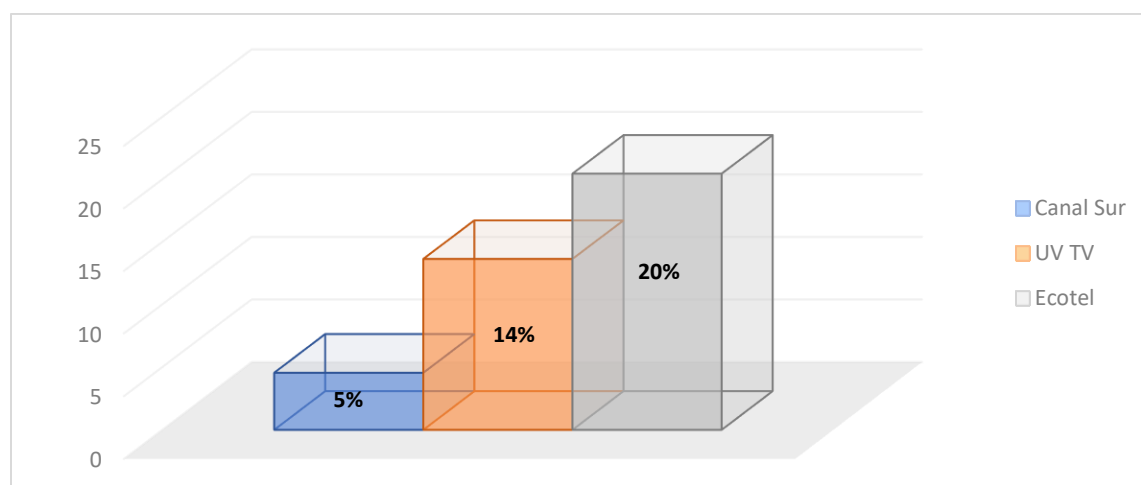
Tabla 18 Canal de preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Canal Sur	2	13
UV TV	6	38
Ecotel	8	50
TOTAL	16	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 14 Canal de preferencia



Fuente: Tabla n°18

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a una de las preguntas anteriores se conoció que 16 familias lojanas prefirieron enterarse del producto mediante la televisión, por lo que se puede constatar que el 50% de las familias prefieren enterarse a través del canal Ecotel, el 38% por UV Tv y el 5% por Canal sur. En conclusión, se determina que la mayor parte de familias que escogieron enterarse de la publicidad del producto por televisión prefieren que sea mediante el canal Ecotel, seguidamente por UV televisión y finalmente por canal Sur.

15. Si su respuesta fue la prensa ¿En qué diario le gustaría conocer sobre el producto?

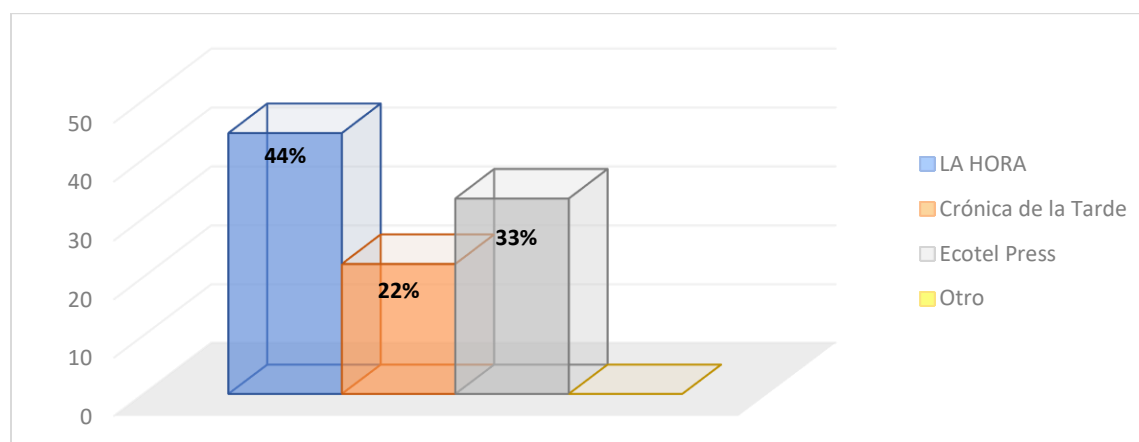
Tabla 19 Diario de preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LA HORA	4	44
Crónica de la Tarde	2	22
Ecotel Press	3	33
Otro	0	0
TOTAL	9	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 15 Diario de preferencia



Fuente: Tabla n° 19

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION

En base al resultado de las 9 familias de la ciudad de Loja contestaron que prefieren enterarse por la prensa, por lo que se puede constatar que el 44% de las familias prefieren enterarse por LA HORA, el 33% mediante Ecotel Press y el 22% la Crónica de la tarde Centinela. En conclusión, se determina que la mayor parte de las familias que contestaron que prefieren enterarse de la publicidad mediante la prensa desean que sea mediante LA HORA y Ecotel Press

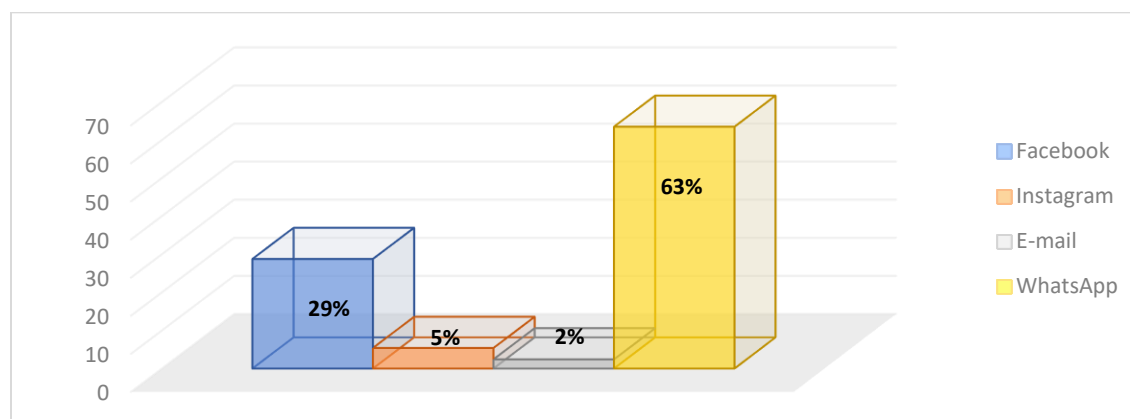
16. Si su respuesta fue redes sociales ¿En cuál de las siguientes le gustaría conocer sobre el producto?

Tabla 20 Red social de preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	48	29
Instagram	9	2
E-mail	4	5
WhatsApp	106	63
TOTAL	167	100

Fuente: Encuesta familias
Elaborado por: La autora

Gráfico 16 Red social de preferencia



Fuente: Tabla n° 20
Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION

En base al resultado obtenido en una de las preguntas, se conoce que 167 familias contestaron que prefieren que el medio de comunicación que se use para publicitar las gomitas sean las redes sociales, por lo que se puede observar que el 63% de las familias prefieren que se realice mediante WhatsApp, el 29% mediante Facebook, el 5% por Instagram y tan sólo un 2% mediante E-mail. Por lo que se concluye que la mayor parte de las familias que contestaron que prefieren enterarse de la publicidad mediante las redes sociales prefieren que sea a través de WhatsApp y Facebook.

17. Si su respuesta fue las hojas volantes ¿Cada que tiempo le gustaría que la microempresa entregue hojas volantes a la ciudadanía?

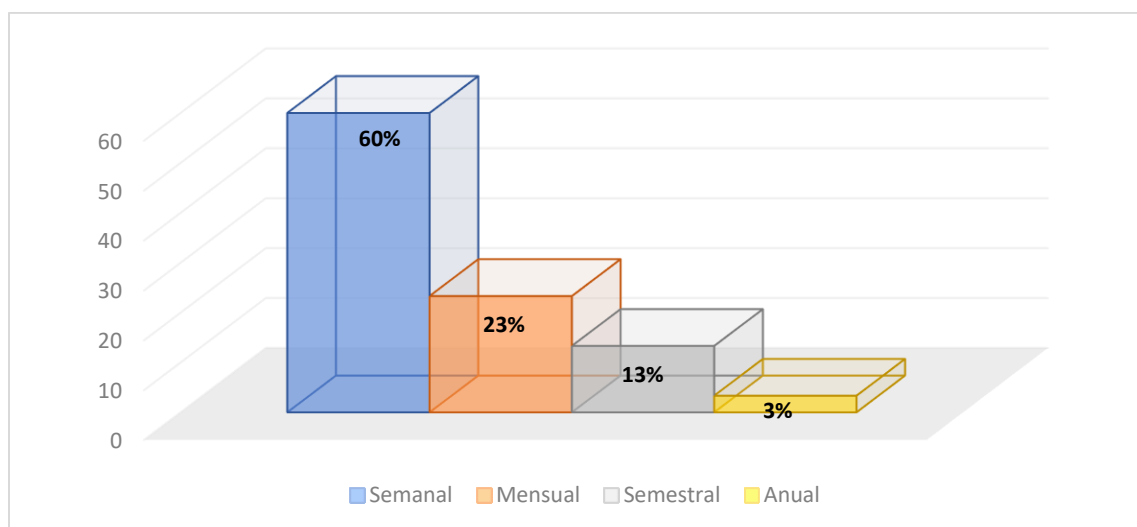
Tabla 21 Frecuencia de entrega de hojas volantes

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	18	60
Mensual	7	23
Semestral	4	13
Anual	1	3
TOTAL	30	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 17 Frecuencia de entrega de hojas volantes



Fuente: Tabla n° 21

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION

Con los resultados provenientes de las familias que prefirieron enterarse por hojas volantes se puede constatar que el 60% prefieren que la publicidad sea semanal, el 23% mensual, el 13% semestral y el 3% anual. En conclusión, se constata que las familias prefieren hojas volantes que sean repartidos mayoritariamente de manera semanal y mensual.

1.2. Entrevista aplicada a los intermediarios

1. ¿Conoce usted la existencia de microempresas productoras de algún derivado de la gelatina en la localidad?

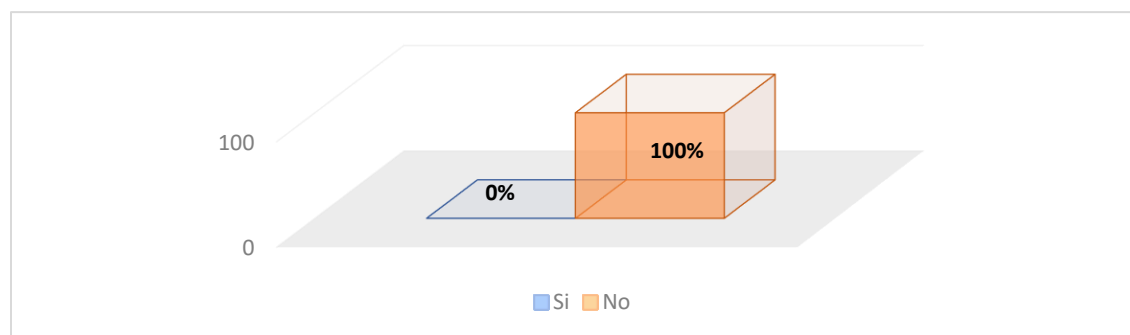
Tabla 22 Conoce microempresas locales productoras de derivados de gelatina

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0
No	9	100
TOTAL	9	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 18 Conoce microempresas locales productoras de derivados de gelatina



Fuente: Tabla n° 22

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION

Con las entrevistas aplicadas a los 9 micro mercados escogidos como tamaño de muestra de la ciudad de Loja, se puede observar que, el 0% manifestaron que si conocen la existencia de microempresas productoras de derivados de gelatina y el 100% responden que no conocen ninguna en la localidad.

Por lo tanto, se observa, que Loja es una ciudad bastante dedicada al comercio de bienes, pero en sí no a la producción, por lo que es un ítem muy importante que no existan industrias de confitería, lo que haría posible una excelente aceptación a microempresa de gomitas de gelatina.

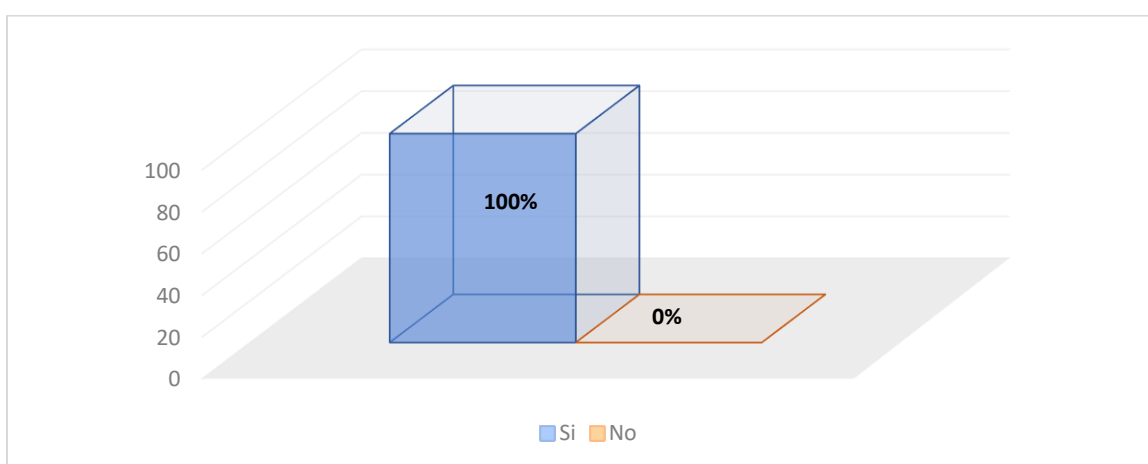
2. ¿Vende usted algún derivado de la gelatina?

Tabla 23 Vende derivados de gelatina en su local

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	100
No	0	0
TOTAL	9	100

Fuente: Encuesta familias
Elaborado por: La autora

Gráfico 19 Vende derivados de gelatina en su local



Fuente: Tabla n° 23
Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION

Mediante las entrevistas aplicadas a 9 negocios de la, ciudad de Loja, podemos constatar mediante sus respuestas que, el 100% de estos manifestaron que si venden algún derivado de gelatina y el 0% responden que no.

Debido a las diferentes respuestas otorgadas por los entrevistados se concluye, que todos ellos, venden diferentes derivados de gomitas de gelatina, por lo que esto representa, una gran oportunidad para expender los productos que va a elaborar la microempresa próxima a establecerse.

3. ¿Qué producto derivado de la gelatina tiene mayor demanda en su local comercial?

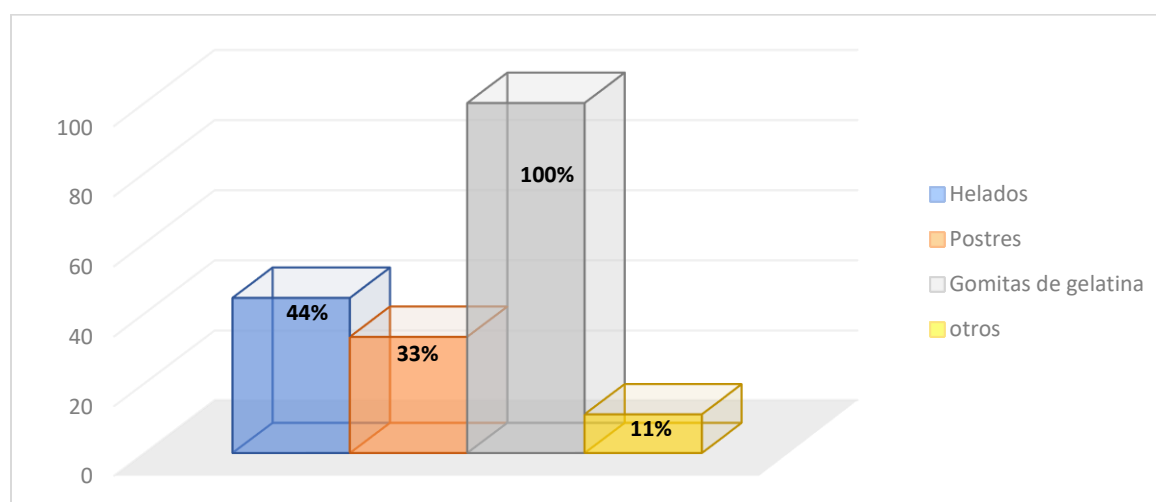
Tabla 24 Derivados de gelatina que vende con mayor demanda

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Helados	4	44
Postres	3	33
Gomitas de gelatina	9	100
Otros	1	11

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 20 Derivados de gelatina que vende con mayor demanda



Fuente: Tabla n° 24

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION

A través de las entrevistas aplicadas a los diferentes negocios de la localidad, podemos conocer que, del total de los entrevistados, los 9 manifestaron que las gomitas de gelatina tienen mayor demanda en su local, 4 de los entrevistados también respondieron que son los helados de gelatina los productos demandados, 3 personas de dichos negocios aseguraron que los postres de gelatina también son muy apetecibles para los clientes y uno solo de ellos respondió que, otros derivados de gelatina también son bastante demandados en su local.

4. ¿Cuántas bolsas de gomitas de gelatina (500g) vende usted semanalmente?

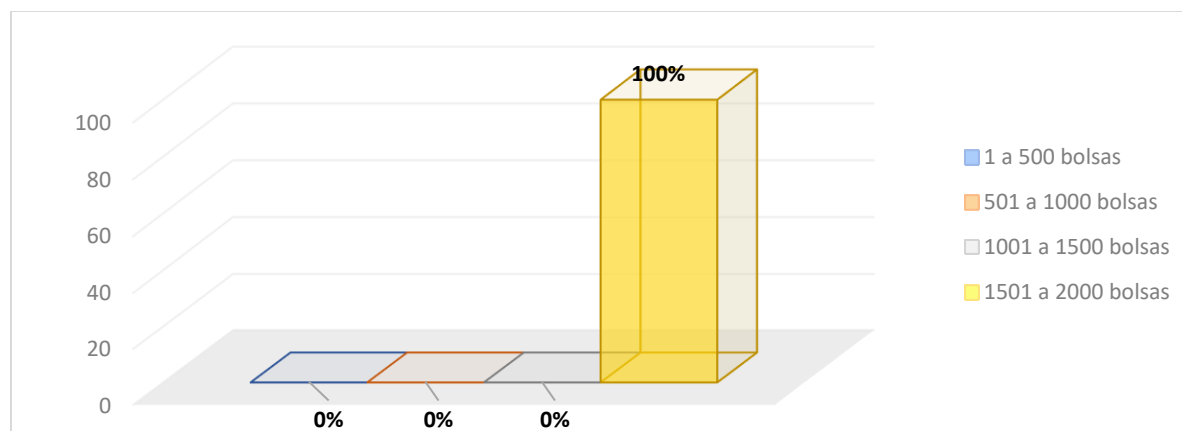
Tabla 25 Cantidad de bolsas (500g) de gomitas de gelatina que vende

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 500 bolsas	0	0
501 - 1000 bolsas	0	0
1001 - 1500bolsas	0	0
1501 - 2000 bolsas	9	0
TOTAL	9	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 21 Cantidad bolsas de gomitas de gelatina (50g) que vende



Fuente: Tabla n° 25

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION

Mediante las diferentes entrevistas aplicadas a los negocios, el 100% manifestaron que venden de 15001 a 2000 bolsas de 500g de gomitas semanalmente.

5. ¿Cuál es el porcentaje de venta bolsa de gomitas de gelatina (500g) en el año 2017 y 2018?

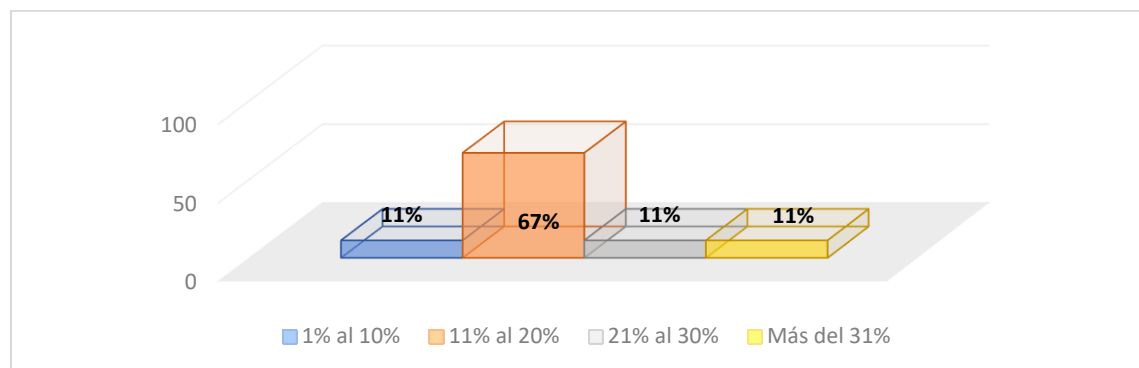
Tabla 26 Porcentaje de ventas del 2017

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1% al 10%	1	11
11% al 20%	6	67
21% al 30%	1	11
Más del 31%	1	11
TOTAL	9	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 22 Porcentaje de ventas al 2017



Fuente: Tabla n° 26

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION

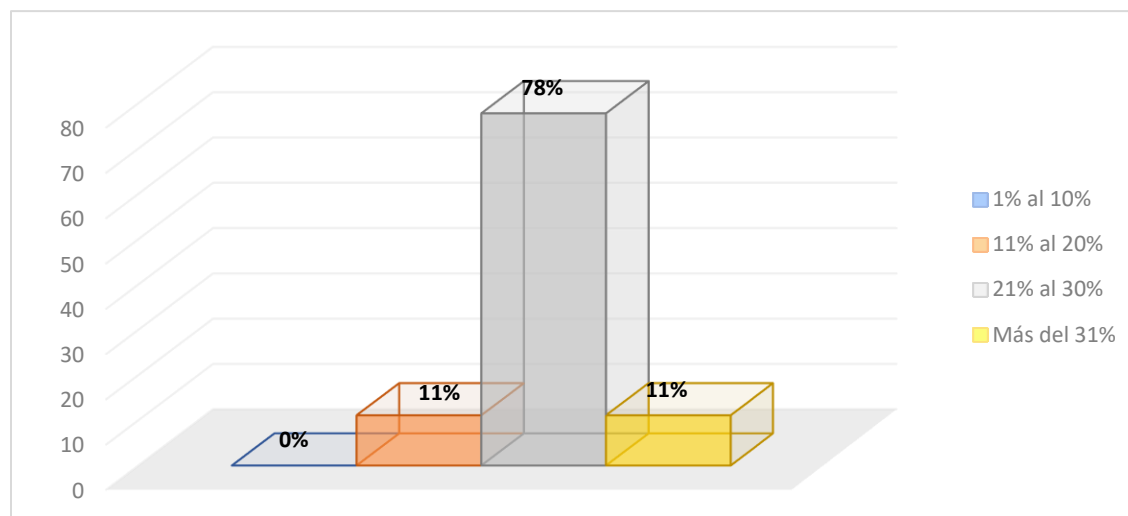
Mediante las entrevistas realizadas a los distintos negocios de la localidad, se conoció que, el 67% manifestaron que su porcentaje de ventas al año 2017 fue de 11% al 20%, el 11% respondieron que sus ventas se reflejaron del 1% al 10%, el 11% contestaron que en ese año sus ventas tuvieron un porcentaje de 21% al 30% y el restante del total que corresponde al 11% contestaron que sus ventas superaron en 31%.

Tabla 27 Porcentaje de ventas del 2018

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1% al 10%	0	0
11% al 20%	1	11
21% al 30%	7	78
Más del 31%	1	11
TOTAL	9	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 23 Porcentaje de ventas del 2018

Fuente: Tabla n° 27

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION

Mediante las entrevistas realizadas a los distintos negocios de la localidad, se conoció que para el año 2018 sus ventas aumentaron por lo que, el 78% manifestaron que su porcentaje fue de 21% a 30%, el 11% respondieron que sus ventas se reflejaron del 11% al 20%, el otro 11% también contestaron que en ese año sus ventas tuvieron un porcentaje de más de 31% y el 0% contestaron que sus ventas no estuvieron entre el 1% y 10%

6. ¿Cuál es el precio de la bolsa de gomitas de gelatina (500g) que vende en su negocio?

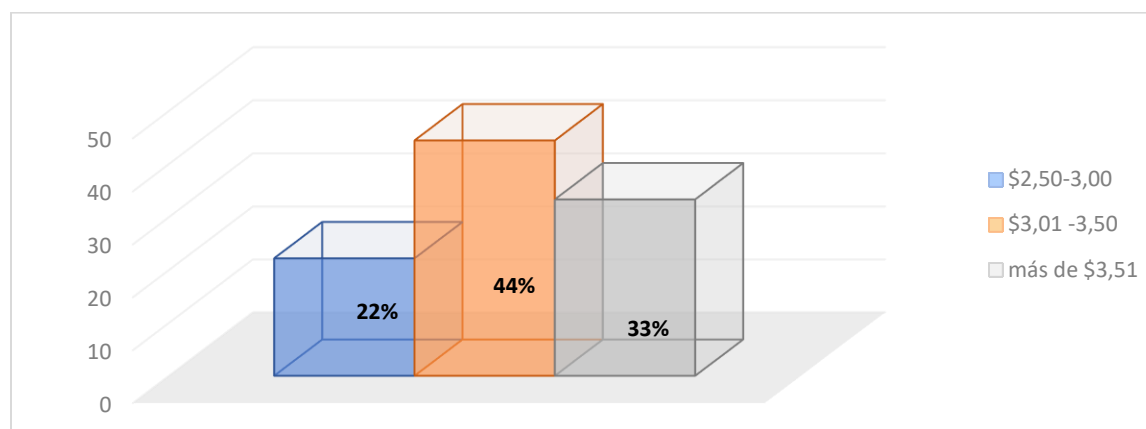
Tabla 28 Precio de bolsa (500g) de gomitas de gelatina

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$2,50-3,00	2	22
\$3,01 -3,50	4	44
más de \$3,51	3	33
TOTAL	9	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 24 Precio de la bolsa (500g) de gomitas de gelatina



Fuente: Tabla n° 28

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION

Con las entrevistas aplicadas a los negocios podemos conocer a través de sus gerentes y propietarios sobre las bolsas de gomitas de 500g que ellos comercializan, y se constató que, el 44% manifestaron que venden las bolsas de 500g en \$3,01 y \$3,50, el 33% en más de \$3.51, el 22% las comercializa en \$2,50 - \$3.00.

7. ¿En dónde adquiere usted la bolsa de gomitas de gelatina (500g) para ser comercializadas?

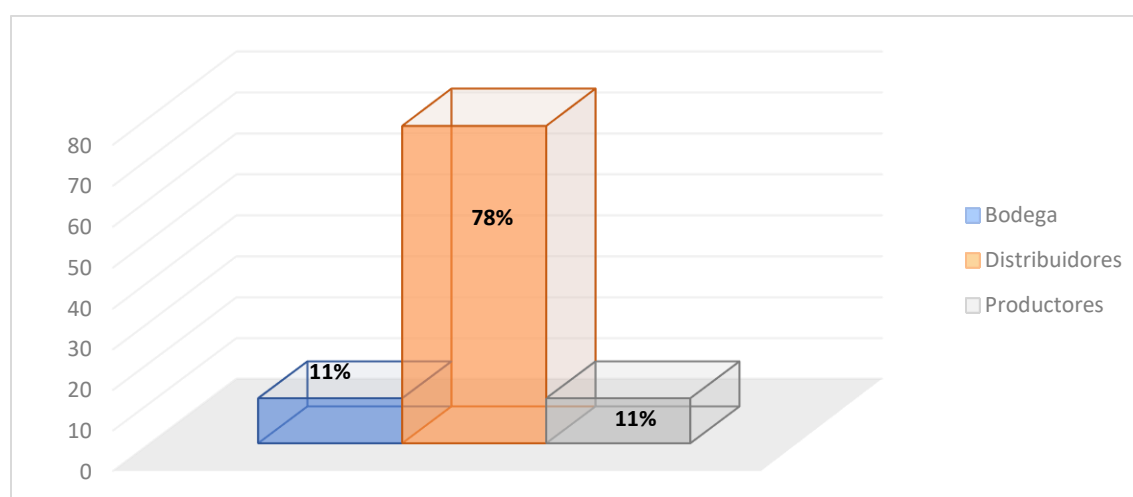
Tabla 29 Lugar de adquisición de las gomitas de gelatina.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bodega	1	11
Distribuidores	7	78
Productores	1	11
TOTAL	9	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 25 Lugar de adquisición de las gomitas de gelatina.



Fuente: Tabla n° 29

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION

Con las entrevistas aplicadas a los negocios, el 78% de estos manifestaron que adquieren sus productos para comercializar a través de distribuidores, el 11% los compran en bodegas y el 11% restantes en los de productores.

8. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted utiliza para dar a conocer los productos que ofrece en su negocio?

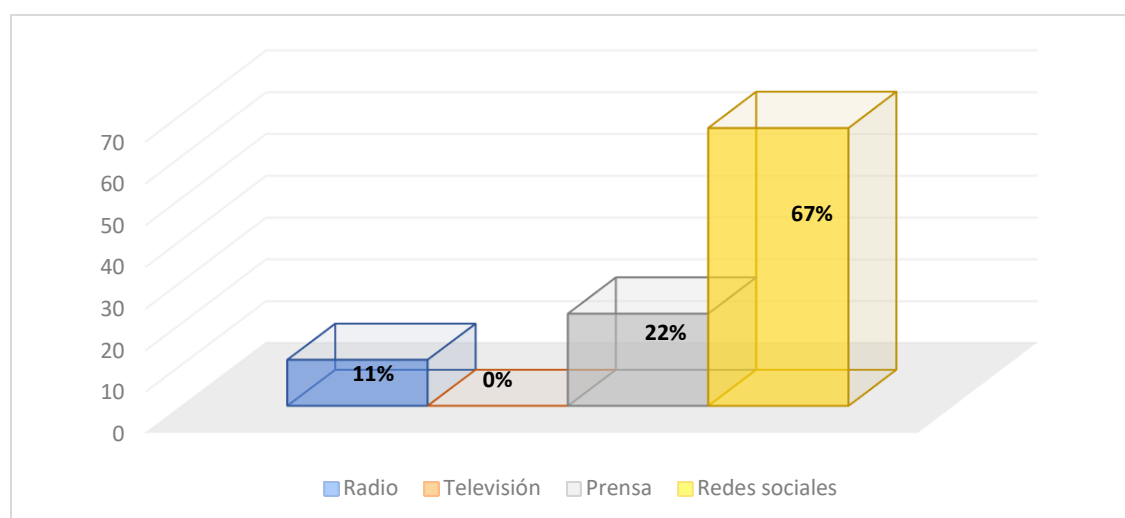
Tabla 30 Medios de comunicación para publicitar su negocio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	1	11
Televisión	0	0
Prensa	2	22
Redes sociales	6	67
TOTAL	9	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: La autora

Gráfico 26 Medios de comunicación para publicitar su negocio



Fuente: Tabla n° 30

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION

Mediante las diferentes entrevistas realizadas a los distintos negocios de la localidad, el 67% manifestaron que actualmente usan las redes sociales, el 22 % lo hacen mediante prensa, el 11% por la radio y el 0% usan la televisión. Por ende, se concluye que actualmente los diferentes negocios de la localidad hacen uso de las redes sociales para publicitar sus negocios y productos.

Capítulo 2

En el capítulo 2, se va a abordar todos los temas relacionados al estudio de mercado, para poder analizar cuál es la situación real a la que se va a enfrentar al microempresa, en esta sección se calcula la proyección de la población en familias, se analiza las demandas, como son la potencial, real y efectiva, se calcula el consumo per cápita, y se analiza y proyecta la oferta para poder determinar la demanda insatisfecha; además se elabora un plan de comercialización que contiene toda la información necesaria de las gomitas de gelatina, dicha información abarca en el producto: el envase, logotipo, slogan, etiqueta; el precio, la plaza con sus canales de distribución, y las promociones y publicidad a realizar.

2. Estudio de mercado

El estudio de mercado es un conjunto de pasos y acciones que se realizan para poder conocer cómo va a reaccionar o responder un mercado ante una idea de negocio a establecerse; en dicho proceso se estudia y realiza detenidamente un plan de comercialización que incluye el marketing mix que corresponde a las 4 P's básicas del mercado: producto, precio, plaza y promoción.

Para poder ejecutar dicho estudio, se usó varios métodos, y técnicas con la finalidad de recabar información veraz y precisa, para poder determinar la factibilidad de la idea de negocio descrita en el presente proyecto; por ende, toda esta información analizada y usada en el estudio de mercado permitirá continuar usándola en el estudio técnico.

2.1. Demandantes (mercado objetivo)

Los demandantes de gomitas de gelatina del presente proyecto de investigación, corresponden a las diferentes familias del área urbana de la ciudad de Loja, en base al último censo del INEC realizado en 2010, el cantón Loja, en su área urbana, las familias están compuestas por 4 miembros,

por lo que se conoce que a ese año existían 45154 familias; y con la proyección de la población a una tasa de 2.65% de crecimiento, al 2019 existen 57138 familias.

2.1.1. Proyección de la población

Para conocer la proyección de la población se aplica la siguiente fórmula

Simbología:

- φ **Px** = Población futura
- φ **Pb** = Población inicial al (2010) en el área urbana del cantón Loja → 45154
- φ **i** = Tasa de crecimiento anual es 2.65%
- φ **n** = Años de proyección, (2010-2019)
- φ **1** = constante numérica

Proyección al año 2019

$$Px = Pb(1 + i)^n$$

$$Px = 45154 \left(1 + \frac{2.65}{100}\right)^9$$

$$Px = 45154 (1 + 0.0265)^9$$

$$Px = 45154 (1.0265)^9$$

$$Px = 45154(1.26540802)$$

$$Px = 57139$$

Mediante la proyección de la población usando los datos obtenidos del INEC en el censo del año 2010, para el año 2019, podemos constatar que en área urbana del cantón Loja, existen un total de 57139 familias.

Para calcular la proyección de la población, según los años de vida útil de la microempresa, se aplicará la misma fórmula, elevando a la n, según los años que corresponden a los periodos de cálculo; por lo que la información de la proyección se detalla a continuación:

Tabla 31 Proyección de familias del 2019 - 2024

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACION
2019	2,65%	57139
2020	2,65%	58653
2021	2,65%	60207
2022	2,65%	61803
2023	2,65%	63441
2024	2,65%	65122

Fuente: INEC, PDOT Territorial del cantón Loja

Elaborado por: La autora

2.2. Análisis de la demanda

Este análisis permite conocer la situación real, de la demanda de gomitas de gelatina en el mercado lojano.

2.2.1. Demanda potencial

En base a la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja, en la pregunta n° 2 ¿Consume usted y su familia gelatina?, tomando en cuenta que conoce que en el primer año existen 57139 familias, de las cuales 93% de la población consumen gelatina, y el 7% manifestaron que no la consumen, por ende, se determina que la mayor parte del total de familias serán los futuros demandantes de las gomitas de gelatina.

Tabla 32 Demanda potencial

AÑO	POBLACIÓN TOTAL	DEMANDANTES POTENCIALES (93%)
0	57139	53139
1	58653	54547
2	60207	55993
3	61803	57477
4	63441	59000
5	65122	60563

Fuente: Tabla n° 31

Elaborado por: La autora

2.2.2. Demanda real

Para poder calcular la demanda real se procedió a calcular de la siguiente forma: multiplicando la demanda potencial que corresponde a las 57139 familias, por el porcentaje obtenido de las encuestas aplicada en la pregunta n° 4 ¿Consume usted y su familia gomitas de gelatina?, donde el 87% respondieron que sí consumen gomitas de gelatina, en la siguiente tabla detallada a continuación se detallan los datos:

Tabla 33 Demanda real

AÑO	POBLACIÓN TOTAL	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES (87%)
0	57139	53139	46231
1	58653	54547	47456
2	60207	55993	48714
3	61803	57477	50005
4	63441	59000	51330
5	65122	60563	52690

Fuente: Tabla n° 31 y 32

Elaboración: La autora

Calculando con el porcentaje del **87%** se obtiene como demandantes reales, el cálculo arroja que se cuenta con 46231 familias lojanas para el primer año, y así sucesivamente con los 5 años de vida útil del proyecto, por lo que al 5to año llegamos con una demanda real de 52690 familias.

2.2.3. Consumo per cápita

El consumo per cápita representa la cantidad de producto (gomitas de gelatina) que cada cliente consumirá de forma anual. Para determinar esta cantidad, se lo hizo mediante la pregunta n° 9 ¿Qué cantidad de cajas de gomitas de gelatina (500g)) ¿Consumiría usted y su familia semanalmente? Posteriormente, se aplicó una fórmula matemática con los resultados arrojados por la encuesta:

Fórmula para obtener el consumo per cápita anual:

$$\text{Consumo per cápita} = \mathbf{F} * \mathbf{C} \times \mathbf{V} \text{ (52 semanas)}$$

Donde:

- F = frecuencia
- C= cantidad
- V= 52 semanas del año

Tabla 34 Consumo per cápita de gomitas de gelatina

VARIABLE	CANTIDAD (C) X	FRECUENCIA (F)	VECES AL AÑO (V)	F*C	(F*C) *V
0 - 1 cajas	0,5	237	52	118,5	6162
2 - 3 cajas	2,5	3	52	7,5	390
4 -5 cajas	4,5	2	52	9	468
6- 7 cajas	6,5	1	52	6,5	338
TOTAL		243			7358

Fuente: Encuesta a las familias Tabla n° 13

Elaborado por: La autora

Con el cálculo matemático se obtuvieron los siguientes valores; por lo que el consumo anual de gomitas de gelatina corresponde a 7358; posteriormente para obtener el CPA de las diferentes familias, se divide las 7358 cajas de gomitas para las 243 familias que respondieron que sí consumen dicho producto; y obtuvo un resultado de 30 cajas de gomitas de gelatina cada año por familia.

En base a esto se concluye, sobre el consumo per cápita anual de las familias, que tenemos resultados positivos para la microempresa a constituirse.

Fórmula de cálculo de consumo per cápita anual de las familias

En donde:

$$\dot{x} = \frac{\text{CPA}}{\text{n}^\circ \text{ encuestados}}$$

$$\dot{x} = \frac{7358}{243}$$

$$\dot{x} = \mathbf{30.28}$$

→ **30** cajas de gomitas de gelatina anuales

El consumo promedio anual (CPA) de gomitas de gelatina de las familias lojanas se calcula realizando una sumatoria del total de veces anual y dividirlo para el número de encuestados, dándonos un total de consumo de 1 caja por semana.

$$\text{CPA} = \text{Veces anual} / 52 \text{ semanas}$$

$$\text{CPA} = 30 / 52 \text{ semanas} \rightarrow 0.58 - 1 \text{ caja por semana}$$

2.2.4. Demanda efectiva

Una vez que se ha calculado la demanda real y el CPA se debe conocer la demanda efectiva, para lo cual usaremos los datos en porcentajes obtenidos en la aplicación de la encuesta a las familias, en la pregunta n°8 Si se instalaría en la ciudad de Loja una microempresa de producción y comercialización de cajas de gomitas de gelatina (500g) ¿Estaría dispuesto a consumir nuestro producto usted y su familia?; para el cálculo de la demanda efectiva, se toma en cuenta la población total y se obtiene el 63% de esta, (dicho porcentaje corresponde a las personas que respondieron en la encuesta que sí consumirían el producto de la microempresa a establecerse) para conocer la cantidad de familias que van a consumir el producto; por lo que para el año 0 tenemos 35998 y

para el año 5 contamos con 41027; la información detallada se la puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 35 Demanda efectiva

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	DEMANDANTES EFECTIVOS (63%)
0	57139	35998
1	58653	36952
2	60207	37931
3	61803	38936
4	63441	39968
5	65122	41027

Fuente: Encuesta a las familias Tablas n° 12 y 33

Elaborado por: La autora

2.3. Resumen de las demandas

Tabla 36 Resumen de las demandas

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	DEM. POTENCIAL	DEMANDA REAL	DEM EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA PROYECTADA
2019	57139	53139	46231	35997	30	1.079.910
2020	58653	54547	47456	36951	30	1.108.530
2021	60207	55993	48713	37930	30	1.137.900
2022	61803	57476	50004	38936	30	1.168.080
2023	63440	58999	51330	39967	30	1.199.010
2024	65121	60563	52690	41027	30	1.230.810
TOTAL	366363	340717	296424	230808	30	6.924.240

Fuente: Tablas n° 31, 32, 33,34 y 35

Elaborado por: La autora

2.4. Análisis de la oferta

La oferta hace referencia a la cantidad de bienes y servicios, que los productores o vendedores ofertan en un mercado a un precio establecido, en el presente proyecto la oferta está representada por las gomitas de gelatina que se desea vender a las diferentes familias lojanas.

El promedio de ventas de gomitas de gelatina de los competidores, corresponde a las bolsas de gomitas semanales que ofertan en el mercado, y que por ende las familias consumen, para calcular

la oferta se toma en cuenta la cantidad y la frecuencia con la que los intermediarios venden las bolsas un periodo de 52 semanas(un año); una vez realizada las operaciones de frecuencia * cantidad y el resultado dividido para las 52 semanas que tiene el año, tenemos como resultado que las familias consumen 637234 bolsas de gomitas de gelatina anualmente.;

Tabla 37 Oferta

VARIABLE	CANTIDAD (C) X	FRECUENCIA (F)	VECES AL AÑO (V)	F*C	(F*C) *V
1 a 500 bolsas	250,5	1	52	250,5	13.026
501 a 1000 bolsas	750,5	1	52	750,5	39.026
1001 a 1500 bolsas	1250,5	2	52	2501	130.052
1501 a 2000 bolsas	1750,5	5	52	8752,5	455.130
TOTAL		9			637.234

Fuente: Encuesta a las familias Tablas n° 27

Elaborado por: La autora

2.5. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se tomó en cuenta la pregunta n° 5 ¿Cuál es el porcentaje de venta bolsa de gomitas de gelatina (500g) en el año 2017 y 2018?, que estaba dirigida a los intermediarios , para a través de los resultados obtenidos sacar un promedio de ventas que dio como resultado 4%, y de tal manera poder proyectar la oferta durante los 5 años de vida de la microempresa.

Para la proyección se tomó como año cero las 637234 bolsas de gomitas de gelatina que venden anualmente las empresas, y se procedió a calcular el 4% y a realizar el aumento, y así sucesivamente para los siguientes cinco años, en la tabla que se encuentra en la parte inferior se detalla toda la información.

Tabla 38 Proyección de la oferta

AÑOS	4,00%
0	637.234
1	662.723
2	689.232
3	716.802
4	745.474
5	775.293
TOTAL	4.226.757

Fuente: Encuesta a las familias Tabla n°37

Elaborado por: La autora

2.6. Demanda insatisfecha

En el análisis de la demanda insatisfecha, es necesario conocer si este tipo de demanda existe en el mercado, para su cálculo, se procedió a calcular diferencia entre la oferta y la demanda, que fueron se proyectaron para los 5 años de vida útil del proyecto, y se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 39 Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
0	1.079.910	637.234	442.676
1	1.108.530	662.723	445.807
2	1.137.900	689.232	448.668
3	1.168.080	716.802	451.278
4	1.199.010	745.474	453.536
5	1.230.810	775.293	455.517

Fuente: Tablas n°37 y 39

Elaborado por: La autora

2.7. Plan de comercialización

El plan de comercialización de un producto es muy importante, ya que este es el que nos permitirá dar a conocer el producto que la microempresa está ofertando y lograr persuadir para que la gente compre.; en el presente proyecto la microempresa a constituirse, está ofertando gomitas de gelatina para la ciudad de Loja; dentro del plan de comercialización se toma en cuenta el producto, precio, plaza, y promoción.

2.7.1. Producto

El producto que la microempresa a establecerse ofrecerá son gomitas, hechas a base de gelatina de sabores, jarabe de maíz, gretina, y lo más importante es que no tienen químicos preservantes, que causas perjuicios a la salud por su excesivo consumo.

2.7.1.1. Envase:

“Es la estructura rígida o semirrígida que sirve para contener un producto y que se encuentra en contacto directo con el producto” (Corradine, 2014)

El envase que tendrá el producto es un contenedor desechable rectangular transparente, como el que se muestra en la ilustración de la parte inferior:

Ilustración 6 Envase del producto



Fuente: Distribuidora de plásticos Karlita
Elaborado por: La autora

2.7.1.2. Logotipo

El logotipo de un producto, está conformado por diferentes letras y/ o símbolos que representan e identifican en sí a la marca de la empresa o al producto, esto permite distinguirse de las otras marcas y productos similares; la caja de gomitas de gelatina tendrá el siguiente logotipo:

Ilustración 7 Logotipo de la empresa de gomitas de gelatina



Elaborado por: La autora

2.7.1.3. Slogan

El slogan representa a un conjunto de palabras, o una frase que expresa el valor de tu producto y lo que le quieres transmitir al cliente a través del consumo de dicho producto; el slogan de las gomitas de gelatina se lo muestra en la siguiente ilustración:

"UN BOCADITO DE FELICIDAD"

Elaborado por: La autora

2.7.1.4. Etiqueta

La etiqueta de un producto, permite describirlo, identificarlo y diferenciarlo de los otros productos, dicha etiqueta debe cumplir con las normativa y legislación del país en el que va a ser producido y comercializado. (Thompson I. , 2009)

La etiqueta de las gomitas de gelatina, contiene el logotipo, el semáforo de los alimentos, la tabla de valor nutricional, el respectivo código de barras, el sello de hecho en Ecuador y la dirección y teléfonos de la microempresa; tal como se lo muestra en la siguiente ilustración:

Ilustración 8 Etiqueta del Gummy Shop

¡Mucho mejor!
si es hecho en ECUADOR

MEDIO en AZÚCAR
MEDIO en GRASA
BAJO en SAL

GUMMY SHOP

¡¡UN BOCADITO DE FELICIDAD!!

Peso neto: 500gr

Información Nutricional

Porción: 2 gomitas (10 g)		Porciones por envase: 15	
Cantidades por porción		% Valor Diario*	
10 kcal (42 kJ)			
Energía	10 kcal (42 kJ)		
Grasa de la Grasa			
Grasa total	0 g		**
Grasa saturada	0 g	0%	
Grasa monoinsaturada	0 g	0%	
Grasa poliinsaturada	0 g	0%	
Colessterol	0 mg	0%	
Hidratos de carbono			
Hidratos de carbono	7 g	3%	
Azúcares	0 g	**	
Fibra	5 g	0%	
Sodio	8 mg	1%	
Potasio	0 mg	0%	
Proteína	0 mg	0%	
Fructooligosacáridos (múltiples) (de alta digestibilidad)	5 g	**	

*Valores diarios porcentuales basados en una dieta de 6400 kJ (2000 kcal) según FDA. **Valor diario no establecido.

Otros ingredientes: Maltitol (edulcorante), Agua purificada (hidratante), Isomalta (edulcorante), Pectina cítrica (E 440) (aglomerante), Ácido cítrico (E 330) (regulador de acidez), Jugo de Uva (colorante), Citrato de sodio (regulador de acidez), Ácido adipico (acidulante), Saborizantes naturales a frutas (aromatizante), extracto de canchero negro y betacaroteno (colorante). **Alérgenos:** hecho en una planta que fabrica productos de soya.

Dirección: Av los Paltas y av Benjamin Carrión. Telf 0959494988. Loja- Ecuador

Elaborado por: La autora

2.7.2. Precio

El precio de un producto es el valor monetario, que el demandante debe pagar al vendedor para poder adquirir el producto, y lograr todos los beneficios que el vendedor ofrece brindar a través de la marca y slogan que tiene dicho producto.

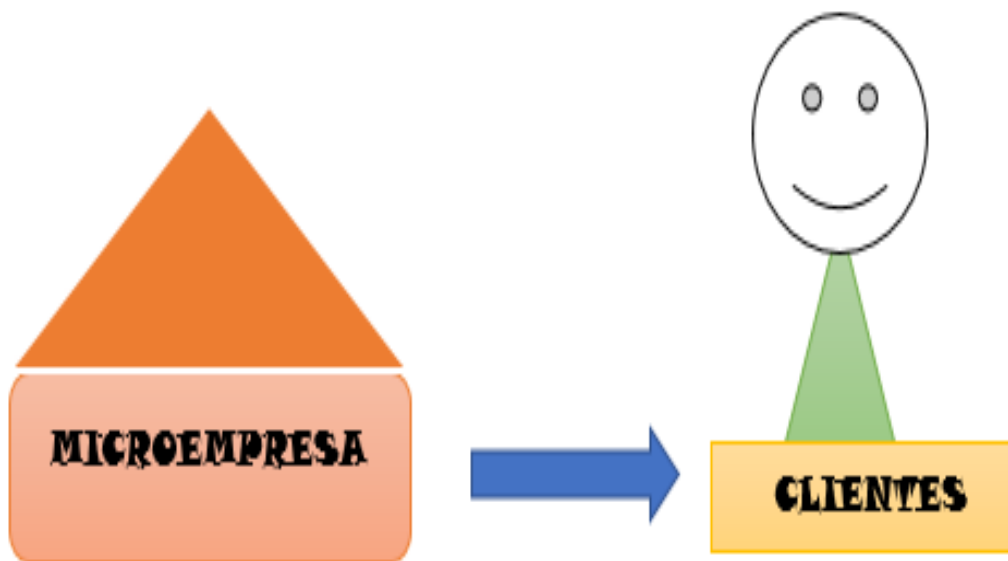
El precio que se establecerá para el producto será calculado en base a los costos de producción, a la utilidad que se quiere obtener del producto y sobre todo en base a la competencia, para no encontrarse en desventaja y lograr ofertar a la ciudadanía lojana, una opción deliciosa y saludable, con precios al alcance de toda la ciudadanía.

Para lo cual se ha realizado los siguientes cálculos: una vez obtenido el costo unitario del producto de cada año, se le ha asignado un margen de utilidad año tras año, con la finalidad de obtener un precio de venta al público (PVP) adecuado, y que proporcione ganancias a la microempresa, el margen de utilidad se lo colocó en base al costo unitario para lograr que el precio se mantenga año a año, con la finalidad de que pueda competir con los productos similares que están en el mercado, la caja de gomitas de gelatina de 500gr (50 unidades) se venderá desde el primer hasta el quinto año a \$1,00.

2.7.3. Plaza

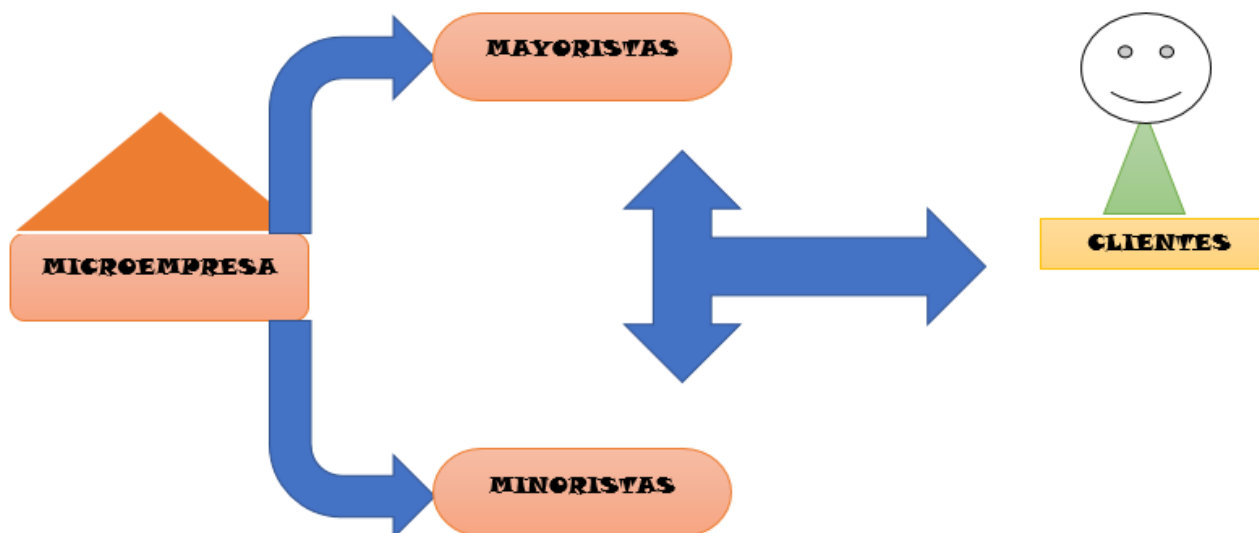
Como plaza se conoce al lugar en donde se van a expender los productos y los intermediarios que van a estar involucrados; por lo que podemos observar en las siguientes ilustraciones detalladas, como se va a manejar la microempresa en cuanto a la comercialización y distribución de las cajas de gomitas de gelatina.

Ilustración 9 Canal directo de distribución



Elaborado por: La autora

Ilustración 10 Canal indirecto de distribución



Elaborado por: La autora

2.7.4. Promoción y publicidad

2.7.4.1. Promociones

La promoción son un conjunto de técnicas integradas en el plan de marketing, que tienen la finalidad de ofertar y promocionar los productos, con un incentivo para que compren el producto.

- Descuentos por volúmenes de compra, esta promoción consiste en vender temporalmente a un precio inferior al normal, por volumen de ventas se otorga “descuento del 5%”.
- En épocas de fiestas especiales como el día del niño, día de la madre, y navidad se dará mayor contenido de producto por el mismo precio, vendiendo en un envase de mayor tamaño y contenido, al mismo precio del producto normal (“Un tanto% más, gratis”), es decir empacar cajas de 600gr (100 gr más de la caja normal de 500 gr de gomitas de gelatina).
- Promoción por la compra de 2 cajas de gomitas de gelatina recibe la tercera a mitad de precio.

2.7.4.2. Publicidad

La publicidad es un medio de comunicación que permite, anunciar y dar a conocer un producto a la población y target que está dirigido dicho producto, a través de esta se logra transmitir los beneficios o cualidad del producto; los medios de comunicación que se emplearán, serán aquellos que se pudo recabar mediante las encuestas aplicadas, dichos medios son: redes sociales, hojas volantes, radio, prensa y tv, fueron los diferentes medios que la ciudadanía, eligió, sin embargo se han tomado encuentra los 3 más votados para la publicidad de la empresa que son:

- **Redes sociales:** Se publicitará el producto vía internet y plataformas de redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram), en las que se pagará \$5 cada quince días de forma intercalada en Facebook e Instagram, por ende, mensualmente representa un gasto de \$10, y anualmente \$120. Y en WhatsApp se realizarán envíos de mensajes masivos semanalmente, que no tiene ningún costo adicional, debido a que la plataforma de mensajería instantánea no realiza cobros por este tipo de actividad.
- **Hojas volantes:** Se elaborará hojas volantes para repartirlos de forma semanal al menos 100 hojas volantes por semana para lo cual se destinará \$13 para la impresión de forma anual.
- **Emisoras:** En la radio se pasará publicidad sobre las gomitas de gelatina dos veces alternando los meses, por un costo de \$5 el total de las dos publicidades, lo que representa \$30 por 6 meses en el año.
- En la **prensa escrita** también se publicitarán las gomitas de gelatina, de forma gratuita, una vez al mes por un año, debido a un convenio que se realiza con Ecotel Press, ya que dicho diario brinda apoyo a los emprendedores de la ciudad, por lo que añade publicidades gratuitas, en su diario que se expende de forma semanal.

Tabla 40 Presupuesto de plan de comercialización 1er año

DETALLE	PRECIO ANUAL
Envase producto y etiqueta (0.10 c/u)	\$32.760
Materia prima producto	\$7.587,50
Publicidad redes sociales	\$120
Publicidad hojas volantes	\$13
Publicidad emisoras	\$30
Publicidad prensa escrita	\$0
TOTAL	\$40.510,50

Fuente: Facebook, WhatsApp, Instagram, Ecotel Press, Gráfica Santiago

Elaborado por: La autora

Capítulo 3

En el presente capítulo se van a abarcar temas como: el estudio técnico en el que está inmiscuido el tamaño del proyecto, la capacidad instalada y la utilizada, la participación de las gomitas de gelatina en el mercado; la localización, que será macro (en cuanto al lugar ciudad y país en forma macro) y micro (en una determinada dirección dentro de la ciudad).

También se realizará la ingeniería del proyecto que permitirá enumerar y determinar toda la maquinaria y equipos necesarios para poner en funcionamiento la microempresa, al igual que se detallarán los procesos de producción, así como la distribución de la planta.

3. Estudio técnico

Para este estudio técnico se requiere toda la información de las cosas necesarias para poder cuantificar el monto de la futura inversión que se va a realizar y poder determinar todos los costos de operación, para desarrollar todas las actividades del proyecto de forma eficaz y eficiente.

3.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto hace relación con la capacidad de producción que tendrá la microempresa durante un periodo de tiempo determinado en sus 5 años de funcionamiento.

3.1.1. Tamaño de la planta

Para poder determinar el tamaño de la planta de la microempresa productora de gomitas, se debe considerar la demanda insatisfecha, capacidad instalada y la utilizada, materia prima, tecnología, mano de obra, etc.

3.1.2. Capacidad instalada

Esta capacidad está determinada por el rendimiento o producción máxima (100%) que puede alcanzar la tecnología y maquinaria en un tiempo determinado.

En el presente proyecto se ha establecido que la capacidad máxima de producción es de 210 cajas de 500gr (50 unidades) en una hora (60min) ; por ende en las 8 horas diarias que se trabajan según el código de trabajo, en el día se producen 1680 cajas diarias; anualmente se trabajan 260 días laborables de lunes a viernes, y se producen un total de 436800cajas.

Corresponde el 100% de la maquinaria

- **Producción maquinaria:** 210 cajas → 500gr por 1 hora
- **Horas laborables:** 8 horas de lunes a viernes
- **Producción diaria:** 1680 cajas (210* 8 h)
- **Días laborables:** 260 días (5 días *52 semanas)
- **Producción Anual:**436800cajas (1680*260 días)

Tabla 41 Capacidad Instalada

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN
1	445.807	436.800
2	448.668	436.800
3	451.278	436.800
4	453.536	436.800
5	455.517	436.800

Fuente: Tabla n°39

Elaborado por: La autora

3.1.3. Capacidad utilizada

La capacidad utilizada desde el primer año será un 70%; posteriormente irá con un incremento del 5% cada año; y para el quinto año se alcanzará al 95% de su capacidad instalada.

En base a los datos antes mencionados, se procede a calcular la capacidad utilizada de la siguiente forma: la capacidad instalada de la maquinaria es producir 436800 cajas de gomitas, por lo que para determinar cada año toma el valor de la capacidad instalada y se calcula el porcentaje

que corresponde, en el primer año funcionara al 70% de su capacidad que corresponde a 305760 cajas de gomitas ; para segundo año del mismo valor de la capacidad instalada se vuelve a calcular el 75% y obtenemos que la capacidad utilizada en ese año es de 327600; en el tercer año la capacidad aumenta a 80% y corresponde a 349 440 cajas; en el cuarto año la producción alcanzara el 85% por lo que se llegaran a producir 371280 cajas de gomitas de gelatina y para el último año la maquinaria debido a que son nuevas no van a dar problemas por lo que van a alcanzar su producción total del 90% de la capacidad instalada que corresponde a 393120 cajas de gomitas de gelatina de 500gr (50 unidades)

Tabla 42 Capacidad utilizada

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
1	436.800	70	305.760
2	436.800	75	327.600
3	436.800	80	349.440
4	436.800	85	371.280
5	436.800	90	393.120

Fuente: Tablas n°40

Elaborado por: La autora

3.1.4. Participación del mercado

La participación del mercado de un producto determinado es el porcentaje de ventas que la microempresa va a tener de ese producto frente a la demanda insatisfecha; dicha participación se puede calcular de forma anual, semestral, trimestral o mensual.

En la microempresa productora de gomitas se ha realizado el cálculo de forma anual durante los 5 años de vida del proyecto; para determinar dichos porcentajes se realiza los siguientes cálculos para cada año:

$$\% \textit{participación del mercado} = \frac{(\text{capacidad utilizada} * 100)}{\frac{\text{Demanda insatisfecha}}{100}}$$

$$\% \textit{participación del mercado} (A1) = \frac{(305760 * 100)}{\frac{445807}{100}} = 69\%$$

Dichos resultados nos muestran que, para el primer año haciendo uso de tan solo el 70% de la capacidad instalada se va a participar del mercado con 69% de la demanda insatisfecha, el cálculo de los siguientes años es igual a la formula antes aplicada y se puede constatar, que si se hace uso del 90% de la capacidad instalada se va a participar con el 86% dentro del mercado de gomitas de gelatina insatisfecho; en la siguiente tabla se puede apreciar todos los datos aquí descritos:

Tabla 43 Participación del mercado

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
1	445.807	305.760	69%
2	448.668	327.600	73%
3	451.278	349.440	77%
4	453.536	371.280	82%
5	455.517	393.120	86%

Fuente: Tablas n°39 y 41

Elaborado por: La autora

3.2. Localización de la planta

Es el lugar de óptimas condiciones donde se va a localizar la microempresa de producción de gomitas de gelatina, tomando en cuenta todos los factores necesarios para adecuarlo y situarlo en un lugar que provea beneficios aumente la rentabilidad, disminuya costos por los diferentes factores como la mano de obra, materia prima, transporte, servicios básicos.

3.2.1. Macrolocalización

Esta representa al lugar general más ventajosa donde se ubicará la microempresa; de tal manera que cubra las exigencias que ayuden a disminuir los costos de inversión; por lo cual la microempresa productora de gomitas de gelatina se la ubicará en el cantón Loja.

Ilustración 11 Macrolocalización del proyecto



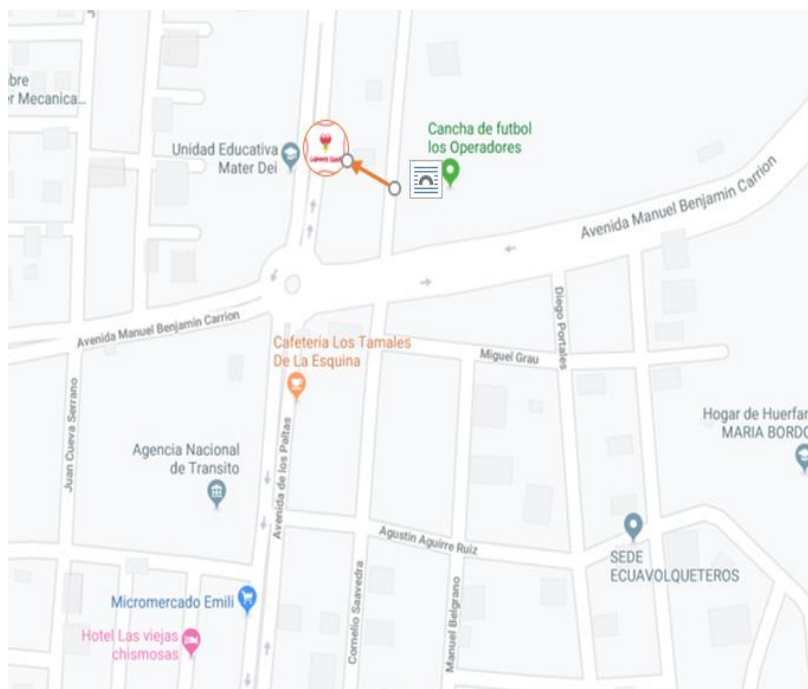
Fuente: Merchán Valarezo, Y. V. (2017). *Mapa de Loja Ecuador*. Obtenido de https://www.educaplay.com/en/learningresources/1195471/print/mapa_de_loja_ecuador.htm

3.2.2. Microlocalización

Cuando se refiere a microlocalización podemos decir que es la ubicación específica, dentro de una zona macro de mayor alcance, en donde se situará definitivamente la microempresa de producción

de gomas de gelatina; que se ubicará en la av. Benjamín Carrión y av. Los Paltas a pocos metros de la ANT y del establecimiento educativo Mater Dei; debido a que como se trata de una microempresa, que no es muy grande en extensión ni contamina al medio ambiente y adicional a ello se puede acotar que en este sector se posee una planta adecuada para la localización de dicha microempresa y así evitar que en el presupuesto financiero se tengan que cargar los diferentes rubros por pago de alquiler para el funcionamiento de dicha microempresa, en el parque industrial (debido a que según una ordenanza del municipio de Loja se establece que todas las industrias deben estar situadas en dicho lugar para evitar contaminación de la ciudad) para el funcionamiento de la microempresa.

Ilustración 12 Microlocalización del proyecto



Fuente: Google Maps. (s.f.). Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Loja/@-4.0206979,-79.2164367,17.96z/data=!4m5!3m4!1s0x91cb33906e3b0243:0x3d7461d0415e320!8m2!3d-3.8779213!4d-79.2451149>

3.3. Ingeniería del proyecto

En esta etapa del proyecto es en la que se detallan todos los recursos necesarios para la completa y definitiva ejecución del proyecto y comenzar la producción de la microempresa; en dicha etapa

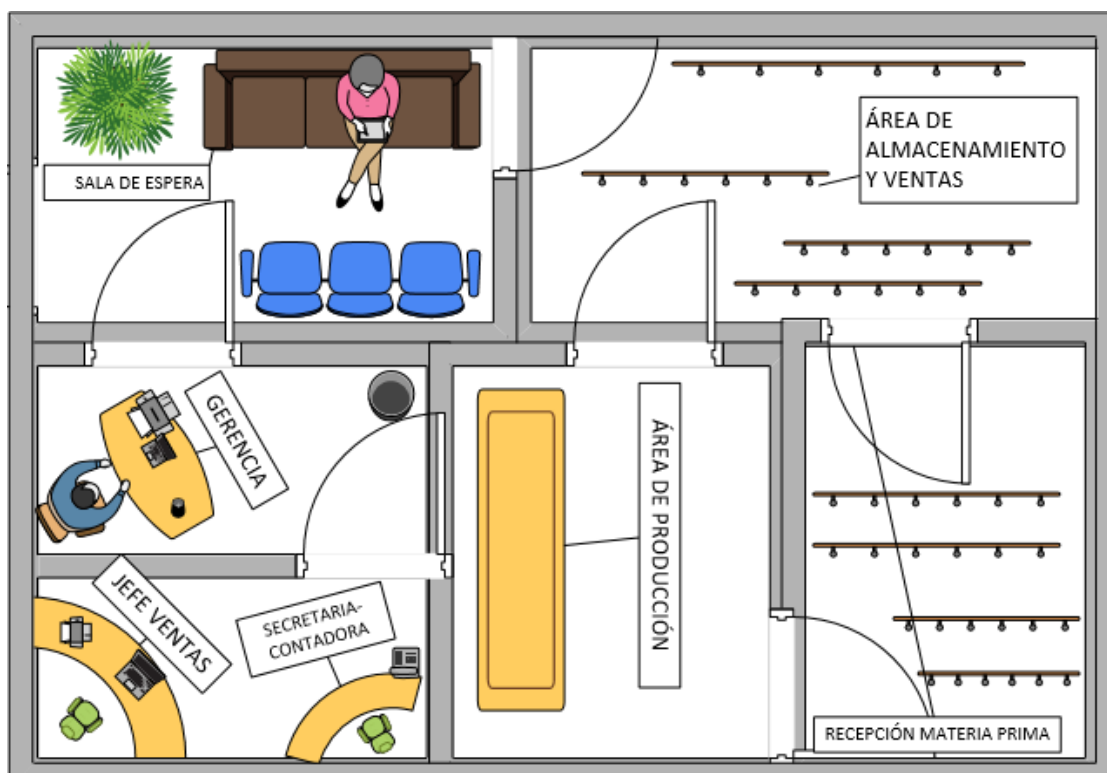
debe estar considerara toda la maquinaria y los equipos, insumos, mano de obra, materia prima, herramientas y todos aquellos rubros que forman parte necesaria para el completo y correcto funcionamiento de la microempresa.

3.3.1. Distribución de la planta

La distribución de la planta consiste en la asignación y distribución de los puestos de trabajo, departamentos, cocina, oficinas, planta de producción y el área de almacenamiento; dicha distribución debe estar realizada de forma óptima con la finalidad de poder trabajar y producir las gomitas de gelatina de forma eficaz y eficiente.

La microempresa de producción de gomitas de gelatina se ubicará en la av. Los Paltas y av. Benjamín Carrión en una infraestructura propia para evitar realizar pagos por arriendo, y así poder minimizar en cierta medida los gastos, para el funcionamiento de dicha microempresa.

Ilustración 13 Distribución de la planta



Elaborado por: La autora

3.3.2. Descripción de la distribución de planta área de producción

El área de producción va a estar distribuido de la siguiente manera: al entrar al área de producción encontramos a mano izquierda, el área donde se encuentran los útiles de aseo y las dos cestas de basura orgánica e inorgánica, seguido de ello se encuentra el área de colocación de la indumentaria del personal en donde se encuentran colgados los gorros de cocina, guantes, mascarillas, y delantales de los tres trabajadores de esta área, de igual manera al costado izquierdo de la planta se encuentran ubicadas las tres cocinas en forma de L invertida; en la parte del frente y a mano derecha (ubicándose desde la puerta de entrada), encontramos sobre el mesón las tres batidoras, donde se hará la mezcla de todos los ingredientes de las gomitas de gelatina; en la parte derecha tenemos el área de lavado donde se encuentran las respectivas esponjas, jabón y toalla, que servirán para que el personal mantenga todas las normas de higiene que el trabajo requiere, y que todos los utensilios sean lavados y desinfectados adecuadamente antes y después de cada lote de producción. Al costado derecho del área de lavado se encuentra ubicado el área de los utensilios necesarios para la preparación del producto por lo que se puede observar en la siguiente ilustración que están ubicadas las pailas, ollas y cucharas de palo; en la parte central de la planta se encuentran ubicadas las 3 mesas rectangulares de acero inoxidable para el área de secado y desmoldamiento, las dos primeras mesas que están juntas son las que sirven para el secado de la gomita por el tiempo necesario, y la tercera mesa en cambio es en la que se va a realizar el Desmoldamiento y última parte donde se deja secar un poco más fuera del molde para su posterior envase y venta al público y por último en la esquina del lado derecho de la puerta de entrada se encuentra el área de envasado, y etiquetado del producto, con las respectivas balanzas electrónicas, los envases ,etiquetas y grapas para sellar el producto final.

3.3.2.1. Distribución de la planta área de producción

Ilustración 14 Distribución del área de producción



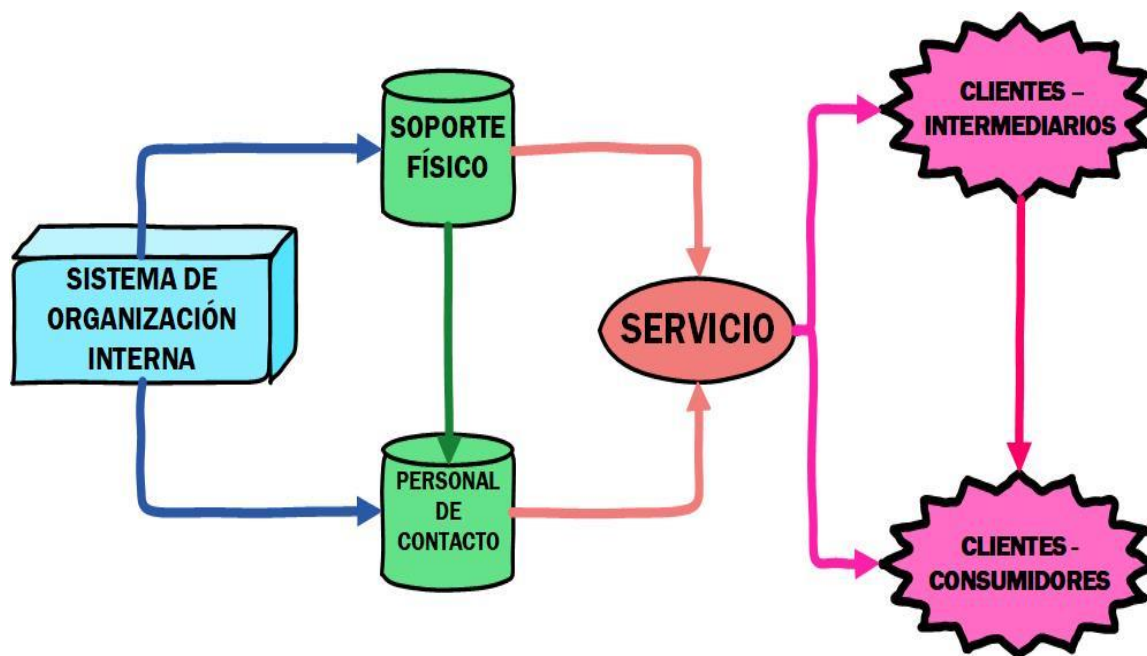
Elaborado por: La autora

3.3.3. Estrategias de Servucción (estrategias de servicio + producción)

El término Servucción se utiliza para nombrar a un sistema de estrategias y la organización eficaz de los elementos físicos en relación con la empresa-cliente, que permitan que la producción y el servicio a los clientes-consumidores alcance un alto nivel de calidad; dentro de este sistema el cliente forma parte importante y esencial ya que se conoce como alto nivel de calidad a la satisfacción que el consumo y servicio del producto genera en el cliente.

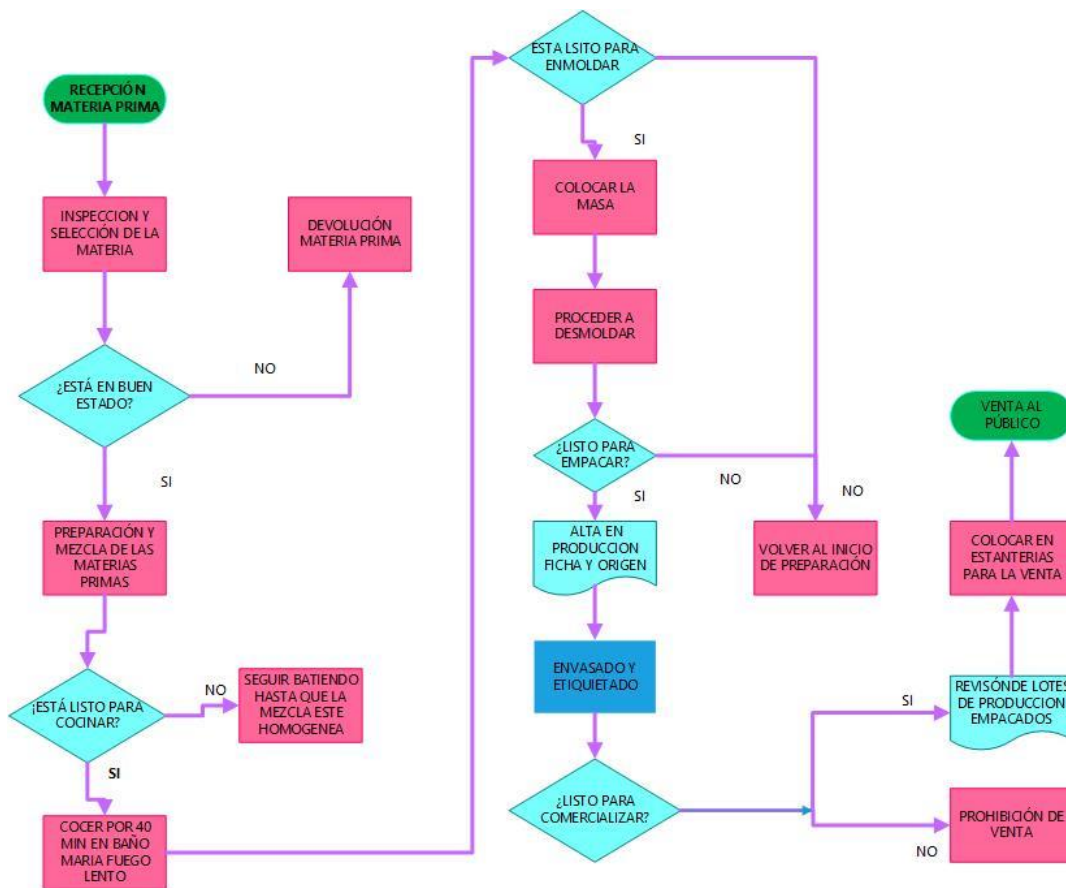
Sus 6 elementos esenciales e importantes son el cliente - consumidor, soporte físico (soporte material), personal de contacto (persona en contacto directo con el cliente), servicio (debe cumplir con la necesidad de satisfacer al cliente), sistema de organización interna (no visible para el cliente), demás clientes - intermediarios (intercambio de comunicación entre clientes)

Ilustración 15 Servucción



Elaborado por: La autora

3.3.4. Flujograma



Elaborado por: La autora

3.3.5. Descripción de los recursos para la microempresa Gummy Shop

Para poder producir las gomitas de gelatina se requieren los siguientes recursos;

Instalaciones necesarias

- **Local**

Detalle	m ²
Superficie total de construcción	180m ²
2 Oficinas	25 m ² c/u
Servicios: Área recepción materia prima	30m ²
Planta de producción	60m ²
Almacenamiento y ventas	25 m ²
Sala de espera	15 m ²

Elaborado por: La autora

Maquinaria y equipo

- φ **Balanza gramera electrónica**

Ilustración 16 Balanza gramera electrónica



Fuente: Montero Distribuidora

- ✓ Se requiere 3 balanzas electrónicas para el peso de las cajas de gomitas
- ✓ Capacidad: 5g – 40kg; y posee recordatorio por Sobre Peso
- ✓ Costo de \$50

φ **Batidora industrial eléctrica**

Ilustración 17 Batidora industrial



Fuente: UMCO distribuidora

- ✓ Se requiere 3 batidoras industriales para mezclar la materia prima para las gomitas de gelatina.
- ✓ Capacidad: 4lt; y posee recordatorio de apagado automático
- ✓ Bandeja en Acero Inoxidable, costo de \$200

φ **Cocina industrial de 3 quemadores y cilindro de gas**

Ilustración 18 Cocina industrial 3 quemadores



Fuente: Ochoa hermanos

- ✓ Se requiere 3 cocinas industriales para cocinar y preparar la materia prima para las gomitas de gelatina.
- ✓ Capacidad: 3 quemadores de acero inoxidable y cilindro de gas, costo de \$180

Herramientas, muebles y enseres de producción

φ Mesa de acero inoxidable industria

Ilustración 19 Mesa de trabajo de acero inoxidable



Fuente: Ochoa Hermanos

- ✓ Mesa de trabajo de acero inoxidable 60 x160 cm con material calificado para alimentos;
Se requieren 2 mesas de trabajo a un costo de \$185,00

φ Grapadora industrial

Ilustración 20 Grapadora industrial



Fuente: Ingco idistribuidora

- ✓ Este utensilio servirá para grapar las cajas de gomitas que se empaquen en el día.
- ✓ Se requieren 2 grapadoras, y tiene un costo de 20\$.

Utensilios

φ Olla n° 40 de aluminio industrial

Ilustración 21 Olla de aluminio



Fuente: Plastihogar distribuidores

- ✓ Aluminio VIRGEN con acabado brillante.
- ✓ Cumple con la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2361*
- ✓ Se requieren 3 ollas, tiene un costo de 60\$ cada una.

φ Paila de aluminio n° 60

Ilustración 22 Paila de aluminio



Fuente: Plastihogar distribuidora

- ✓ Aluminio VIRGEN con acabado brillante.
- ✓ Cumple con la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2361*
- ✓ Se requieren 3 pailas, tiene un costo de 40\$ cada una.

φ **Cucharas de palo**

Ilustración 23 Cuchara de palo



Fuente: Mercado pequeño productor.

- ✓ Madera natural, sin esmaltes ni químicos
- ✓ Cumple con la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2361*
- ✓ Se requieren 6 cucharas, tiene un costo de 1.50 \$ cada una

φ **Moldes de silicón**

Ilustración 24 Moldes de silicón



Fuente: Almacenes Nuñez

- ✓ Material de silicona, apto para alimentos
- ✓ Cumple con la Normas INEN; 1000 planchas tienen un costo de 0.50 \$ cada una

φ **Guantes de látex nitrilo**

Ilustración 25 Guantes de látex nitrilo



Fuente: Clay bioseguridad

- ✓ Material de látex, apto para alimentos, aislante de frío y calor
- ✓ Aprobado por la FDA 21 CFR 177-2600) Manejo de Alimentos
- ✓ Se requieren 4 cajas de 100 guantes tiene un costo de 10\$ cada una.

φ **Gorro de cocina**

Ilustración 26 Gorro de cocina



Fuente: Reysan Atlantic

- ✓ Aprobado por la FDA 21 CFR 177-2600) Manejo de Alimentos
- ✓ Se requieren 4 gorros, tiene un costo de 2\$ cada uno.

φ **Tapabocas plástico transparente industrial**

Ilustración 27 Tapaboca plástico industrial



Fuente: Fybeca

- φ Material de plástico transparente, apto para alimentos.
- φ Aprobado por la FDA 21 CFR 177-2600) Manejo de Alimentos
- φ Se requieren 4 tapabocas tiene un costo de 15 \$ cada uno.
- φ **Delantal**

Ilustración 28 Delantal de tela PVC



Fuente: AMC Ecuador

- ✓ Aprobado por la FDA 21 CFR 177-2600) Manejo de Alimentos
- ✓ Se requieren 4 delantales, tiene un costo de 7\$ cada uno.

Personal de la microempresa Gummy Shop**✓ Personal Administrativos**

- φ 1 Gerente
- φ 1 secretaria – contadora
- φ 1 guardia – conserje

✓ Personal de ventas

- φ 1 chófer – vendedor
- φ 1 jefe de ventas

✓ Personal Operativo

- φ 1 jefe de producción
- φ 2 obreros

Activos de la microempresa**✓ Muebles y enseres de oficina**

- φ 1 escritorio tipo gerente
- φ 1 escritorio normal
- φ 2 sillones giratorios
- φ 2 archivadores
- φ 6 sillas

✓ Equipo de oficina

- φ 2 teléfonos
- φ 1 sumadora

✓ Útiles de aseo

- 9. Trapeadores

- φ Escobas
- φ Baldes
- φ Recogedores
- φ Cesta de basura
- φ Lavavajilla
- φ Esponjas de lavar
- φ Detergente
- φ Cloro
- φ Desinfectante
- φ Jabón de tocador
- φ Fanelas
- ✓ **Útiles de oficina**
- φ Esferos
- φ Lápices
- φ Grapadoras
- φ Sellos
- φ Cajas de grapas
- φ Cajas de clips
- φ Cuaderno académico
- φ Talonario de facturas
- φ Archivadores
- φ Carpetas
- φ Perforadoras

- φ Hojas de papel A4 (resma)
- φ Tinta de impresora
- ✓ **Equipos de cómputo**
- φ 2 computadores con impresora
- ✓ **Materia prima directa**
- φ Grenetina (gelatina)
- φ Gelatina de sabores
- φ Jarabe de maíz (glucosa)
- φ Saborizantes naturales
- ✓ **Materia prima indirecta**
- φ Contenedores desechables transparentes con etiqueta
- φ Vehículo

3.3.6. Proceso de producción de las gomitas de gelatina

El proceso de producción se refiere a la secuencia de pasos y transformaciones a las que son sometidas las materias primas que, con ayuda de tecnología, mano de obra métodos y procedimientos se transforman en productos.

El proceso de producción para elaborar las gomitas de gelatina es bastante sencillo:

φ Recepción de la materia prima

Todo proceso de producción inicia con la recepción de la materia prima, la cual es entregada por un proveedor de confianza, directamente en la planta productora, la grenetina es receptada para ser revisada y monitoreada, para su posterior uso, en este proceso se requiere un tiempo de unos 30 min aproximadamente.

φ **Inspección y selección de materia prima**

Una vez que la materia prima se encuentra en la planta de producción, se procede a verificar que estén completamente sellados, y posteriormente se comienzan a abrir todas las materias primas que van a ser usadas en ese momento, para ver que cumpla determinadas condiciones para poder producir un buen producto, se requiere 30 minutos.

φ **Preparación**

Se coloca agua en las pailas grandes, y dentro de ella una olla adecuada y previamente desinfectada, con agua para hervir a baño maría; en esta etapa se requiere de 20 min.

φ **Cocción**

En esta parte de proceso, se espera hasta la ebullición del paso anterior, y se vierte todos los ingredientes en el agua de la olla y no se puede dejar de remover. Para esta etapa se requiere 40 minutos de cocción, y se agregan los saborizantes para darle un buen sabor.

φ **Colocación del producto en los moldes**

Una vez transcurrido el tiempo de cocción, se vierte la mezcla en la batidora y se bate por 1 min a máxima potencia, posteriormente se coloca en las mesas los diferentes moldes y se vierte todo el contenido del recipiente del batidor; este proceso se requiere 60 min.

φ **Desmoldamiento**

Una vez transcurrido el tiempo de secado del producto los obreros deben desmoldar las gomitas de gelatina, y colocar para que fuera del molde aún reposen unos pocos minutos más en las mesas de trabajo; para este proceso toma un tiempo de 90 min

φ **Control de calidad:**

El proceso de selección continúa en las mesas donde el operario ha colocado las gomitas de gelatina extraídas de los moldes, escogen aquellas que al desmoldar han salido en mal estado como

rotas, muy pequeñas para garantizar que se va a empacar productos de buena calidad. Finalmente se toma una muestra aleatoria del producto para analizar la calidad del mismo; esta parte del proceso dura 30 min.

φ **Envasado**

Una vez las gomitas han reposado fuera de los moldes, los operarios proceden a de forma manual a colocar las gomitas en el envase, con el peso adecuado del producto; en esta etapa se demora alrededor de 120 min

φ **Sellado y etiquetado**

Posterior al envasado se van cerrando y grapando las cajas para colocar las etiquetas en la parte de arriba de la caja transparente desechable; en esta parte del proceso tardan alrededor de 30 min.

φ **Almacenamiento**

El producto una vez empacado y etiquetado se lo lleva a bodega, para ir colocando por orden los lotes de producción para que vayan siendo luego llevados por los vendedores a colocarlo en las estanterías propias del local y también en las de los supermercados, bodegas y tiendas; en esta etapa se requiere 30 min.

Tabla 44 Simbología

OPERACIÓN	TRANSPORTE	CONTROL	ESPERA	ALMACENAMIENTO
				

Elaborado por: La autora

Tabla 45 Diagrama de proceso de elaboración de las gomitas de gelatina

1680 cajas diarias durante las 8 horas laborables.

Nº	ACTIVIDAD	SIMBOLOGIA	TIEMPO
1	RECEPCION		30 MIN
2	INSPECCION Y SELECCIÓN		30 MIN
3	PREPARACIÓN		20 MIN
4	COCCIÓN		40 MIN
5	COLOCACIÓN		60 MIN
6	DESMOLDAMIENTO		90 MIN
7	CONTROL DE CALIDAD		30 MIN
8	ENVASADO		120 MIN
9	SELLADO Y ETIQUETADO		30MIN
10	ALMACENAMIENTO		30 MIN
	TOTAL		480MIN

Elaborado por: La autora

Capítulo 4

Dentro de este capítulo se va a tratar del estudio administrativo y organizacional, dentro de la organización legal va a constar la razón social de la microempresa, el domicilio, los objetivos y el capital social con el que se va a aportar para poner en marcha el proyecto en mención y el tiempo de duración que este va a tener.

En la organización administrativa en cambio se va a tratar sobre los niveles jerárquicos sobre los que se va a manejar la organización, los organigramas y los diferentes manuales de funciones que se requieren para las plazas de trabajo que tiene la microempresa.

4. Estudio organizacional

La finalidad de dicho estudio es poder determinar cómo va a operar la organización legal, es decir, cómo va a estar constituida, la razón social, y el capital social, para posteriormente adentrarse al tipo de organización administrativa en la que se detallará los diferentes niveles jerárquicos, los organigramas de la microempresa, los manuales de funciones que van a determinar cuáles son las actividades que va a realizar cada colaborador, para poder definir una estructura organizacional sólida y adecuada, en cuanto al manejo de los recursos para la inversión, la operación y el mantenimiento.

4.1. Organización legal

4.1.1. Acta constitutiva

Nosotros, Paola Isabel Jaramillo Castro de nacionalidad ecuatoriana mayor de edad, y titular de la cédula de identidad N° 1718343534, y Alexis Darío Hurtado Armijos, de nacionalidad ecuatoriana mayor de edad y titular de la cédula de identidad N° 1104736967, por el presente documento declaramos que hemos resuelto constituir, tal como hacemos en el presente acto, una Compañía

Limitada, alineada con las cláusulas contenidas en el presente documento, el cual servirá a su vez de Acta Constitutiva y Estatutos Sociales.

DENOMINACIÓN, DOMICILIO, DURACIÓN Y OBJETO

CLÁUSULA PRIMERA:

La compañía se denominará Gummy Shop y el domicilio principal de la sociedad es en la ciudadela Los operadores, av. Los Paltas y av. Benjamín Carrión; pero podrá establecer sucursales, agencias, representaciones u oficinas en cualquier otro lugar de Ecuador, o en el exterior.

CLÁUSULA SEGUNDA:

La sociedad durará 5 años, contados desde la inscripción de este Documento Constitutivo y Estatutos Sociales en el correspondiente Registro Mercantil. La Asamblea de Accionistas podrá acordar la prórroga o abreviación de la duración de la Compañía, previo al cumplimiento de las respectivas formalidades legales.

CLÁUSULA TERCERA:

La compañía tendrá por objeto la producción y venta de gomitas de gelatina, y cualquier otro acto de lícito comercio, conexo o no y no limitando los intereses comerciales de la compañía. La sociedad podrá efectuar todos los actos, gestiones y negociaciones relacionadas con su objeto social actuando en su propio nombre o como agente, factor o contratista de terceros.

DEL CAPITAL Y LAS ACCIONES

CLÁUSULA CUARTA:

El capital total de la compañía es la cantidad de \$56.606,99 dólares americanos, dividido en dos pagos el 64,67% que corresponde a crédito (\$20.000) y el 35,33% sobrante corresponde al capital aportado por los socios (36.606,99) en dos partes iguales las acciones con valor nominal de 50% cada una, el cual ha sido suscrito íntegramente y totalmente pagado. De acuerdo con el aporte

efectuado por cada accionista, **Paola Isabel Jaramillo Castro** ha suscrito y pagado la cantidad de \$18.303,51 y **Alexis Darío Hurtado Armijos** ha suscrito y pagado la cantidad de \$18.303,49 El capital social podrá ser aumentado o reducido según lo exijan las circunstancias y de acuerdo a lo estipulado en el Código de Comercio vigente.

CLÁUSULA QUINTA:

El ejercicio económico de la compañía comenzará el día 1 de enero y terminará el día 31 de diciembre de cada año, excepto el primer ejercicio, el cual comenzará a partir de la fecha de inscripción de este presente documento y terminará el día 31 de diciembre.

DE LAS ASAMBLEAS

CLÁUSULA SEXTA:

Las asambleas generales de accionistas se celebrarán previa convocatoria, hecha por el presidente de la compañía, o quien ejerza sus funciones, mediante carta dirigida personalmente a todos los accionistas con por lo menos días de anticipación a la fecha de reunión de la asamblea.

CLÁUSULA SÉPTIMA:

La asamblea general ordinaria se reunirá una vez al año dentro de los primeros 10 días continuos después de finalizar cada ejercicio económico y en el domicilio legal de la compañía, con el propósito de:

- A) Conocer, aprobar o improbar el informe que anualmente presentará el presidente conjuntamente con el Balance General de Ganancias y Pérdidas de la compañía.
- B) Decidir sobre el reparto de los beneficios obtenidos durante el ejercicio económico.
- C) Las asambleas extraordinarias se celebrarán cada vez que lo requiera la Junta Directiva, previa convocatoria escrita.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

CLÁUSULA OCTAVA:

Se designa como gerente general Paola Isabel Jaramillo Castro, de la microempresa productora y comercializadora de gomitas de gelatina; plenamente identificada, anteriormente, y a Lic. Blanca Antonelli Castro Zhingre como secretaria- contadora pública en ejercicio, titular de la cédula de identidad N° 1102788278 e inscrita debidamente en el Colegio de Contadores bajo el N° 898978.

Lo no previsto en este documento se regirá por las disposiciones del Código de Comercio y demás leyes especiales concernientes a la materia.

4.1.2. Razón social

La microempresa productora y comercializadora de gomitas, tiene la siguiente razón “Gummy Shop compañía Ltda.”.

4.1.3. Domicilio de la microempresa

La microempresa localizará su planta productora, en la ciudadela los operadores, av. Los Paltas y av. Benjamín Carrión; este sector de la ciudad ha sido analizado minuciosamente y estudiando varios parámetros para conocer si realmente es un lugar estratégico.

4.1.4. Objetivos de la microempresa

La microempresa productora y comercializadora “Gummy Shop compañía Ltda.”; tiene como objetivo la producción y comercialización de gomitas de gelatina para las familias de la ciudad de Loja, dicha microempresa, laborará 8 horas diarias, 5 días a la semana según lo establece el código de trabajo ecuatoriano, es decir 260 días al año.

4.1.5. Capital social

El capital social mínimo que se requiere para la constitución de la compañía de responsabilidad limitada es de \$56.606,99 dólares, que estará conformado por las aportaciones de los dos socios;

por lo que, al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado el 100 por ciento de cada participación

4.1.6. Tiempo de duración de la microempresa

La presente microempresa se constituye por un tiempo de 5 años de vida, empresarial, el cual empezará a contar desde la fecha de inscripción del Contrato Social En el Registro Mercantil, y autorizado por la Superintendencia de Compañía, para que el proyecto dure desde el 2020 -2024; posterior a este tiempo los socios presentarán una prórroga legal para la ampliación del tiempo de duración de la empresa.

4.2. Trámites administrativos

TRÁMITE	CONCEPTO	LUGAR	DOCUMENTO	PLAZO	COSTO
Estudio preliminar	Documento donde se detalla con precisión la información del emprendimiento que se quiere realizar, para definir los propósitos, las ideas, y las formas operativas y productivas de la “idea de negocio.”;	Loja	Plan de negocios	2 meses	300
Constitución legal	Proceso a través del cual una persona o un grupo de personas registran su empresa ante el gobierno con el fin de cumplir con la ley, y acceder a las diversas ventajas que presenta tener una empresa constituida legalmente.	Loja	Escritura	5 años	200
Patente municipal	Documento obligatorio para las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales	Loja	Recibo pago patente	1 año	150
Pago de bomberos	Esta tasa se paga de acuerdo a la actividad que ejercen, esto implica	Loja	Recibo pago bomberos	1 año	15

	la inspección al local y se elabora los permisos de funcionamiento previo al cumplimiento de las normas de seguridad,				
Permiso de funcionamiento a ARCSA	Documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.	Loja	Papel avalado	1 año	125
Permiso de BMP	Certificado de Operación de Buenas Prácticas de Manufactura	Loja	Papel certificado	1 año	150
Registro, marca	Una patente es un derecho exclusivo que concede el Estado para la protección de una invención, la que proporciona derechos exclusivos que permitirán utilizar y explotar su invención e impedir que terceros la utilicen sin su consentimiento.	Loja	Documentos certificados	1 año	600

Fuente: Municipio de Loja, Bomberos

Elaborado por: La autora

4.3. Organización administrativa

La organización administrativa es una parte importante y esencial dentro de la microempresa ya que esta nos permite organizar, controlar, planificar y dirigir adecuada y eficazmente los recursos de la empresa, y así poder cumplir todos sus objetivos con satisfacción.

4.3.1. Niveles jerárquicos

φ Nivel legislativo:

Conformado de los cargos de la Alta Dirección, y cumplen las funciones de formular y plantear las políticas institucionales, planes, programas y proyectos. (Dávila E. , 2018)

φ Nivel ejecutivo:

Comprende los cargos de la dirección, jefatura, evaluación y control de las Dependencias internas, encargadas de ejecutar y desarrollar las políticas, planes programas y proyectos (Dávila E. , 2018)

φ **Nivel asesor:**

Son las personas que ocupan los cargos que consisten en asistir, proponer y asesorar al Nivel legislativo. (Dávila E. , 2018)

φ **Nivel de apoyo:**

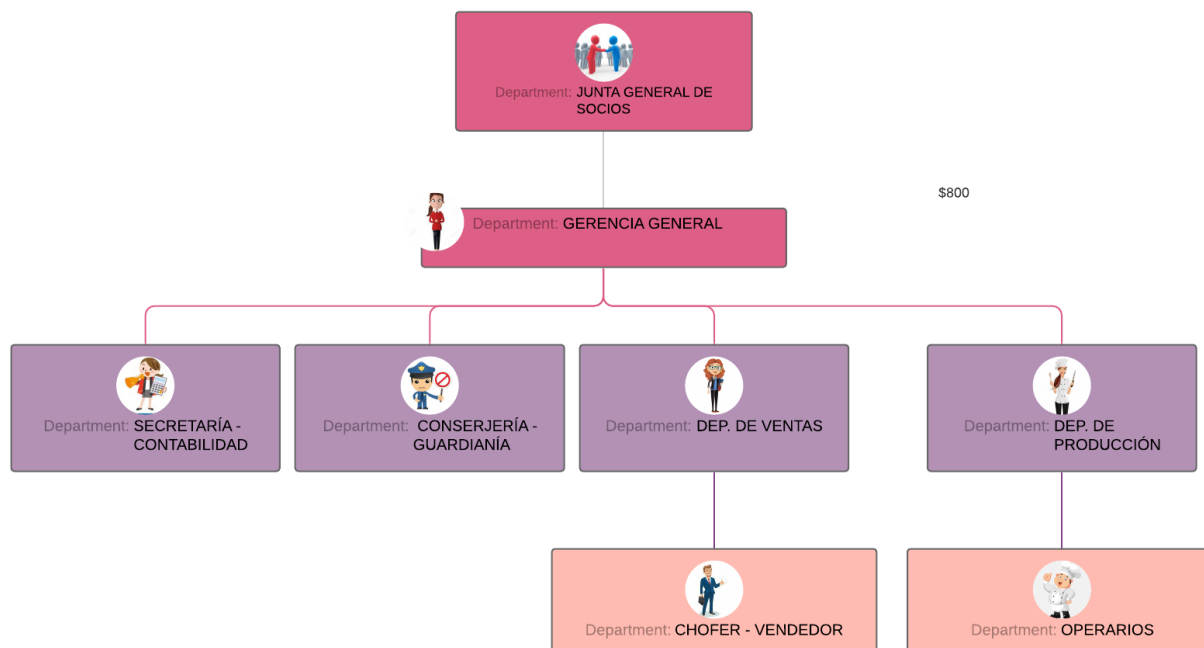
Las funciones implican el ejercicio de actividades de apoyo y complementarias de las tareas propias de los niveles superiores o de labores que se caracterizan por el predominio de actividades manuales o tareas de simple ejecución. (Dávila E. , 2018)

φ **Nivel operativo**

Compuesto por los cargos cuya naturaleza demanda la ejecución y aplicación de los conocimientos propios de cualquier carrera profesional; y cargos cuyas funciones exigen el desarrollo de procesos y procedimientos en labores técnicas misionales y de apoyo. (Dávila E. , 2018)

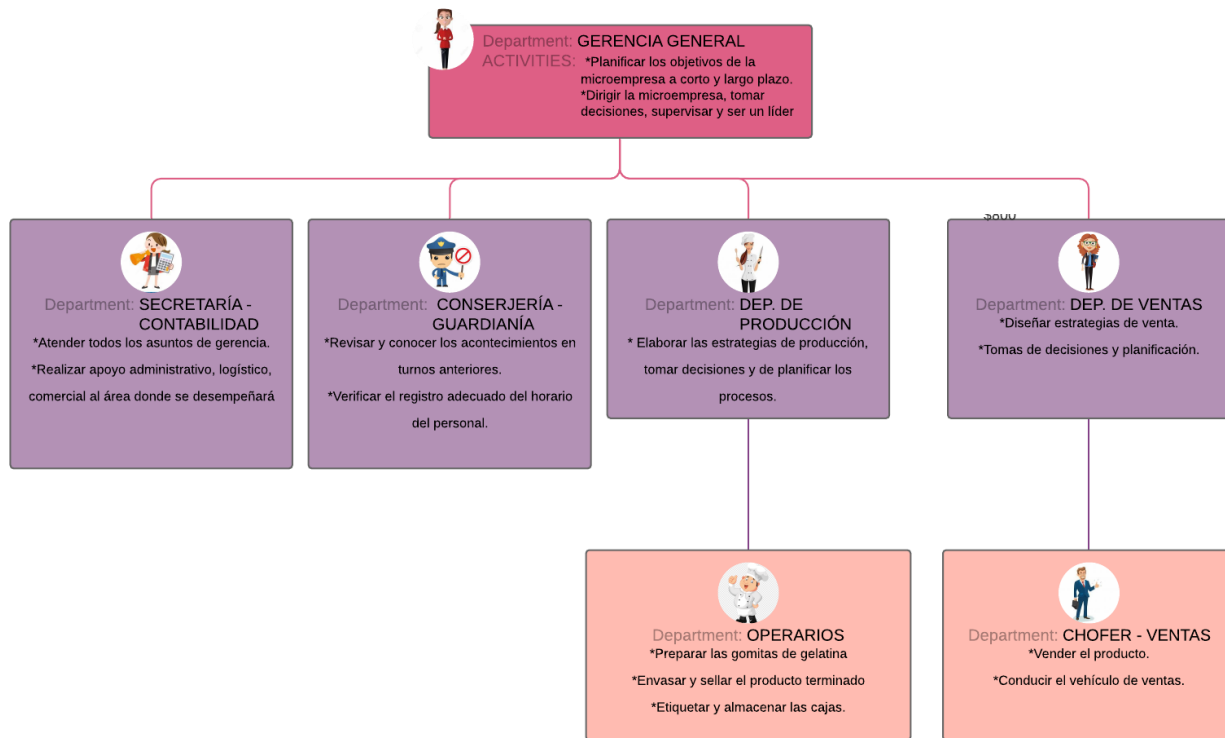
4.3.2. Organigramas

Ilustración 29 Organigrama estructural de la microempresa



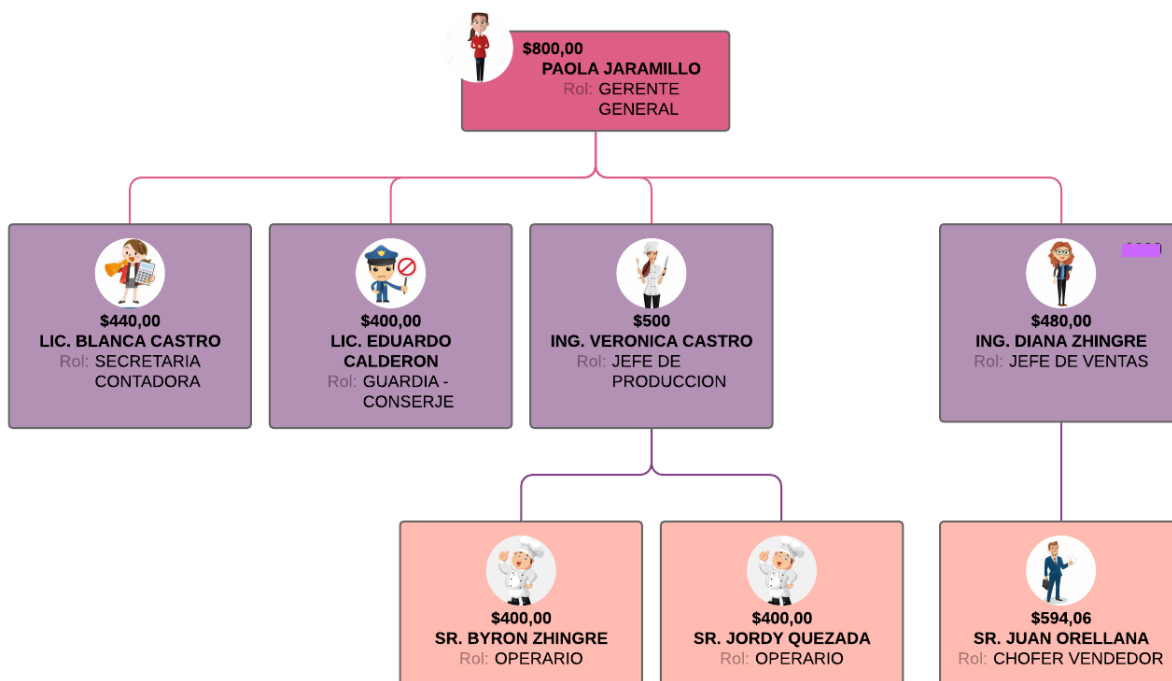
Elaborado por: La autora

Ilustración 30 Organigrama funcional de la microempresa



Elaborado por: La autora

Ilustración 31 Organigrama posicional de la microempresa



Elaborado por: La autora

4.3.3. Manual de funciones

El Manual de Funciones constituye el documento formal que compila las diferentes descripciones de puestos de trabajo de una organización. (Manrique, 2017)

CÓDIGO: 001



TÍTULO DEL CARGO: Gerente

ROLES DEL TRABAJO:

Sus funciones consisten en planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la microempresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Cumplir y hacer cumplir las leyes, estatutos y reglamentos de la organización.
- Planificar los objetivos generales y específicos de la microempresa.
- Dirigir la microempresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Contratar, seleccionar, capacitar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la microempresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable.

INTERFAZ

- Con RRHH de la microempresa
- Con los proveedores
- Con los clientes
- Con instituciones financieras

REQUISITOS MÍNIMOS

- **Educación:** Ing. en administración de empresas o carreras afines
- **Experiencia:** de 4- 5 años en cargos similares

HABILIDADES

- Capacidad de liderazgo
- Trabajo en equipo

Elaborado por: La autora

CÓDIGO: 003



TITULO DEL CARGO: Secretaria Contadora

ROLES DEL TRABAJO:

Apoyar la realización de procesos administrativos, así como en la adopción y ejecución de los planes, programas y proyectos para la Personería Municipal en cumplimiento de direccionamiento estratégico y, procurando la oportuna y debida prestación del servicio.

FUNCIONES TIPICAS

- Atender el teléfono.
- Responder los correos electrónicos.
- Recibir a las visitas.
- Archivar documentos; coordinar los pagos y cobros.
- Dar apoyo administrativo, logístico, comercial para lo cual debe, redactar presupuestos, concertar citas con clientes.
- Clasificar los documentos para ser derivados y/o archivados.
- Llevar el registro de ingresos y egresos.
- Realizar y llevar los libros contables de los ejercicios de la microempresa

INTERFAZ

- Clientes internos y externos
- Entidades públicas
- Entidades privadas
- Comunidad
- La organización.

REQUISITOS MINIMOS

- **Educación:** Contadora – Curso en secretariado
- **Experiencia:** 1 años en cargos similares

HABILIDADES

- Conocimientos del idioma Ingles (básico).
- Amplio manejo del sistema operativo WINDOWS y de las herramientas Word, Excel y Power Point

CÓDIGO: 004



TÍTULO DEL CARGO: Conserje – guardia

ROLES DEL TRABAJO:

Las funciones que debe cumplir cada cargo, serán determinadas por el gerente pudiendo, además, ser modificadas por los mismos cuando la circunstancia lo requiera.

FUNCIONES TÍPICAS

- Revisa el libro de guardianía, para verificar todo de los turnos anteriores.
- Revisa el libro de asistencia, verificando que el personal haya registrado adecuadamente su horario de ingreso
- Efectúa una ronda o recorrido inspectivos del edificio, verificando el estado de operación, mantenimiento, aseo y extracción de basura, de las instalaciones, equipos y áreas comunes del edificio
- En el caso de encontrar equipos con fallas o fallas en los suministros de luz, agua o gas, adopta las medidas correspondientes.
- Supervisa la seguridad del edificio desde la portería y/o efectuando rondas o recorridos inspectivos.

INTERFAZ

- Orientación a resultados
- Con todo el personal que labora en la empresa
- Con clientes

REQUISITOS MÍNIMOS

- **Educación:** Mínimo título de bachiller
- **Experiencia:** 3 años en cargos similares

HABILIDADES

- Siempre respetuoso y afable.
- Evitar el trato con apodos y sobrenombres y especialmente con palabras o gestos despectivos o groseros.
- Siempre mantener la calma, evitando ofuscarse, contestar con malos modos, levantar la voz o gritar.
- Tratar de Usted y de Señor(a)
- Aceptar las críticas con espíritu constructivo.
- Cumplir las órdenes que se reciben con interés y motivación.

Elaborado por: La autora

CÓDIGO: 005



TITULO DEL CARGO: Jefe de producción

ROLES DEL TRABAJO:

El jefe de producción supervisa las líneas de producción durante todo el proceso, realiza la atención a los proveedores, además de estar a cargo del correcto funcionamiento y de que se cumpla el plan de trabajo establecido, revisa el desempeño del personal, así como el de la maquinaria y equipo de trabajo realiza replanteos, comprobaciones de los mismos en oficina y en obra.

FUNCIONES TÍPICAS

- Vigilar y hacer cumplir la Prevención de Riesgos, Seguridad y Salud.
- Plan de Calidad y Medioambiental.
- Recepción de materiales.
- Seguimiento de la producción en volumen y calidad, así como todas las tareas previas necesarias para su cumplimiento.
- Gestión de pedidos y proveedores, una vez ya han sido contratados.
- Revisión de contratos, revisión y gestión del personal
- Revisión de mediciones: de proyecto, de coste, de producción, de liquidación.
- Estudiar documentos de Proyecto.

INTERFAZ

- Orientación a resultados
- Con el desarrollo tecnológico
- Con la cantidad de personal
- Con maquinaria y procesos adecuados
- Con el coste de materias primas

REQUISITOS MÍNIMOS

- Educación: Gerencia de negocios, Ingeniería Industrial o formación específica en gestión y administración de empresas.
- Experiencia: 3 años de experiencia en cargos similares.

HABILIDADES

- Capacidad para trabajar bajo presión, ya que a menudo los plazos de producción son muy ajustados.
- Habilidades en la resolución de problemas.
- Capaz de pensar estratégicamente.
- Capaz de trabajar con vencimientos.
- Destrezas en informática.

CÓDIGO: 006



TITULO DEL CARGO: Chofer – vendedor

ROLES DEL TRABAJO:

La persona que desempeña dicho cargo se enfocan en la movilización, venta y entrega de bienes y productos, para lo cual utilizan herramientas de transporte tales como motocicletas, vehículos, camiones y bicicletas para recoger, llevar y entregar la mercancía. Además de ello, por lo general, requieren que el destinatario firme un documento para dejar constancia de que el paquete fue recibido.

FUNCIONES TIPICAS

- Almacenar y ordenar las cajas de gomitas de gelatina
- Cargar las cajas a ser entregadas
- Inspeccionar los vehículos antes de su salida.
- Revisar los niveles de gasolina, aceite y refrigerante.
- Entregar los pedidos, cartones y cajas de gomitas
- Regresar los paquetes a la oficina central o empresa cuando su venta, entrega no haya podido ser realizada.
- Llevar el registro de entregas y devoluciones.
- Reportar cualquier emergencia o accidente.

INTERFAZ

- Con la atención al público
- Con el área administrativa
- Con la venta y distribución

REQUISITOS MINIMOS

- Educación: Bachillerato en general.
- Experiencia: 1 año de experiencia.

HABILIDADES

- Alto nivel de honestidad, integridad y confiabilidad.
- Conocimientos de mecánica y habilidad para conducir.
- Ser capaz de soportar largas jornadas de trabajo.
- Soportar distintos tipos de condiciones climáticas.
- Trabajar de acuerdo a horarios preestablecidos.

Elaborado por: La autora

CÓDIGO: 007



TITULO DEL CARGO: Obreros

ROLES DEL TRABAJO:

Las tareas de un obrero de línea se desarrollan durante la producción en línea de una fábrica; el obrero de línea se asegura que dicha actividad cumpla con los estándares de calidad requeridos para el producto a entregar. Cabe mencionar que son muchísimas las actividades que puede realizar un obrero de línea, pero lo más importante es transformar la materia prima a utilizar en otros productos, trabajando en conjunto con las máquinas.

FUNCIONES TÍPICAS

- Implementar las normas de seguridad establecida por la institución.
- Efectúa las tareas asignadas con esmero y dedicación.
- Mantiene los equipos de trabajo en perfecto estado.
- Colaborar con sus compañeros de trabajo en realizar actividades de estos por sus ausencias por causa justificada

INTERFAZ

- Con el oficio
- Con el control de calidad
- Con la eficiencia
- Con la habilidad visual para detectar piezas defectuosas.

REQUISITOS MÍNIMOS

- Educación: Ingeniería y tecnología, edificación.
- Experiencia: 5 años de experiencia en cargos similares.

HABILIDADES

- Rapidez en solución de problemas.
- Atención al detalle
- Confiabilidad
- Integridad
- Cooperación
- Autocontrol
- Tolerar el estrés

Capítulo 5

En el presente capítulo, se van a realizar el estudio financiero, que consiste en un análisis minucioso y detallado de recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción; para así poder determinar la viabilidad del proyecto de inversión.

Se van abarcar temas como: inversiones, gastos, cuentas de activos fijos, circulantes, otros activos, depreciaciones, reinversiones, el activo diferido y la respectiva amortización. etc.

5. Estudio financiero

En esta etapa del capítulo 5 se realiza el estudio financiero que nos va a permitir conocer y determinar si el proyecto de inversión para la creación de la microempresa de gomitas de gelatina en la ciudad de Loja, es factible y rentable; esto se puede determinar mediante los activos fijos y sus depreciaciones, el activo diferido y la amortización correspondiente, el capital de trabajo proyectado con un 0.17% de la tasa de inflación anual, de acuerdo a los datos obtenidos de un boletín técnico de IPC, elaborado en el mes de julio de 2020, posteriormente en base a dichos datos se establece el monto total de la inversión.

5.1. Inversiones

Las inversiones que se van a realizar dentro de este proyecto serán tres que corresponden al activo circulante, fijo y diferido.

5.1.1. Activos fijos

Los activos fijos de una microempresa son las inversiones y compras que realizar para poder poner en marcha el negocio, y comenzar con la actividad comercial planificada, por lo que la microempresa deberá invertir en maquinaria y equipo, herramientas, utensilios, equipos de oficina, equipos de computación etc.

Por lo que describiremos los siguientes activos a continuación:

✓ **Local – instalaciones necesarias**

Para la puesta en marcha de la microempresa gomitas de gelatina se realizó la adquisición de un terreno con construcción de la planta en la Av. Los Paltas y Benjamín Carrión, el cual tuvo un valor total de \$20.000.

Tabla 46 Local - instalaciones necesarias

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
LOTE Y CONSTRUCCION DE PLANTA	1	20.000,00	20.000,00
TOTAL			20.000,00

Fuente: GAD Municipal de Loja

Elaborado por: La autora

Tabla 47 Depreciación de Local

Valor del activo:				20.000,00
Vida Útil en años:				20,00
Depreciación:				0,10
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
0	20.000,00	1.000,00	950,00	19.000,00
1	19.000,00	1.000,00	950,00	18.050,00
2	18.050,00	1.000,00	950,00	17.100,00
3	17.100,00	1.000,00	950,00	16.150,00
4	16.150,00	1.000,00	950,00	15.200,00
5	15.200,00	1.000,00	950,00	14.250,00
6	14.250,00	1.000,00	950,00	13.300,00
7	13.300,00	1.000,00	950,00	12.350,00
8	12.350,00	1.000,00	950,00	11.400,00
9	11.400,00	1.000,00	950,00	10.450,00
10	10.450,00	1.000,00	950,00	9.500,00
11	9.500,00	1.000,00	950,00	8.550,00
12	8.550,00	1.000,00	950,00	7.600,00
13	7.600,00	1.000,00	950,00	6.650,00
14	6.650,00	1.000,00	950,00	5.700,00
15	5.700,00	1.000,00	950,00	4.750,00
16	4.750,00	1.000,00	950,00	3.800,00
17	3.800,00	1.000,00	950,00	2.850,00
18	2.850,00	1.000,00	950,00	1.900,00
19	1.900,00	1.000,00	950,00	950,00
20	950,00	1.000,00	950,00	0,00

Fuente: Tabla N°46

Elaborado por: La autora

✓ **Maquinaria y equipo:**

Dentro de esta cuenta de activos, la microempresa productora y comercializadora de gomitas de gelatina, para poder producir un producto de calidad, debe adquirir las siguientes máquinas y equipos con una inversión de \$1290, en la tabla que se encuentra a continuación podemos ver a detalle los valores unitarios de cada maquinaria y las unidades que se requieren de cada una de ellas:

Tabla 48 Maquinaria y equipo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Balanza gramera electrónica	3	50,00	150,00
Batidora industrial eléctrica	3	200,00	600,00
Cocina industrial y cilindro de gas	3	180,00	540,00
TOTAL			1.290,00

Fuente: Ochoa hermanos

Elaborado por: La autora

Tabla 49 Depreciaciones de maquinaria y equipo

Valor del activo:				1.290,00
Vida Útil en años:				10,00
Depreciación:				0,10
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
0	1.290,00	129,00	116,10	1.161,00
1	1.161,00	129,00	116,10	1.044,90
2	1.044,90	129,00	116,10	928,80
3	928,80	129,00	116,10	812,70
4	812,70	129,00	116,10	696,60
5	696,60	129,00	116,10	580,50
6	580,50	129,00	116,10	464,40
7	464,40	129,00	116,10	348,30
8	348,30	129,00	116,10	232,20
9	232,20	129,00	116,10	116,10
10	116,10	129,00	116,10	0,00

Fuente: Tabla n° 48

Elaborado por: La autora

✓ **Herramientas, muebles y enseres de producción:**

Las herramientas, muebles y enseres de producción necesarios para que la microempresa pueda producir las gomitas de gelatina con procesos de calidad y ofrecer un producto final óptimo para sus clientes, requiere tres mesas de acero inoxidable con un material especial y aprobado para alimentos a un precio de \$185 cada; también es necesario contar con tres grapadoras industriales que tienen un valor de \$20 que serán usadas para el sellado final del producto; por lo que el valor total de este activo corresponde a \$ 615USD; dichos precios y cantidades se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 50 Herramientas, muebles y enseres de producción

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesa de acero inoxidable	3	185,00	555,00
Grapadora industrial	3	20,00	60,00
TOTAL			615,00

Fuente: Ingco Distribuidora y Ochoa Hermanos

Elaborado por: La autora

Tabla 51 Depreciación de herramientas, muebles y enseres de producción

Valor del activo:				615,00
Vida Útil en años:				10,00
Depreciación:				0,10
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
0	615,00	61,50	55,35	553,50
1	553,50	61,50	55,35	498,15
2	498,15	61,50	55,35	442,80
3	442,80	61,50	55,35	387,45
4	387,45	61,50	55,35	332,10
5	332,10	61,50	55,35	276,75
6	276,75	61,50	55,35	221,40
7	221,40	61,50	55,35	166,05
8	166,05	61,50	55,35	110,70
9	110,70	61,50	55,35	55,35
10	55,35	61,50	55,35	0,00

Fuente: Tabla n° 50

Elaborado por: La autora

✓ **Utensilios**

Para la microempresa de gomas de gelatina, los utensilios necesarios para una producción óptima son las ollas de acero inoxidable, aptas para alimentos; las pailas de aluminio, las cucharas de palo y los moldes de silicón dichos utensilios se enlistan en la siguiente tabla y tienen un valor total de \$809.00

Tabla 52 Utensilios

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Olla alum n° 40	3	60,00	180,00
Paila alum n° 60	3	40,00	120,00
Cucharas de palo	6	1,50	9,00
Moldes de silicón	1.000	0,50	500,00
TOTAL			809,00

Fuente: Plastihogar y UMCO
Elaborado por: La autora

Tabla 53 Depreciación de los utensilios

Valor del activo:				809,00
Vida Útil en años:				10,00
Depreciación:				0,10
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
0	809,00	80,90	72,81	728,10
1	728,10	80,90	72,81	655,29
2	655,29	80,90	72,81	582,48
3	582,48	80,90	72,81	509,67
4	509,67	80,90	72,81	436,86
5	436,86	80,90	72,81	364,05
6	364,05	80,90	72,81	291,24
7	291,24	80,90	72,81	218,43
8	218,43	80,90	72,81	145,62
9	145,62	80,90	72,81	72,81
10	72,81	80,90	72,81	0,00

Fuente: Tabla n° 52
Elaborado por: La autora

✓ **Equipo de oficina**

Dentro del equipo de oficina que la microempresa “Gummy Shop” requiere para la atención, recepción y pedido de clientes y proveedores, de las gomitas de gelatina, requiere 2 teléfonos y 2 sumadoras, por lo que en base a los valores presentados en la siguiente tabla podemos verificar que dicho activo tiene un costo total de \$230USD

Tabla 54 Equipo de oficina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	2	75,00	150,00
Sumadora	2	25,00	50,00
TOTAL			200,00

Fuente: Prohogar
Elaborado por: La autora

Tabla 55 Depreciación del equipo de oficina

Valor del activo:				200,00
Vida Útil en años:				10,00
Depreciación:				0,10
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
0	200,00	20,00	18,00	180,00
1	180,00	20,00	18,00	162,00
2	162,00	20,00	18,00	144,00
3	144,00	20,00	18,00	126,00
4	126,00	20,00	18,00	108,00
5	108,00	20,00	18,00	90,00
6	90,00	20,00	18,00	72,00
7	72,00	20,00	18,00	54,00
8	54,00	20,00	18,00	36,00
9	36,00	20,00	18,00	18,00
10	18,00	20,00	18,00	0,00

Fuente: Tabla n° 54
Elaborado por: La autora

✓ **Equipo de computación**

Para una administración eficaz de la microempresa se requiere, 2 equipos de computadora con impresora que tienen un costo de \$1150USD para los primeros 3 años y con un costo de reinversión \$1345 para 2 años más, ya que la empresa durará mínimo 5 años, por lo que la inversión suma un total de \$2691 USD, es decir en total se hará una inversión de \$4.991,00USD con la compra del equipo y la reinversión, como se muestra a continuación:

Tabla 56 Equipo de oficina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora con impresora	2	1.150,00	2.300,00
SUBTOTAL		1.150,00	2.300,00
Computadora reinversión	2	1.345,50	2.691,00
TOTAL			4.991,00

Fuente: Iluv y Tooners
Elaborado por: La autora

Tabla 57 Depreciación del equipo de cómputo

Valor del activo:				2.300,00
Vida Útil en años:				3,00
Depreciación:				0,33
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
0	2.300,00	766,67	511,11	1.533,33
1	1.533,33	766,67	511,11	1.022,22
2	1.022,22	766,67	511,11	511,11
3	511,11	766,67	511,11	0,00

Fuente: Tabla n° 56
Elaborado por: La autora

Tabla 58 Depreciación de la reinversión del equipo de computación

Valor del activo:				2.691,00
Vida Útil en años:				3
Depreciación:				0,33
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
0	2.691,00	897,00	598,00	1.794,00
1	1.794,00	897,00	598,00	1.196,00
2	1.196,00	897,00	598,00	598,00
3	598,00	897,00	598,00	0,00

Fuente: Tabla n° 56
Elaborado por: La autora

✓ **Muebles y enseres de administración**

Dentro de este activo de muebles y enseres necesarios para la administración de la microempresa se requiere 1 escritorio tipo gerente, 1 escritorio normal, 2 sillones giratorios, 2 archivadores con cajonera y 6 sillas ratán que suman un costo total de \$573

Tabla 59 Muebles y enseres

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio tipo gerente	1	120,00	120,00
Escritorio normal	1	90,00	90,00
Sillones giratorios	2	65,00	130,00
Archivador con cajonera	2	100,00	200,00
Sillas Ratán	6	5,50	33,00
TOTAL			573,00

Fuente: Rosas Iñiguez e Idea tu mobiliario

Elaborado por: La autora

Tabla 60 Depreciación de muebles y enseres

Valor del activo:	573,00
Vida Útil en años:	10,00
Depreciación:	0,10

AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
0	573,00	57,30	51,57	515,70
1	515,70	57,30	51,57	464,13
2	464,13	57,30	51,57	412,56
3	412,56	57,30	51,57	360,99
4	360,99	57,30	51,57	309,42
5	309,42	57,30	51,57	257,85
6	257,85	57,30	51,57	206,28
7	206,28	57,30	51,57	154,71
8	154,71	57,30	51,57	103,14
9	103,14	57,30	51,57	51,57
10	51,57	57,30	51,57	0,00

Fuente: Tabla n° 58

Elaborado por: La autora

✓ **Vehículo**

Dentro de la microempresa Gummy shop, el vehículo es una herramienta necesaria para la compra de materias primas y productos necesarios para la producción, venta y repartición de las gomitas de la microempresa, para dicho negocio, se necesita una camioneta Chevrolet con una cabina, y se la ha adquirido por un valor total de \$13.000USD y con una depreciación del 20% en 5 años, como se lo muestra en las tablas que están a continuación:

Tabla 61 Vehículo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta Chevrolet	1	13.000,00	13.000,00
TOTAL			13.000,00

Fuente: Concesionaria Mirasol

Elaborado por: La autora

Tabla 62 Depreciación del vehículo

Valor del activo:	13.000,00			
Vida Útil en años:	5,00			
Depreciación:	0,20			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
0	13.000,00	2.600,00	2.080,00	10.400,00
1	10.400,00	2.600,00	2.080,00	8.320,00
2	8.320,00	2.600,00	2.080,00	6.240,00
3	6.240,00	2.600,00	2.080,00	4.160,00
4	4.160,00	2.600,00	2.080,00	2.080,00
5	2.080,00	2.600,00	2.080,00	0,00

Fuente: Tabla n° 61

Elaborado por: La autora

Tabla 63 Resumen de las depreciaciones

ACTIVOS	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR DEL SALVAMENTO
Const. Planta productora	20.000,00	20	1.000,00	950,00	14.250,00
Maquinaria y Equipo	1.290,00	10	129,00	116,10	580,50
Herramientas y muebles de producción	615,00	10	61,50	55,35	276,75
Utensilios	809,00	10	80,90	72,81	364,05
Equipo de oficina	200,00	10	20,00	18,00	90,00
Equipos de computación	2.300,00	3	766,67	511,11	0,00
Reinversión	2.691,00	3	897,00	598,00	598,00
Muebles y enseres	573,00	10	57,30	51,57	257,85
Vehículo	13.000,00	5	2.600,00	2.080,00	0,00
TOTAL	41.478,00	81	5.612,37	4.452,94	16.417,15

Fuente: Tablas n° 46,48,50,52,54,56 ,59 y 61

Elaborado por: La autora

5.1.1.1. Resumen de activos fijos

Para la elaboración de la tabla resumen de los activos fijos se ha considerado 8 cuentas que son necesarias para producir y administrar eficaz y eficientemente la microempresa de gomitas de gelatina, para lo cual se requiere un monto total de inversión de \$41.478,00 USD

Tabla 64 Resumen de activos fijos

DETALLE	VALOR
Local instalaciones necesarias	20.000,00
Maquinaria y Equipo	1.290,00
Herramientas y muebles de producción	615,00
Utensilios	809,00
Equipo de oficina	200,00
Equipos de computación	4.991,00
Muebles y enseres	573,00
Vehículo	13.000,00
TOTAL	41.478,00

Fuente: Tablas n° 46,48,50,52,54,56 ,59 y 61

Elaborado por: La autora

5.1.2. Activos diferidos

Para la inversión que la microempresa va a realizar en los activos diferidos, se ha tomado en cuenta, el estudio preliminar de la factibilidad posible de la empresa, la constitución legal, la patente municipal, los permisos de funcionamientos de salud, el pago de permiso de los bomberos, y finalmente el pago de registro y marca del producto, para todo ello se debe destinar un presupuesto total de \$1540, los valores de cada ítem se detallan en la tabla 63 que se encuentra a continuación:

Tabla 65 Activos diferidos

DETALLE	VALOR TOTAL
Estudio preliminar	300,00
Constitución legal	200,00
Patente municipal	150,00
Pago bomberos	15,00
Permiso de funcionamiento	125,00
Permiso de funcionamiento de salud	150,00
Registro, marca	600,00
TOTAL	1.540,00

Fuente: GAD Municipal Loja, Bomberos, ARCSA.

Elaborado por: La autora

El activo diferido de la microempresa Gummy Shop, tiene un valor total de 1540USD, por lo que la amortización de dicho activo se realizará un periodo de 5 años, con una cuota de \$308 anualmente (es decir 25,66 USD. Mensuales). En la tabla n°62 se muestran los diferentes periodos de amortización con la cuota que se deberá cancelar anualmente:

Tabla 66 Periodos de amortización del activo diferido

DETALLE	VALOR DEL ACTIVO	PERIODO DE AMORTIZACIÓN	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Activo diferido	1.540,00	5,00	308,00	308,00	308,00	308,00	308,00

Fuente: Tabla n°65

Elaborado por: La autora

5.1.3. Activo circulante o Capital de trabajo

El activo circulante o capital de trabajo son los recursos y capitales que la microempresa requiere para operar de forma normal y poder cumplir todas sus actividades a corto y largo plazo, el cálculo de dicho activo es de vital importancia ya que permite y ayuda a garantizar la supervivencia de la microempresa y permite aumentar su rentabilidad

✓ **Materia prima directa**

Dentro de este rubro la microempresa productora y comercializadora de gomitas de gelatina, se requiere: gelatina neutra o grenetina, gelatina de sabor, jarabe de maíz, y saborizante natural.

En la siguiente tabla n°67 se puede observar la cantidad de ingredientes necesarios diariamente y mensualmente, dicha tabla nos servirá para el posterior cálculo de la materia prima anual que se muestra en la tabla n° 68 y sus respectivos valores de acuerdo a la cantidad que se va a comprar.

Tabla 67 Cantidad materia prima diaria y mensual

DETALLE	CANTIDAD 1 y 2 AÑO		CANTIDAD 3 y 4 AÑO		CANTIDAD 5 AÑO	
	DIARIA	MENSUAL	DIARIA	MENSUAL	DIARIA	MENSUAL
Grenetina (gelatina) Kg	5,96	129,17	6,35	137,50	7,69	166,67
Gelatina de sabores fundas 1Kg	5,00	108,33	5,35	115,89	6,92	150,00
Jarabe de maíz (glucosa) galones US(3,79l)	2,88	62,50	3,08	66,67	4,23	91,67
Saborizantes naturales (US galón)	2,69	58,33	2,88	62,50	3,85	83,33

Elaborado por: La autora

En base a la capacidad de producción en el primer año se producirán 305.760 cajas de gomitas y en el segundo año se producirán 3276.00 cajas; para la producción de dichas cajas de gomitas se requieren; se requieren 1550kg de gelatina sin sabor, de la gelatina de sabor se requieren 1300kg, 750 galones de jarabe de maíz y 700galones de saborizante natural.

Para el tercer y cuarto año se proyecta una producción del 80 y 85% de la capacidad instalada por lo que se producirán en el tercer año 349.440 cajas de gomitas y en el cuarto año 371.280 cajas de gomitas; para las cuales las cantidades de ingredientes son las siguientes 1650kg de gelatina sin sabor, 1400 kg de gelatina de sabor, 800 galones de jarabe de maíz, y 750 galones de saborizante natural.

Para el quinto año se planea alcanzar a producir al 90% de la capacidad instalada de las máquinas, por lo que la producción del quinto año será de 393.120 cajas de gomitas de gelatina, por lo que la materia prima para el quinto año será en las siguientes cantidades, 2000kg de gelatina neutra,

1800kg de gelatina con sabor, 1100 galones de jarabe de maíz y 1000 galones de saborizante natural.

Tabla 68 Materia prima directa

DETALLE	PRECIO UNITARIO	1 y 2 años			3 y 4 años			5 años		
		CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Grenetina (gelatina) Kg	22,00	1550	2.841,67	34.100	1650	3.025	36.300	2.000	3.666,67	44.000,00
Gelatina de sabores fundas 1Kg	3,50	1300	379,17	4.550	1400	408,33	4.900	1.800	525,00	6.300
Jarabe de maíz (glucosa) galones US(3,79l)	3,50	750	218,75	2.625	800	233,33	2.800	1.100	320,83	3.850
Saborizantes naturales (US galón)	4,75	700	277,08	3.325	750	296,88	3.562,50	1.000	359,83	4.750
TOTAL			3.716,67	44.600		3.963,54	47.562,50		4.908,33	58.900

Fuente: La fabril, Imelda de Jaramillo, Levapan, Calva y Calva.

Elaborado por: La autora

Tabla 69 Incremento materia prima directa

AÑOS	VALOR TOTAL
1	44.600
2	44.600
3	47.562,50
4	47.562,50
5	58.900

Fuente: Tabla N° 68

Elaborado por: La autora

✓ Mano de obra directa e indirecta

En cuanto a la mano de obra directa que se requiere dentro del proyecto son los obreros que serán los encargados de producir las gomitas de gelatina, por lo tanto, se necesitan 2 empleados a los cuales según el IESS y el ministerio de relaciones laborales se establece que cada uno percibirá un salario total de \$526.,25 mensuales incluido todos los aspectos legales ; este rubro anualmente

entre los dos obreros tendrá un valor de \$13566,08 y por año recibirán un incremento de 0,17% de acuerdo a la tasa de inflación anual de junio de 2019 a junio2020.

Cuando nos referimos a la mano de obra indirecta dentro del presente proyecto se trata del jefe de producción que estará en cargado de supervisar y controlar todos los procesos de producción y encabezara el equipo de producción con los obreros; para poder producir un producto de calidad y a un excelente precio, cuidando que los recursos y materia prima sean usados de ser posible en su totalidad; dicho empleado percibirá un salario total de \$698,23 mensuales incluido todos los aspectos legales, lo que equivale anualmente a \$8378,80, y año a año igualmente recibirá un incremento de 0,17%.

Tabla 70 Mano de obra directa e indirecta

RUBROS	CARGO	
	OBREROS	JEFE DE PRODUCCIÓN
Sueldo Básico Unificado	400,00	500,00
Décimo Tercero	33,33	41,67
Décimo Cuarto Sueldo	33,33	33,33
Fondo de Reserva 8,33%	33,32	41,65
Aporte Patronal 12,15%	48,60	60,75
Vacaciones	16,67	20,83
TOTAL, REMUNERACIÓN	565,25	698,23
N° de empleados	2,00	1,00
TOTAL, MENSUAL	1.130,51	698,23
TOTAL, ANUAL	13.566,08	8.378,80

Fuente: Ministerio Laboral, IESS

Elaborado por: La autora

Tabla 71 Incremento mano de obra directa e indirecta

AÑOS	VALOR TOTAL OBREROS	VALOR TOTAL JEFE PRODUCCION
		0,17%
1	13.566,08	8.378,80
2	13.589,14	8.393,04
3	13.612,24	8.393,04
4	13.635,38	8.393,04
5	13.658,56	8.393,04

Fuente: Tabla n° 70

Elaborado por: La autora

✓ **Materia prima indirecta:**

La materia prima indirecta son todos aquellos materiales que forman parte importante del proceso de producción de las gomitas de gelatina, pero no son fácilmente identificables, pero son esenciales para que el producto quede terminado y pueda disponerse su comercialización, estas materias primas indirectas en el producto del presente proyecto son el envase con su etiqueta, para así poner a disposición de los clientes un producto de calidad, en la siguiente tabla se puede observar la cantidad de envases y el costo que estos van a tener cada año y mensualmente, ya que se requieren para envasar y embalar la producción de gomitas de gelatina de Gummy Shop.

En el primer y segundo año son necesarias 327,600 cajas plásticas transparentes con etiqueta, dicha cantidad representa anualmente \$42.588,00USD; en el segundo y tercer año el valor es de 371.280 cajas por lo que el monto a pagar es de 48.266,40 y para el último año se comprarán 393.120 cajas para envasar las gomitas de gelatina por lo que se incurrirá en un gasto de \$51.105,60

Tabla 72 Materia prima indirecta

DETALLE	PRECIO	1 y 2 años			3 y 4 Años			5 AÑOS		
		CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Caja plástica transparente con etiqueta	0,13	327.600	3.549,00	42.588,00	371.280	4.022,20	48.266,40	393.120	4.258,80	51.105,60
TOTAL			3.549,00	42.588,00		4.022,20	48.266,40		4.258,80	51.105,60

Fuente: Distribuidora de plásticos Karlita

Elaborado por: La autora

Tabla 73 Incremento materia prima indirecta

AÑOS	VALOR TOTAL
1	42.588,00
2	42.588,00
3	48.266,40
4	48.266,40
5	51.105,60

Fuente: Tabla n° 72

Elaborado por: La autora

✓ **Servicios básicos:**

Dentro del rubro de servicios básicos se ha considerado el pago mensual de \$56 de agua potable, \$82 de energía eléctrica y \$40 de teléfono, por lo que el pago total mensual de dichos servicios básicos es de \$178 y proyectándolo a un año el valor a pagar será de \$2136.00, en la siguiente tabla podemos ver a detalle cada uno de dichos rubros:

Tabla 74 Servicios Básicos

DETALLE	CANTIDAD		UNITARIO	COSTOS	
	MENSUAL	ANUAL		MENSUAL	ANUAL
Agua potable m3	350	4.200	0,16	56,00	672,00
Energía eléctrica	200	2.400	0,41	82,00	984,00
Teléfono min	450	5.400	0,08	36,00	432,00
TOTAL				174,00	2.088,00

Fuente: GAD Municipal de Loja, EERSA, CNT

Elaborado por: La autora

Los valores de servicios básicos se calcula anualmente un incremento del 0.17% de la inflación anual junio 2019- junio 2020; el valor total de pago de todos los servicios básicos es destinado en un 75% para la producción y un 25% para la administración de la microempresa.

Tabla 75 Incremento de los servicios básicos

AÑOS	VALOR TOTAL	PRODUCCIÓN	ADMINISTRACIÓN	TOTAL
0	0,17%	75%	25,00%	
1	2.088,00	1.566,00	522,00	2.088,00
2	2.091,55	1.568,66	522,89	2.091,55
3	2.095,11	1.571,33	523,78	2.095,11
4	2.098,67	1.574,00	524,67	2.098,67
5	2.102,23	1.576,68	525,56	2.102,23

Fuente: Tabla n° 74

Elaborado por: La autora

✓ **Indumentaria personal:**

Dentro de la indumentaria del personal necesaria para la microempresa Gummy Shop, se requiere guantes, mascarillas, para que los dos obreros y el jefe de producción puedan trabajar adecuadamente, para solventar dicho rubro se realiza un pago total mensual de \$82 y por ende anualmente se debe disponer la cantidad de \$204 USD; en la tabla N°72 podemos encontrar toda la información antes descrita con sus respectivos valores unitarios y cantidades; de igual forma a este rubro se le calcula un incremento del 0,17% de acuerdo a la inflación anual, como se puede observar en la tabla n°75.

Tabla 76 Indumentaria del personal

DETALLE	CANTIDAD		PRECIO UNITARIO	COSTOS	
	MENSUAL	ANUAL		MENSUAL	ANUAL
Caja Guantes de látex *100	1	6	10,00	10,00	60,00
Gorro de cocina	3	6	2,00	6,00	12,00
Tapa bocas plástico	3	6	15,00	45,00	90,00
Delantal	3	6	7,00	21,00	42,00
TOTAL				82,00	204,00

Fuente: Fybeca, Claim bioseguridad, AMC Ecuador y Reysan Atlantic

Elaborado por: La autora

Tabla 77 Incremento Indumentaria del personal

AÑOS	VALOR TOTAL
	0.17%
1	204,00
2	204,35
3	204,69
4	205,04
5	205,39

Fuente: Tabla N° 76

Elaborado por: La autora

✓ **Sueldos de personal administrativo:**

Para la administración de la microempresa Gummy Shop, el personal que labora percibe un sueldo básico unificado mas todos los beneficios de ley, para lo cual contamos con un gerente que percibe un sueldo total mensual es de \$1097,17 incluidos los beneficios de ley; el sueldo de la secretaria contadora mensualmente es de \$618,45 incluidos beneficios de ley y el sueldo del guardia-conserje es de \$561,25; por lo que mensualmente al personal administrativos se le cancela un total de \$2276,87, y al año por los tres trabajadores se cancelará \$ 27.322,46 dólares.

Tabla 78 Sueldos administrativos

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
	GERENTE	SECRETARIA- CONTADORA	CONSERJE - GUARDIA
Sueldo básico unificado	800,00	440,00	400,00
Décimo tercero	66,67	36,67	33,33
Décimo Cuarto Sueldo	33,33	33,33	33,33
Fondo de reserva 8,33%	66,64	36,65	33,32
Aporte Patronal 12,15%	97,20	53,46	44,60
Vacaciones	33,33	18,33	16,67
TOTAL, REMUNERACIÓN	1.097,17	618,45	561,25
# Empleados	1,00	1,00	1,00
TOTAL, MENSUAL	1.097,17	618,45	561,25
TOTAL, ANUAL	13.166,08	7.421,34	6.735,04
TOTAL, MENSUAL TODOS		2.276,87	
TOTAL, ANUAL TODOS		27.322,46	

Fuente: Ministerio Laboral, IESS

Elaborado por: La autora

A cada trabajador del personal administrativo, se le calculará un aumento anual en base al 0,17% de la inflación anual de junio 2019 – junio 2020, por lo que obtenemos los siguientes datos totales de los sueldos administrativos en conjunto:

Tabla 79 Incremento sueldo personal administrativo

AÑOS	SUELDO TOTAL ADMINISTRATIVOS
	0,17%
1	27.322,46
2	27.368,91
3	27.415,44
4	27.462,05
5	27.508,73

Fuente: Tabla N° 78

Elaborado por: La autora

✓ Personal de ventas

Dentro de este rubro se considera dos empleados, una persona que será el jefe de ventas que se encargará de supervisar y ejecutar planes de ventas para un resultado eficiente y eficaz en cuanto a las ventas de Gomas de gelatina, a dicho jefe se le tomará en cuenta como salario básico unificado \$480 para los posteriores cálculos con beneficios de ley.

Por ende, mensualmente se le cancelará un total de \$674,64, el segundo empleado hará la función de chofer vendedor y se tomará en cuenta un salario básico unificado sectorial de \$594,06 USD que se tomará en cuenta para el cálculo de todos los beneficios de ley, por lo que dicho empleado percibe mensualmente un monto total de \$823,31 USD.

Por lo tanto, el total mensual por ambos empleados es 1.494,95 y el total anual a cancelar en este rubro por los dos es \$ 17.939,42. USD como podemos observar en la tabla N°80.

Tanto al jefe de ventas, como al chofer – vendedor, anualmente se le calculará un aumento del 0,17% de la inflación anual de junio 2019 – junio 2020, por lo que obtenemos los siguientes datos que se muestran en la tabla N°80 expuesta en la parte inferior:

Tabla 80 Personal de ventas

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	Chofer, Vendedor	Jefe de ventas
Sueldo Básico Unificado	594,06	480,00
Décimo tercero	49,51	40,00
Décimo Cuarto Sueldo	33,33	33,33
Fondo de reserva 8,33%	49,49	39,98
Aporte Patronal 11,15%	72,18	58,32
Vacaciones	24,75	20,00
TOTAL, REMUNERACIÓN	823,31	671,64
# Empleados	1,00	1,00
TOTAL, MENSUAL	823,31	671,64
TOTAL, ANUAL	9.879,77	8.059,65
TOTAL, MENSUAL DE TODOS	1.494,95	
TOTAL, ANUAL PERSONAL VENTAS	17.939,42	

Fuente: Ministerio Laboral, IESS

Elaborado por: La autora

Tabla 81 Incremento personal de ventas

AÑOS	SUELDO TOTAL VENTAS
	0,17%
1	17.939,42
2	17.969,92
3	18.000,47
4	18.031,07
5	18.061,72

Fuente: Tabla N° 80

Elaborado por: La autora

✓ **Útiles de oficina:**

Dentro del rubro útiles de oficina, que se requieren para que el personal pueda laborar de forma adecuada en ininterrumpida, se necesita comprar anualmente 6 tintas de impresora, 2 sellos, 4 carpetas, 6 resmas de hojas de papel A4, 2 cajas de esferos (x20), 2 cajas de lápices (x12), 2 grapadoras y dos perforadoras, 24 cajas de grapas, 3 cajas de clip, 3 cuadernos académicos, 12 talonarios de facturas y 2 archivadores, para lo cual se requiere un monto total anual de \$253,75 USD. Dicho rubro también requiere un incremento del 0.17% del valor total anual a cancelar.

Tabla 82 Útiles de oficina

DETALLE	CANTIDAD			COSTOS	
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Tintas de impresora	2	6	7,00	14,00	42,00
Sellos	2	2	3,50	7,00	7,00
Carpetas (unidad)	2	5	0,50	1,00	2,50
Hojas de papel A4(resma)	2	6	2,65	5,30	15,90
Esferos (cajas x20)	2	2	3,00	6,00	6,00
Lápices (caja x 12)	2	2	2,50	5,00	5,00
Grapadoras	2	2	3,00	6,00	6,00
Perforadoras	2	2	3,20	6,40	6,40
Grapas cajas	2	24	1,30	2,60	31,20
Clip	2	3	1,25	2,50	3,75
Cuadernos académicos	2	3	1,00	2,00	3,00
Talonario de facturas	2	12	10,00	20,00	120,00
Archivadores	2	2	2,50	5,00	5,00
TOTAL				82,80	253,75

Fuente: La reforma, Papelería Santiago
Elaborado por: La autora

Tabla 83 Incremento de útiles de oficina

AÑOS	VALOR TOTAL
	0.17%
1	253,75
2	254,18
3	254,61
4	255,05
5	255,48

Fuente: Tabla N°82
Elaborado por: La autora

✓ **Útiles de aseo:**

Los útiles de aseo necesarios para poder realizar la limpieza y desinfección adecuada y oportuna de las instalaciones, por lo que es necesario comprar anualmente 3 lava de 100gr, 6 esponjas de lavar, 10 detergente de 5Kg, 6 jabones de tocador, 6 desinfectantes, 12 Ajax cloro de 4Lts, 2 cestas de basura, 2 recogedores, 12 franelas, 6 escobas y 6 trapeadores, dichos útiles se los adquiere mensualmente por un costo de \$65 USD, y anualmente se gasta \$233.90 USD.

Para calcular el valor de este rubro para los cinco años de funcionamiento de la microempresa, se toma el valor total anual y se incrementa 0,17% que es la tasa de inflación anual.

Tabla 84 Útiles de aseo

DETALLE	CANTIDAD		PRECIO UNITARIO	COSTOS	
	MENSUAL	ANUAL		MENSUAL	ANUAL
Lava 1000g	1	3	10,00	10,00	30,00
Esponja de lavar	2	6	0,35	0,70	2,10
Detergente 5Kg	2	10	8,50	17,00	85,00
Jabón de tocador	2	6	2,20	4,40	13,20
Desinfectante	2	6	3,20	6,40	19,20
Ajax cloro 4 Lts	2	12	2,65	5,30	31,80
Cesta de basura	2	2	3,00	6,00	6,00
Recogedores	2	2	2,00	4,00	4,00
Franelas	2	12	1,50	3,00	18,00
Escobas	2	6	2,00	4,00	12,00
Trapeadores	2	6	2,10	4,20	12,60
TOTAL				65,00	233,90

Fuente: Supermaxi, Imelda de Jaramillo y Calva y Calva

Elaborado por: La autora

Tabla 85 Incremento útiles de aseo

AÑOS	VALOR TOTAL
	0,17%
1	233,90
2	234,30
3	234,70
4	235,09
5	235,49

Fuente: Tabla N° 84

Elaborado por: La autora

✓ **Publicidad**

En el rubro de la publicidad dentro del presente proyecto se han considerado tres formas de publicitar a la microempresa, la primera son la difusión de imágenes atractivas por redes sociales, para lo cual se requiere un valor de \$10 mensual ,se hará la entrega de hojas volantes mensualmente por lo que se deberá destinar un total de \$13 USD para dicha entrega, el tercer medio de comunicación en el que se hará una inversión es la radio, para la cual se ha destinado un presupuesto de 5\$ mensuales y también se pasarán publicidades a través de la prensa escrita que gracias a las amistades nos ha permitido un espacio gratuito en Ecotel Press ; es así que en publicidad se invertirá \$ 163 USD de forma anual como se lo muestra en la siguiente tabla.

Tabla 86 Publicidad

DETALLE	CANTIDAD			COSTOS	
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Publicidad redes sociales	1	12	10,00	10,00	120,00
Hojas volantes	100	1300	0,01	1,00	13,00
Radio	1	6	5,00	5,00	30,00
Prensa Escrita					
TOTAL				16,00	163,00

Fuente: Facebook, Instagram, WhatsApp, Imprenta Santiago, Radio la Hechicera.

Elaborado por: La autora

Tabla 87 Incremento publicidad

AÑOS	VALOR TOTAL
	0.17%
1	163,00
2	163,28
3	163,55
4	163,83
5	164,11

Fuente: Tabla N°86

Elaborado por: La autora

✓ Combustible y mantenimiento

Para este rubro se ha tomado en cuenta que el vehículo necesita movilizarse y mantenerse en óptimas condiciones y poder realizar las compras de materia prima, y entregas del producto terminado, para lo antes mencionado en la siguiente tabla se detalla que se requiere anualmente 960 galones de diésel por un valor total de \$ 995.52 USD, se debe realizar dos mantenimientos al año por lo que se ha destinado un presupuesto de \$50, y se realizaran 6 cambios de aceite anualmente con un costo de \$120. Por lo que el presupuesto para cubrir dicho rubro es de \$1165,52 anuales; además cada año de vida del proyecto se le calcula un incremento del 0,17% como se puede observar en la tabla N°85.

Tabla 88 Combustible y mantenimiento

DETALLE	CANTIDAD			COSTOS	
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Diésel GAL	80	960	1,04	82,96	995,52
Cambio de aceite	1	6	20,00	20,00	120,00
Mantenimiento	2	2	25,00	50,00	50,00
TOTAL				152,96	1.165,52

Fuente: Gasolinera Valdivieso, Talleres Luis

Elaborado por: La autora

Tabla 89 Incremento Combustible y mantenimiento

AÑOS	VALOR TOTAL
	0,17%
1	1.165,52
2	1.167,50
3	1.169,49
4	1.171,47
5	1.173,47

Fuente: Tabla N° 89

Elaborado por: La autora

✓ **Arriendo propio**

Dentro de este rubro se considera un pago para aportar a la remodelación o reparo alguno del local propio de la compañía limitada; se ha detallado mensualmente un valor de 150 y por ende al año se cancelará un valor total de \$1.800 USD, como se lo puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 90 Arriendo local propio

DETALLE	COSTOS	
	MENSUAL	ANUAL
Arriendo	150,00	1.800,00
TOTAL		1.800,00

Fuente: Compañía Itada. Gummy Shop

Elaborado por: La autora

5.1.3.1. Resumen de activo circulante o capital de trabajo:

Dentro del resumen de activos circulantes tenemos, los rubros de materia prima directa e indirecta, mano de obra directa e indirecta, servicios básicos, indumentaria del personal, sueldos del personal administrativo, sueldo del personal de ventas, útiles de oficina y de aseo, publicidad, combustible y mantenimiento y arriendo, por lo que el valor total mensual es de 13.588,99 y el anual total es de \$160.302,93

Tabla 91 Resumen activo circulante

DETALLE	CUADRO N°	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima Directa	68	3.716,67	44.600,00
Materia Prima Indirecta	72	3.549,00	42.588,00
Mano de Obra Directa	70	1.130,51	13.566,08
Mano de Obra Indirecta	70	698,23	8.378,80
Servicios Básicos	74	174,00	2.088,00
Indumentaria del personal	76	82,00	204,00
Sueldo personal administrativo	78	2.276,87	27.322,46
Sueldo al personal de ventas	80	1.494,95	17.939,42
Útiles de oficina	82	82,80	253,75
Útiles de aseo	84	65,00	233,90
Publicidad	86	16,00	163,00
Combustible y mantenimiento	88	152,96	1.165,52
Arriendo	90	150,00	1.800,00
TOTAL		13.588,99	160.302,93

Fuente: Tablas N° ,68,70,72,74,76,78,80,82,84,86,88,90

Elaborado por: La autora

5.1.4. Resumen de activos:

En el siguiente cuadro se puede observar detalladamente los diferentes activos que los socios capitalistas requieren cubrir para poder poner en funcionamiento el negocio, dentro del activo fijo se ha considerado un monto total de \$41.478,00 el presupuesto para el activo diferido es de \$1.540,00; y para el activo circulante es necesario contar con un monto total de \$13.588,99; es decir el proyecto requiere una inversión de \$56.606,99

Tabla 92 Resumen de activos

DETALLE	CUADRO N°	VALOR
Activo Fijo	64	41.478,00
Activo Diferido	65	1.540,00
Activo Circulante (MENSUAL)	91	13.588,99
TOTAL		56.606,99

Fuente: Tablas N° 64,65 y 91

Elaborado por: La autora

5.2. Financiamiento

El proyecto requiere una inversión total de \$56.606,99 dicha suma de dinero será financiado de la siguiente manera, el 64,67% con capital propio aportado por los socios en partes iguales, dicho capital corresponde al valor de \$36.606,99; la parte restante de la inversión que corresponde al 35,33% será obtenida mediante un préstamo de una entidad financiera y representa un valor total de \$20.000, lo antes mencionado se lo puede observar en el siguiente cuadro:

Tabla 93 Financiamiento

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Préstamo	20.000,00	35,33
Aporte de los Socios	36.606,99	64,67
TOTAL, INVERSION	56.606,99	100,00

Fuente: Cooperativa JEP y Capital de los socios

Elaborado por: La autora

En la siguiente tabla N°93 se muestra la información que corresponde a la amortización para el crédito de \$20.000 que se ha solicitado en la Cooperativa de ahorro y crédito Juventud Ecuatoriana Progresista (JEP), con un plazo de cinco años en pagos semestrales, y a una tasa del 11% de interés.

Tabla 94 Tabla de amortización del crédito

AÑO	SEMESTRE	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDOS	CAPITAL REDUCIDO
	0				20.000,00
1	1	2.000,00	1.100,00	3.100,00	18.000,00
	2	2.000,00	990,00	2.990,00	16.000,00
2	3	2.000,00	880,00	2.880,00	14.000,00
	4	2.000,00	770,00	2.770,00	12.000,00
3	5	2.000,00	660,00	2.660,00	10.000,00
	6	2.000,00	550,00	2.550,00	8.000,00
4	7	2.000,00	440,00	2.440,00	6.000,00
	8	2.000,00	330,00	2.330,00	4.000,00
5	9	2.000,00	220,00	2.220,00	2.000,00
	10	2.000,00	110,00	2.110,00	0,00

Fuente: Cooperativa JEP y Capital de los socios

Elaborado por: La autora

5.3. Análisis de costos

5.3.1. Presupuesto proyectado de producción

Dentro del presupuesto proyectado, se incluyen los costos y gastos que se van a generar durante la producción, y el funcionamiento de la microempresa, para el cálculo de la proyección de los costos y gastos se tomó en cuenta varios activos, como son materia prima directa e indirecta, sueldos de personales, maquinarias, indumentarias, depreciaciones en forma anual, los incrementos anuales se calcularon en base al 0,17% de acuerdo a la tasa de inflación anual de junio 2019 a junio 2020, según el boletín del INEC

En la tabla n° 95 que se muestra a continuación podemos observar a detalle todos los rubros que se han tomado en cuenta para determinar el presupuesto de costos totales de producción anuales.

Tabla 95 Presupuesto proyectado

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCION					
Costo primo					
Materia Prima directa	44.600,00	44.600,00	47.562,50	47.562,50	58.900,00
Mano de obra directa	13.566,08	13.589,14	13.612,24	13.635,38	13.658,56
TOTAL, DE COSTO PRIMO	58.166,08	58.189,14	61.174,74	61.197,88	72.558,56
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
Materiales indirectos	42.588,00	42.588,00	48.266,40	48.266,40	51.105,60
Mano de obra indirecta	8.378,80	8.393,04	8.393,04	8.393,04	8.393,04
Servicios básicos para la producción	1.566,00	1.568,66	1.571,33	1.574,00	1.576,68
Indumentaria de personal de producción	204,00	204,35	204,69	205,04	205,39
Depreciación Maquinaria y Equipo	116,10	116,10	116,10	116,10	116,10
Depr. herramientas y muebles de producción	55,35	55,35	55,35	55,35	55,35
TOTAL, GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	52.908,25	52.925,50	58.606,92	58.609,94	61.452,16
TOTAL, COSTOS DE PRODUCCIÓN	111.074,33	111.114,65	119.781,66	119.807,82	134.010,73
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	27.322,46	27.368,91	27.415,44	27.462,05	27.508,73
Útiles de oficina	253,75	254,18	254,61	255,05	255,48
Arriendo	1.800,00	1.803,06	1.806,13	1.809,20	1.812,27
Depreciaciones Equipos de oficina	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Depreciaciones Equipos de cómputo	511,11	511,11	511,11	598,00	598,00
Depr. muebles y enseres administrativos	51,57	51,57	51,57	51,57	51,57
Servicios básicos	522,00	522,89	523,78	524,67	525,56
Útiles de aseo	233,90	234,30	234,70	235,09	235,49
Amortización del diferido	308,00	308,00	308,00	308,00	308,00
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS	31.020,80	31.072,02	31.123,33	31.261,62	31.313,11
GASTOS DE VENTA					
Sueldo personal de ventas	17.939,42	17.969,92	18.000,47	18.031,07	18.061,72
Publicidad	163,00	163,28	163,55	163,83	164,11
Depreciación vehículo	2.080,00	2.080,00	2.080,00	2.080,00	2.080,00
Combustible y mantenimiento	1.165,52	1.167,50	1.169,49	1.171,47	1.173,47
TOTAL, GASTOS DE VENTAS	21.347,94	21.380,70	21.413,51	21.446,37	21.479,30
GASTOS FINANCIEROS					
Interés del préstamo	2.090,00	1.650,00	1.210,00	770,00	330,00
TOTAL, GASTOS FINANCIEROS	2.090,00	1.650,00	1.210,00	770,00	330,00
OTROS GASTOS					
Amortización del capital	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
TOTAL, OTROS GASTOS	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
TOTAL, GASTOS DE OPERACIÓN	58.458,73	58.102,72	57.746,84	57.477,99	57.122,40
TOTAL, PRESUPUESTO COSTOS TOTALES	169.533,06	169.217,36	177.528,50	177.285,81	191.133,13

Fuente: Tablas N°, 46 ,47 ,48 ,49, 50 ,51, 52...hasta 94

Elaborado por: La autora

5.3.2. Costo unitario de producción

El costo unitario de producción es el valor monetario que tiene cada producto por unidad producida, para el cálculo de dicho costo se toma en cuenta los costos totales de producción y se divide para el número de unidades que produce la microempresa; la ,microempresa Gummy Gomas, muestra la siguiente tabla donde se detalla los costos totales de producción y el número de unidades producidas anualmente, y se puede observar cómo año a año el costo de producción va bajando debido a que las unidades que se producen van ascendiendo.

Tabla 96 Costo unitario de producción

AÑOS	COSTO	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN
1	169.533,06	305.760,00	0,55
2	169.217,36	327.600,00	0,52
3	177.528,50	349.440,00	0,51
4	177.285,81	371.280,00	0,48
5	191.133,13	393.120,00	0,49

Fuente: Tabla N°95

Elaborado por: La autora

5.3.3. Costo unitario de venta al público

El costo unitario de venta al público o también conocido como precio de venta al público (PVP), se calcula tomando en cuenta el costo unitario de producción y se le calcula un margen de utilidad o rentabilidad, esto nos permitirá conocer a que valor se va a vender el producto al cliente final, el margen de ganancia que vamos a tener y sobretodo, es muy importante ya que de este depende la decisión final del cliente al comprar o rechazar el producto ya que puede ser sometido a comparación en cuanto a cantidad y calidad frente a un mismo producto que oferte la competencia. En la siguiente tabla se puede apreciar que el PVP de la caja de gomitas de gelatina de 500gr para los cinco años de duración de la empresa será de 1,00.

Tabla 97 Costo unitario de venta al público

AÑOS	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PVP
1	0,55	80,00%	1,00
2	0,52	93,00%	1,00
3	0,51	97,00%	1,00
4	0,48	109,00%	1,00
5	0,49	106,00%	1,00

Fuente: Tabla N°96

Elaborado por: La autora

5.3.3.1. Ingresos por ventas

Los ingresos por ventas anuales se calculan en base a las unidades producidas por el precio de venta al público y se obtiene el resultado anual, en la siguiente tabla N° 98 podemos observar año a año la cantidad de ingresos por ventas que va a tener la microempresa.

Tabla 98 Ingresos por ventas

AÑOS	UNIDADES PRODUCIDAS	PVP	INGRESO POR VENTAS
1	305.760,00	1,00	305.760,00
2	327.600,00	1,00	327.600,00
3	349.440,00	1,00	349.440,00
4	371.280,00	1,00	371.280,00
5	393.120,00	1,00	393.120,00

Fuente: Tabla N°97

Elaborado por: La autora

5.3.4. Clasificación de los costos

5.3.4.1. Costos fijos

Los costos fijos son gastos de la actividad que no dependen del nivel de bienes y servicios producidos por la empresa. Con frecuencia se hace referencia a ellos con el término gastos generales. (Bujan Perez, 2019)

5.3.4.2. Costos variables

El costo variable dentro de un proyecto es importante, puesto que este permite maximizar los recursos de la empresa, puesto que esta sólo requerirá de los costos que estrictamente requiera la producción, según su nivel. (Santibañez, 2018)

Tabla 99 Clasificación de los costos

DETALLE	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTOS DE PRODUCCION										
Costo Primo										
Materia prima directa		44.600,00		44.600,00		47.562,50		47.562,50		58.900,00
Mano de Obra directa	13.566,08		13.589,14		13.612,24		13.635,38		13.658,56	
TOTAL, DE COSTO PRIMO	13.566,08	44.600,00	13.589,14	44.600,00	13.612,24	47.562,50	13.635,38	47.562,50	13.658,56	58.900,00
GASTOS GENERALES DE FABRICACION										
Materiales Indirectos		42.588,00		42.588,00		48.266,40		48.266,40		51.105,60
Mano de Obra indirecta	8.378,80		8.393,04		8.393,04		8.393,04		8.393,04	
Serv básicos para producción		1.566,00		1.568,66		1.571,33		1.574,00		1.576,68
Indumentaria de personal de producción	204,00		204,35		204,69		205,04		205,39	
Depreciación Maquinaria y equipo	116,10		116,10		116,10		116,10		116,10	
Depreciación herramientas y muebles de producción	55,35		55,35		55,35		55,35		55,35	
TOTAL, DE GASTOS GENERALES DE FABRICACION	8.754,25	44.154,00	8.768,84	44.156,66	8.769,19	49.837,73	8.769,54	#####	8.769,88	52.682,28
TOTAL, COSTOS DE PRODUCCION	22.320,33	88.754,00	22.357,98	88.756,66	22.381,43	97.400,23	22.404,92	97.402,90	22.428,45	111.582,28
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	27.322,46		27.368,91		27.415,44		27.462,05		27.508,73	
Útiles de Oficina	253,75		254,18		254,61		255,05		255,48	
Arriendo	1.800,00		1.803,06		1.806,13		1.809,20		1.812,27	
Depreciaciones equipos de oficina	18,00		18,00		18,00		18,00		18,00	
Depreciación equipo de computación	511,11		511,11		511,11		598,00		598,00	
Depreciación de muebles y enseres administrativos	51,57		51,57		51,57		51,57		51,57	
Serv. Básicos		522,00		522,89		523,78		524,67		525,56
Útiles de Aseo	233,90		234,30		234,70		235,09		235,49	
Amortización del diferido	308,00		308,00		308,00		308,00		308,00	
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS	30.498,80	522,00	30.549,13	522,89	30.599,56	523,78	30.736,95	524,67	30.787,55	525,56
GASTOS DE VENTA										
Sueldos Personal de Ventas	17.939,42		17.969,92		18.000,47		18.031,07		18.061,72	
Publicidad	163,00		163,28		163,55		163,83		164,11	
Depreciación Vehículo	2.080,00		2.080,00		2.080,00		2.080,00		2.080,00	
Combustible y mantenimiento		1.165,52		1.167,50		1.169,49		1.171,47		1.173,47
TOTAL, GASTOS DE VENTAS	20.182,42	1.165,52	20.213,19	1.167,50	20.244,02	1.169,49	20.274,90	1.171,47	20.305,83	1.173,47
GASTOS FINANCIEROS										
Interés del Préstamo	2.090,00		1.650,00		1.210,00		770,00		330,00	
TOTAL, GASTOS FINANCIEROS	2.090,00		1.650,00		1.210,00		770,00		330,00	
OTROS GASTOS										
Amortización del capital	4.000,00		4.000,00		4.000,00		4.000,00		4.000,00	
TOTAL, OTROS GASTOS	4.000,00		4.000,00		4.000,00		4.000,00		4.000,00	
TOTAL, GASTOS DE OPERACIÓN	56.771,21	1.687,52	56.412,33	1.690,39	56.053,58	1.693,26	55.781,85	1.696,14	55.423,38	1.699,02
TOTAL, COSTOS FIJOS Y VARIABLES	79.091,54	90.441,52	78.770,31	90.447,05	78.435,01	99.093,49	78.186,77	99.099,04	77.851,83	113.281,30
TOTAL, COSTOS TOTALES	169.533,06		169.217,36		177.528,50		177.285,81		191.133,13	

Fuente: Tabla N°95

Elaborado por: La autora

5.3.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es la cantidad mínima de unidades que se deben vender en un periodo determinado con la finalidad de poder pagar todos los costos, y sin obtener ganancias, dicho punto se puede calcular en base a la ventas o a la capacidad instalada de la microempresa, en la siguiente tabla podemos observar los ingresos totales anuales, así como los costos fijos, variables y totales que nos servirán para calcular el punto de equilibrio del primer y quinto año en cuanto a ventas y del primer y quinto año en cuanto a capacidad instalada.

Tabla 100 Punto de equilibrio, ingresos totales, c fijos, c variables y c totales.

AÑOS	INGRESOS VENTAS TOTALES	C.FIJOS	C.VARIABLES	C.TOTAL
1	305.760,00	79.091,54	90.441,52	169.533,06
2	327.600,00	78.770,31	90.447,05	169.217,36
3	349.440,00	78.435,01	99.093,49	177.528,50
4	371.280,00	78.186,77	99.099,04	177.285,81
5	393.120,00	77.851,83	113.281,30	191.133,13

Fuente: Tabla N°99

Elaborado por: La autora

5.3.5.1. Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1,00 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}} =$$

✓ Primer año en función de la capacidad instalada

$$PE1 = \frac{79.091,54}{1,00 - \frac{90.441,52}{305.760,00}}$$

$$PE1 = \frac{79.091,54}{1,00 - 0,30}$$

$$PE1 = \mathbf{112.312.84}$$

✓ **Quinto año en función de la capacidad instalada**

$$PE5 = \frac{77.851,83}{1,00 - \frac{113.281,30}{393.120,00}}$$

$$PE5 = \frac{77.851,83}{1,00 - 0,29}$$

$$PE5 = \mathbf{109.366,97}$$

5.3.5.2. Punto de equilibrio en función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos totales}}{\text{ventas totales}} * 100$$

✓ **Primer año en función de las ventas**

$$PE1 = \frac{79.091,54}{305.760,00} * 100$$

$$PE1 = 0,26 * 100 = \mathbf{26}$$

✓ **Quinto año en función de las ventas**

$$PE = \frac{77.851,83}{393.120,00} * 100$$

$$PE1 = 0,20 * 100 = \mathbf{20}$$

5.3.6. Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias muestra que tan rentable ha sido la microempresa Gummy Shop a lo largo de un período determinado, con la finalidad de que dicha información permita a los socios analizar la situación financiera, estructura de ingresos, costos y tomar decisiones, con respecto a que tan efectiva está resultando la microempresa.

Tabla 101 Estado de pérdidas y ganancias

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
Ventas	305.760,00	327.600,00	349.440,00	371.280,00	393.120,00
(+) VALOR RESIDUAL					5.612,37
TOTAL, DE INGRESOS	305.760,00	327.600,00	349.440,00	371.280,00	398.732,37
2. EGRESOS					
(-) Costos de producción	111.074,33	111.114,65	119.781,66	119.807,82	134.010,73
(-) Gastos de operación	58.458,73	58.102,72	57.746,84	57.477,99	57.122,40
TOTAL, DE EGRESOS	169.533,06	169.217,36	177.528,50	177.285,81	191.133,13
UTILIDA BRUTA 1-2	136.226,94	158.382,64	171.911,50	193.994,19	207.599,24
(-)15%De distribución Utilidad	20.434,04	23.757,40	25.786,73	29.099,13	31.139,89
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	115.792,89	134.625,24	146.124,78	164.895,06	176.459,35
(-)25% Impuesto a la Renta	28.948,22	33.656,31	36.531,19	41.223,76	44.114,84
UTILIDAD LÍQUIDA ANTES DE RESERVA	86.844,67	100.968,93	109.593,58	123.671,29	132.344,52
(-) 10% reserva legal	8.684,47	10.096,89	10.959,36	12.367,13	13.234,45
(=) UTILIDAD LIQUIDA	78.160,20	90.872,04	98.634,22	111.304,16	119.110,06

Fuente: Tabla N°100

Elaborado por: La autora

Capítulo 6

Dentro del presente capítulo, se va a abordar toda la evaluación financiera necesaria para poder determinar la situación económica de la microempresa, es decir mediante el flujo de caja, VAN, TIR, PRC, y los diferentes análisis de sensibilidad, los socios capitalistas van a poder tomar decisiones acertadas.

6. Evaluación financiera

La situación financiera y económica de la empresa, permitirá determinar si el proyecto es o no rentable y si la inversión que se va a realizar va a permitir obtener rentabilidad y si se va a poder recuperar o no el capital que se va a invertir dentro de la microempresa.

6.1. Flujo de caja

Dentro del flujo de caja o flujo de efectivo, se muestra todos los ingresos y egresos que tiene la microempresa, así como el total del flujo de caja neto, después de restar el 10% del reparto de utilidad, menos el 25% de impuesto a la renta, y de sumar las depreciaciones y amortizaciones.

Tabla 102 Flujo de caja

DESCRIPCIONES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1.INGRESOS						
Ventas Totales		305.760,00	327.600,00	349.440,00	371.280,00	393.120,00
Valor Salvamento						5.612,37
Capital Financiero	20.000,00					
Capital Propio	36.606,99					
TOTAL, DE INGRESOS	56.606,99	305.760,00	327.600,00	349.440,00	371.280,00	398.732,37
2. EGRESOS						
Activo Fijo	41.478,00					
Activo Diferido	1.540,00					
Activo corriente	13.588,99					
Costo de producción		111.074,33	111.114,65	119.781,66	119.807,82	134.010,73
(+) Gastos de operación		58.458,73	58.102,72	57.746,84	57.477,99	57.122,40
TOTAL, DE EGRESOS	56.606,99	169.533,06	169.217,36	177.528,50	177.285,81	191.133,13
UTILIDAD BRUTA 1-2		136.226,94	158.382,64	171.911,50	193.994,19	207.599,24
(-) 15% de Reparto de Utilidad		20.434,04	23.757,40	25.786,73	29.099,13	31.139,89
(-) 25% de Impuesto a la Renta		28.948,22	33.656,31	36.531,19	41.223,76	44.114,84
(=) UTILIDAD		86.844,67	100.968,93	109.593,58	123.671,29	132.344,52
(+) Amortización diferido		308,00	308,00	308,00	308,00	308,00
(+) Depreciaciones)		4.452,94	4.452,94	4.452,94	4.452,94	4.452,94
TOTAL, FLUJO DE CAJA NETO	0,00	91.605,61	105.729,87	114.354,52	128.432,23	137.105,46

Fuente: Tabla N°101

Elaborado por: La autora

6.2. Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto (VAN) es un indicador que permite determinar si el proyecto incrementará la inversión inicial; el resultado del VAN de este proyecto se calcula en base al flujo neto y se le calcula un factor de actualización del 11%, y se obtiene los flujos netos actualizados, como se muestra en la tabla que se encuentra a continuación; luego se aplica la fórmula del VAN = Flujo de caja – Inversión; y se obtuvo como resultado \$361.316,99; por lo que podemos considerar como un van positivo y esto significa que la empresa incrementara su valor al aumentar el capital que se invirtió al inicio.

Tabla 103 Valor actual neto

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
		11%	
	56.606,99		
1	91.605,61	0,90	82.527,58
2	105.729,87	0,81	85.812,74
3	114.354,52	0,73	83.615,04
4	128.432,23	0,66	84.602,29
5	137.105,46	0,59	81.365,42
TOTAL	577.227,70		417.923,06

Fuente: Tabla N°102

Elaborado por: La autora

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} &= \text{Flujo de Caja} & - & \text{Inversión} \\
 \text{VAN} &= 417.923,06 & - & 56.606,99 \\
 \text{VAN} &= 361.316,07 & &
 \end{aligned}$$

6.3. Periodo de recuperación del capital

El periodo de recuperación de capital, es el cálculo que se realiza para conocer en qué tiempo se va a recuperar el capital invertido en la microempresa, Gummy Shop; para este cálculo se toma en cuenta el total del flujo de caja neto, menos la inversión inicial y todo esto, dividido para el flujo neto del último año.

Tabla 104 Totales de flujo de caja para PRC

AÑO	FLUJO NETO
	56.606,99
1	91.605,61
2	105.729,87
3	114.354,52
4	128.432,23
5	137.105,46
TOTAL	577.227,70

Fuente: Tabla N°103
Elaborado por: La autora

$$\text{PRC} = \frac{\text{TOTAL, FLUJO DE CAJA} - \text{INVERSION INICIAL}}{\text{FLUJO DE CAJA (ULTIMO AÑO)}}$$

$$\text{PRC} = \frac{577.227,70 - 56.606,99}{137.105,46}$$

$$\text{PRC} = \frac{520.620,71}{137.105,46}$$

$$\text{PRC} = 3,80$$

El periodo de recuperación del proyecto es de 3 años, 9 meses, 17 días.

6.1. Relación beneficio Costo

La relación beneficio costo nos permite, conocer cuánto dinero vamos a ganar por cada dólar invertido, por lo que luego de aplicar la fórmula que es igual a los ingresos actualizados divididos para los egresos actualizados que se calculan con el factor de actualización del 11%; y se obtiene el resultado que por cada dólar obtenemos un beneficio de 0.97 ctvs., lo que significa una ganancia alentadora para la puesta en marcha del proyecto de inversión.

Tabla 105 Relación Beneficio Costo

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACION.	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
			11%		
1	305.760,00	169.533,06	0,90	275.459,46	152.732,49
2	327.600,00	169.217,36	0,81	265.887,51	137.340,61
3	349.440,00	177.528,50	0,73	255.507,52	129.807,31
4	371.280,00	177.285,81	0,66	244.573,64	116.783,66
5	398.732,37	191.133,13	0,59	236.628,25	113.428,21
TOTAL				1.278.056,37	650.092,27

Fuente: Tabla N°104

Elaborado por: La autora

$$\text{RELACIÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

$$\text{RELACIÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{1.278.056,37}{650.092,27}$$

$$\text{RELACIÓN COSTO BENEFICIO} = 1,97$$

6.2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, esta tasa permite a la microempresa Gummy Shop determinar si el proyecto de inversión es o no rentable y ayuda a decidir sobre la aceptación o rechazo de este, ya que a una mayor TIR mayor rentabilidad. En la siguiente tabla se puede observar en la menor se tiene un factor de actualización de 172,91% y en la TIR mayor el factor de actualización es 172,92%; por lo que luego de los cálculos se obtuvo que la TIR del proyecto tiene un valor de 172,92.

Tabla 106 Tasa Interna de Retorno

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION Tm (menor)	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION TM (mayor)	VAN MAYOR
		172,91%		172,92%	
0			56.606,99		56.606,99
1	91.605,61	0,36642116	33.566,24	0,3664077	33.565,01
2	105.729,87	0,13426447	14.195,77	0,1342546	14.194,73
3	114.354,52	0,04919734	5.625,94	0,0491919	5.625,32
4	128.432,23	0,01802695	2.315,24	0,0180243	2.314,90
5	137.105,46	0,00660546	905,64	0,0066042	905,48
		TOTAL	56.608,82	TOTAL	56.605,43
		VAN +	1,83	VAN -	-1,56

Fuente: Tabla N°105
Elaborado por: La autora

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}\right)$$

$$TIR = 172.91 + 0.01\left(\frac{1,83}{1,834 - (-1,560)}\right)$$

$$TIR = 172.91 + 0.01\left(\frac{1,83}{3,39}\right)$$

$$TIR = 172.91 + 0.01(0.54)$$

$$TIR = 172.91 + 0.00540$$

$$\mathbf{TIR = 172,92}$$

6.2.1. Análisis de sensibilidad con incremento en los costos

Tabla 107 Análisis de sensibilidad con un 67,26% de incremento en los costos

AÑO	COSTOS ORIGINALES	COSTOS TOTALES ORIGINALES	INGRESOS ORIGINALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MAYOR
		67,26%			66,59%		66,60%	
0						56.606,99		56.606,99
1	169.533,06	283.561,00	305.760,00	22.199,00	0,600276	13.325,53	0,60024010	13.324,73
2	169.217,36	283.032,96	327.600,00	44.567,04	0,360331	16.058,91	0,36028817	16.056,98
3	177.528,50	296.934,17	349.440,00	52.505,83	0,216298	11.356,93	0,21625941	11.354,88
4	177.285,81	296.528,25	371.280,00	74.751,75	0,129839	9.705,67	0,12980757	9.703,34
5	191.133,13	319.689,27	398.732,37	79.043,10	0,077939	6.160,55	0,07791571	6.158,70
SUMATORIA						56.607,58		56.598,63
VAN +						0,59	VAN -	-8,36

Fuente: Tabla N°105

Elaborado por: La autora

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}\right)$$

$$TIR = 66,59 + 0,01\left(\frac{0,59}{0,59 - (-8,36)}\right)$$

$$TIR = 66,59 + 0,01\left(\frac{0,59}{8,95}\right)$$

$$TIR = 66,59 + 0,01(0,07)$$

$$TIR = 66,59 + 0,0007$$

$$TIR = 66,59$$

- **TIR ORIGINAL O DEL PROYECTO = 172,92**
- **DIFERENCIA DE LA TIR = TIR ORIGINAL – NUEVA TIR**

$$DIFERENCIA DE LA TIR = 172,92 - 66,59 \rightarrow = 106,32$$

$$\varphi \ \% \ VARIACIÓN = \frac{DIFERENCIA \ DE \ TIR}{TIR \ ORIGINAL} * 100$$

$$\% \ VARIACIÓN = \frac{106,32}{172,92} * 100 \rightarrow 61,49$$

$$\varphi \text{ SENSIBILIDAD} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{61,49}{66,59} \rightarrow = 0.9234$$

El análisis de sensibilidad nos muestra que los costos pueden ser sensibles hasta con un incremento del 67,26%, ya que aplicando este incremento la sensibilidad es igual a 0.9234, que es menos que 1, por lo tanto, quiere decir es que el proyecto no es sensible a tal incremento y por lo contrario si este porcentaje incrementa los resultados serán negativos para el proyecto

Por lo tanto, con el incremento aplicado y los resultados obtenidos podemos determinar, que es factible realizar el presente proyecto de inversión.

6.2.2. Análisis de sensibilidad con decremento en los ingresos originales

Tabla 108 Análisis de sensibilidad con el -59,91% de decremento en los ingresos

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS TOTALES ORIGINALES	COSTOS TOTALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MAYOR
		-59,91%			65,75%		65,76%	
0						56.606,99		56.606,99
1	305.760,00	122.579,18	169.533,06	46.953,88	0,60	28.328,13	0,60	28.326,42
2	327.600,00	131.334,84	169.217,36	37.882,52	0,36	13.788,97	0,36	13.787,31
3	349.440,00	140.090,50	177.528,50	37.438,00	0,22	8.221,52	0,22	8.220,03
4	371.280,00	148.846,15	177.285,81	28.439,66	0,13	3.767,99	0,13	3.767,09
5	398.732,37	159.851,81	191.133,13	31.281,32	0,08	2.500,45	0,08	2.499,69
					SUMATORIA	56.607,06		56.600,54
					VAN +	0,07	VAN -	-6,45

Fuente: Tabla N°105
Elaborado por: La autora

$$\text{TIR} = \text{Tm} + \text{Dt} \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

$$TIR = 65,75 + 0.01\left(\frac{0,07}{0,07 - (-6,45)}\right)$$

$$TIR = 65,75 + 0.01\left(\frac{0,07}{6,52}\right)$$

$$TIR = 65,75 + 0.01(0,01)$$

$$TIR = 65,75 + 0.00011$$

$$\mathbf{TIR = 65,75}$$

- **TIR ORIGINAL O DEL PROYECTO = 172,92**
- **DIFERENCIA DE LA TIR = TIR ORIGINAL – NUEVA TIR**

$$DIFERENCIA DE LA TIR = 172,92 - 65,75 \rightarrow = \mathbf{107,17}$$

$$\varphi \text{ \% VARIACIÓN} = \frac{\text{DIFERENCIA DE TIR}}{\text{TIR ORIGINAL}} * 100$$

$$\text{\% VARIACIÓN} = \frac{107,17}{172,92} * 100 \rightarrow \mathbf{61,98}$$

$$\varphi \text{ SENSIBILIDAD} = \frac{\text{\% Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{61,98}{65,75} \rightarrow = \mathbf{0.9426}$$

El análisis de sensibilidad nos muestra que los ingresos pueden ser sensibles hasta con un decremento del -59,91%, ya que aplicando este decremento la sensibilidad es igual a 0.9426, que es menos que 1, por lo tanto, quiere decir es que el proyecto no es sensible a tal incremento y por lo contrario si este porcentaje incrementa los resultados serán negativos para el proyecto

Por lo tanto, con el decremento aplicado y los resultados obtenidos podemos determinar, que es factible realizar el presente proyecto de inversión.

Conclusiones

Luego de haber realizado la presente investigación y de haber realizado los diferentes estudios de mercado, técnico, organizacional, y financiero y de haber realizado la evaluación financiera respectiva se puede determinar que:

- φ Mediante el estudio de mercado realizado a la ciudadanía lojana, usando los diferentes métodos y haciendo uso de las diversas técnicas de recolección de datos se concluye que las gomitas de gelatina son un producto muy apetecido y considerado como un confite saludable dentro del mercado lojano ya que es un producto hecho a base de gelatina y esta aporta algunos beneficios para salud de las personas que las consumen.

- φ A través del estudio técnico realizado en la presente investigación se concluye que la capacidad instalada de la maquinaria que se va a adquirir para la producción de gomitas de gelatina es de 436800 cajas anuales, y que la capacidad utilizada de la maquinaria desde el año 1 hasta el quinto va a iniciar desde el 70% hasta el 95% respectivamente; también se determinó todos los materiales necesarios para una producción eficiente y eficaz en cuanto a recursos y se detalló paso a pasos como se realizarán en tiempos y espacios los procesos de producción.

- φ Con el estudio organizacional elaborado se concluye que la organización está conformada por dos socios accionistas en partes iguales, se definió objetivos claros de la microempresa así como toda su organización administrativa con los diferentes niveles jerárquicos y los respectivos manuales de funciones para las 8 personas que laboran dentro de la microempresa.

- φ Gracias al estudio financiero que se realizó minuciosamente se puede conocer que la producción de la microempresa Gummy Shop cubre un porcentaje de la demanda insatisfecha del mercado , y con el punto de equilibrio se determina las unidades mínimas que se deben vender para conseguir cubrir todos los gastos administrativos, operativos y de producción; es por ello que analizando todos los factores de inversión que serán inicialmente de 56.606,99 y financiamiento bancario que se va a obtener de 20.000, en conjunto se puede concluir que la implementación de la microempresa producto de gomitas de gelatina dentro de la ciudad de Loja es factible .

- φ Finalmente, gracias a la evaluación financiera que se estudió detalladamente como el flujo de caja, VAN, TIR, periodo de recuperación de capital que será en 3 años, 9 meses, 20 días, relación costos beneficio, es que por cada dólar invertido se recupera 0,97 ctvs., y los dos análisis de sensibilidad en cuanto a incrementos en los costos y decrementos en ingresos tienen un valor menor a 1; por lo que se puede concluir que el proyecto es viable y rentable económicamente.

Recomendaciones

- φ Se recomienda permanecer realizando estudios de mercado durante el tiempo de funcionamiento de la microempresa ya que estos nos permiten conocer los nuevos gustos, preferencias y tendencias cambiantes de los clientes; con la finalidad de no permitir que el producto en sí y en conjunto toda su presentación se deteriore y empiece a declinar su ciclo de vida dentro del mercado lojano.
- φ Para el estudio técnico de la microempresa se recomienda estar siempre al pendiente de la maquinaria que esté siendo usada de forma óptima y sin desperdiciar recursos, con la finalidad de lograr alcanzar a producir más unidades y a un menor costo.
- φ Es recomendable que los socios capitalistas de microempresa Gummy Shop, estén pendientes de realizar inspecciones y tomar decisiones acertadas en cuanto a los recursos con los que se cuenta con la finalidad de no dejar declinar todos los aspectos que le permiten a la organización trabajar en un ambiente cómodo, cálido y en óptimas condiciones para todos los empleados de la microempresa.
- φ Para el estudio financiero que en sí es la parte más importante de un negocio. La que lo permite mantener en pie, es recomendable estar analizando periódicamente las cifras de los balances generales, el punto de equilibrio, conocer si los costos y gastos que se están realizando son los óptimos que se requiere cortes de presupuestos con la finalidad de producir un producto en óptimas condiciones y a un menor precio para obtener una mayor rentabilidad.

φ Finalmente, se recomienda realizar las diferentes evaluaciones financieras de la microempresa para poder conocer si el flujo de caja, VAN, TIR, periodo de recuperación de capital, relación costos beneficio, y los análisis de sensibilidad en cuanto a incrementos en los costos y decrementos en ingresos, se encuentren dentro de los resultado esperados para que el ejercicio económico de cada año dela microempresa Gummy Shop, sea beneficiosos para los socios , con la finalidad de que se siga invirtiendo dentro del negocio.

Bibliografía

- Angulo, U. (2018). *Contabilidad Financiera*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Argueta, O. (2014). *Innovación tecnológica, en confitería y chocolatería*. Obtenido de Fundación Salvadoreña de Desarrollo Económico y Social FUSADES: <http://fusades.org/sites/default/files/investigaciones/sistematizacionchocolate2-140807121529-phpapp02.pdf>
- Ávila, C., & Giraldo, C. (2016). *Plan de negocios para la creación de la empresa "tu guía financiera"*. Obtenido de <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/5297/1/AvilaAriasCamila2017.pdf>
- Barbosa, P. R. (2010). *Doctrina Económica de Adam Smith*. Obtenido de http://pmrb.net/blog/wp-content/uploads/2010/11/adam_smith.pdf
- Bembibre, C. (2018). *Definición general de golosina*. Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/golosina.php>
- Bujan Perez, A. (2 de Mayo de 2019). *Costos fijos y variables*. Obtenido de <https://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-costos-fijos.html>
- Burbano, V. (2015). *“Estudio de la demanda insatisfecha de los productos alimenticios para personas hipertensas y diabéticas y la viabilidad de la creación de un centro de distribución dirigido a este mercado en la ciudad de Tulcán.”*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2019, de Trabajo de titulación previo la obtención del título: <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/316/1/282%20Estudio%20de%20la%20demanda%20insatisfecha%20de%20los%20productos%20alimenticios%20para%20pe rsonas%20hipertensas%20y%20diab%20C3%A9ticas%20y%20la%20viabilidad.pdf>

- Carbó, M. (16 de Octubre de 2013). *Muere Hans Riegel, fundador de los ositos Haribo*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/cribeo/estilo-de-vida/20131016/47289962216/muere-hans-riegel-fundador-de-los-ositos-haribo.html>
- Carreño, N. (3 de Marzo de 2014). *Demanda actual y futura*. Obtenido de <https://prezi.com/fkmtpg1vzu2p/demanda-actual-y-futura/>
- CFN. (Octubre de 2017). *Ficha sectorial Confiteria*. Obtenido de Corporación Nacional Financiera: <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/Ficha-Sectorial-Confiteria.pdf>
- Chiavenato, I. (2019). *Administración de Recursos humanos / El capital humano de las organizaciones*. México: Mc Graw Hill.
- Córdova, M. (2014). *Análisis Financiero*. Bogotá: EcoEdiciones. Recuperado el 1 de Noviembre de 2019
- Corradine, M. G. (2014). *[Concepto, definición, factores y matriz del empaque*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de Proyecto: Fomento a la actividad productiva artesanal del departamento de Cundinamarca: <https://repositorio.artesaniadescolombia.com.co/bitstream/001/3619/1/INST-D%202014.%20347.pdf>
- Cueva, L. (Febrero de 2019). *Métodos estadísticos básicos*. Obtenido de CIMAT: <https://www.cimat.mx/es/node/798>
- Dávila, C. (2016). *Emprendimiento y Gestion 2do BGU*. Quito: Maya Ediciones.
- Dávila, E. (01 de Junio de 2018). *Manual de Funciones* . Obtenido de https://www.satena.com/aym_document/aym_gestion_talento_humano/MANUAL_DE_FUNCIONES/MANUAL_DE_FUNCIONES_SATENA.pdf

De Paz, E. (17 de Julio de 2018). *¿Por qué comer gomitas?* Obtenido de Culturizando.com:

<https://culturizando.com/por-que-comer-gomitas/>

Escribano, M., & Jimenez, A. (2014). *Análisis contable y financiero*. Bogotá: IC Editoriales.

Espinosa, R. (05 de Mayo de 2014). *Marketing Mix*. Obtenido de

https://www.academia.edu/24500034/MARKETING_MIX_LAS_4PS

Fernandez, A. B. (Mayo de 2015). *Tipos de golosinas*. Obtenido de Plasergroup:

<http://www.plasergroup.es/productos-a-relacionar/>

Fisher, L., & Espejo, J. (2017). *Introducción a la investigación de mercados*. Ciudad de México:

McGraw Hill.

Gomez, A. (Diciembre de 2017). *Estudio técnico*. Obtenido de FACULTAD DE ECONOMÍA

UNAM. Tesis de Grado:

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

Google Maps. (s.f.). Obtenido de [https://www.google.com/maps/place/Loja/@-4.0206979,-](https://www.google.com/maps/place/Loja/@-4.0206979,-79.2164367,17.96z/data=!4m5!3m4!1s0x91cb33906e3b0243:0x3d7461d0415e320!8m2!3d-3.8779213!4d-79.2451149)

[79.2164367,17.96z/data=!4m5!3m4!1s0x91cb33906e3b0243:0x3d7461d0415e320!8m2!](https://www.google.com/maps/place/Loja/@-4.0206979,-79.2164367,17.96z/data=!4m5!3m4!1s0x91cb33906e3b0243:0x3d7461d0415e320!8m2!3d-3.8779213!4d-79.2451149)

[3d-3.8779213!4d-79.2451149](https://www.google.com/maps/place/Loja/@-4.0206979,-79.2164367,17.96z/data=!4m5!3m4!1s0x91cb33906e3b0243:0x3d7461d0415e320!8m2!3d-3.8779213!4d-79.2451149)

Gordillo, B. (Mayo de 2018). *Importancia de las gomitas de dulce*. Obtenido de

<https://www.fuentesaludable.com/importancia-de-las-gomitas-de-dulce/>

Guajardo, G., & Andrade, N. (2014). *Contabilidad Financiera*. Bogotá: McGraw Hill .

Humberto, V. (Junio de 2017). *Conduce tu empresa*. Obtenido de Estado de perdidas y ganancias:

<https://blog.conducetuempresa.com/2012/02/que-es-un-estado-de-ganancias-y.html>

Ibañez, L. (2015). *Promoción*. Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/promocion-117.htm>

INEC & Ecuador en Cifras. (2010). POBLACIÓN Y TASAS DE CRECIMIENTO

INTERCENSAL DE 2010-2001-1990 POR SEXO, SEGÚN PARROQUIAS. Ecuador.

- INEC IPC, J. 2. (06 de Julio de 2020). *Boletín técnico INEC*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Junio-2020/Boletin_tecnico_06-2020-IPC.pdf
- INEC, & cifras, E. e. (219). *POBLACIÓN Y TASAS DE CRECIMIENTO INTERCENSAL DE 2010-2001-1990 POR SEXO, SEGÚN PARROQUIAS*.
- Izar, J. (2016). *Gestión y evaluación de proyectos*. Santa Fé: CENGAGE Learnig.
- Lyn O'Neil, A. (18 de Febrero de 2018). *¿Qué es la evaluación financiera de proyectos?* Recuperado el 5 de Noviembre de 2019, de Cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13117543/que-es-la-evaluacion-financiera-de-proyectos>
- Mankiw, N. G. (2017). *Principios de economía*. México: CENGAGE Learning.
- Manrique, M. (5 de Marzo de 2017). *Manual de funciones*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/manual-de-funciones/>
- Mariño Tamayo, W. (2016). *Emprendimiento y gestión*. Quito: Maya Educación.
- Méndez, R. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos enfoque para emprendedores* (9na ed.). Bogotá D.C, Colombia: Innovate Publishing. Recuperado el 11 de Noviembre de 2019
- Mendoza, C., & Ortíz, O. (2017). *Contabilidad y Administración*. Barranquilla: UN Universidad del Norte.
- Mercado Libre Ecuador. (2019). *Balanza gramera electronica Universal Royal*. Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-424286459-balanza-digital-electronica-de-lbs-y-cls-maximo-40kl-oferta-_JM?quantity=1&variation=49704293136#position=6&type=item&tracking_id=fb462226-5c0c-4551-97b2-907932c4d0f0

- Merchán Valarezo, Y. V. (2017). *Mapa de Loja Ecuador*. Obtenido de https://www.educaplay.com/en/learningresources/1195471/print/mapa_de_loja_ecuador.htm
- Mete, M. (2014). VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSION. *Scielo*(7), 19. Recuperado el 28 de Noviembre de 2019, de http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf
- MLE. (Enero de 2020). *Mercado Libre Ecuador*. Recuperado el 14 de Febro de 2020, de https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-423921848-grapadora-industrial-800g-ingco-_JM
- Moya, M. A. (2012). Fundamentos de economía. En M. A. Moya, *Fundamentos de economía* (pág. 185). Mexico: UNAM. Recuperado el 30 de Octubre de 2019, de https://www.academia.edu/36321627/Fundamentos_De_Economia_-_Marcela_Astudillo_Moya
- Murcia et al. (2019). *Proyectos, Formulación y criterios de evaluación* (2da ed.). Bogotá, Colombia: Alfaomega. Recuperado el 25 de Noviembre de 2019
- Posner, H. (2015). *Marketing de moda 2a ed.* Barcelona: Gustavo Gil.
- Prieto S, C. (2017). *Emprendimiento Conceptos y plan de negocio*. México: Pearson.
- Raffino, M. E. (16 de Noviembre de 2018). *El Método deductivo*. Obtenido de Concepto de: <https://concepto.de/metodo-deductivo-2/>
- Raffino, M. E. (14 de Marzo de 2019). *Concepto de publicidad*. Obtenido de <https://concepto.de/publicidad/>

- Raffino, M. E. (Enero de 2019). *Método inductivo*. Obtenido de Conceptos de :
<https://concepto.de/metodo-inductivo/>
- Ravelo Mendez, D. (10 de Junio de 2019). *¿Qué tan malo es comer gomitas?* Obtenido de El tiempo.com: <https://www.eltiempo.com/salud/que-tan-malo-es-comer-gomitas-369636>
- Riquielme, M. (19 de Julio de 2019). *Demanda (ley de demanda, características, definición y tipos)*. Recuperado el 21 de Octubre de 2019, de Web y empresas:
<https://www.webyempresas.com/demanda/>
- Robbins, Coulter, & DeCenso. (2017). *Fundamentos de Administración*. México: Pearson.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración*. México: Pearson.
- Rodríguez Marthell, M. G. (04 de Noviembre de 2012). *Distribución de Planta, tipos y características*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/MariaGpeRdzMarthell/distribucion-de-planta-15020464>
- Rodriguez, G. (23 de Junio de 2014). *Importancia de mano de obra*. Obtenido de <https://www.importancia.org/mano-de-obra.php>
- Santesmases, M. (Septiembre de 2015). *Planificacion del marketing*. Obtenido de <https://georgiusm.files.wordpress.com/2015/09/planificacic3b3n-del-marketing.pdf>
- Santibañez, J. (2 de Enero de 2018). *Costos variables*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/costo-variable.html>
- Sapag, N., Sapag, R., & Sapag, J. (2014). *Preparacion y evaluacion de proyectos*. México: McGraw Hill.
- SENA. (2016). *Plan de negocios ser empresario*. Obtenido de Para aprender a emprender: https://www.unab.edu.co/sites/default/files/archivos/publicacion_noticias/4-PlandeNegocio.pdf

- Sy Corvo, H. (2019). *Capacidad instalada: en qué consiste, factores y ejemplos*. Obtenido de Lifereder: <https://www.lifereder.com/capacidad-instalada/>
- Thompson, I. (Septiembre de 2009). *La Etiqueta del Producto*. Obtenido de <https://www.marketing-free.com/producto/etiquetas.html>
- Thompson, I. (Enero de 2014). *Conozca cuál es el significado o la Definición de Precio desde la perspectiva del marketing*. Obtenido de Marketing free: <https://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>
- Torres, L. (08 de Agosto de 2015). *La interesante historia de las gomitas de ositos*. Obtenido de <https://www.directoalpaladar.com.mx/ingredientes-y-alimentos/la-interesante-historia-de-las-gomitas-de-ositos>
- Wehrich, H., M. C., & H. K. (2017). *Administración. Una prespectiva global, empresarial y de innovación*. China: Mc Graw Hill.

Anexos

φ Tasa de crecimiento poblacional

Anexo 1 Tasa de crecimiento poblacional

www.inec.gob.ec
www.ecuadorencifras.com
ECUADOR CUENTA CON EL INEC

POBLACIÓN Y TASAS DE CRECIMIENTO INTERCENSAL DE 2010-2001-1990 POR SEXO, SEGÚN PARROQUIAS

Código	Nombre de parroquia	2010			2001			1990			Tasa de Crecimiento Anual 2001-2010			Tasa de Crecimiento Anual 1990-2001		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
	Nacional	7.177.683	7.305.816	14.483.499	6.018.353	6.138.255	12.156.608	4.796.412	4.851.777	9.648.189	1,96%	1,93%	1,95%	2,06%	2,14%	2,10%
547	100652 LA MERCED DE BUENOS AIRES	989	904	1.893	807	753	1.560	827	765	1.592	2,26%	2,03%	2,15%	-0,22%	-0,14%	-0,18%
548	100653 PARLO ARENAS	1.068	1.090	2.158	1.029	1.016	2.045	1.116	1.054	2.170	0,41%	0,37%	0,39%	-0,74%	-0,33%	-0,54%
549	100654 SAN BLAS	1.468	1.547	3.015	1.353	1.447	2.800	1.273	1.397	2.670	0,91%	0,74%	0,82%	0,55%	0,59%	0,57%
550	100655 TUMBABO	816	811	1.627	819	784	1.603	777	728	1.505	-0,04%	0,38%	0,17%	0,48%	0,67%	0,57%
551	110150 LOJA	86.631	93.986	180.617	67.089	75.182	142.271	53.140	57.493	110.633	2,84%	2,48%	2,65%	2,12%	2,44%	2,29%
552	110151 CHANTACO	560	617	1.177	631	684	1.315	768	833	1.601	-1,33%	-1,15%	-1,23%	-1,79%	-1,79%	-1,79%
553	110152 CHUQUIRIBAMBA	1.140	1.326	2.466	1.225	1.420	2.645	1.388	1.584	2.982	-0,80%	-0,76%	-0,78%	-1,14%	-1,05%	-1,09%
554	110153 EL COQUE	793	945	1.638	733	900	1.633	909	909	1.818	0,75%	0,61%	0,68%	-1,97%	-1,16%	-1,56%
555	110154 GUALES	850	1.110	1.960	1.022	1.222	2.244	1.033	1.192	2.225	-1,14%	-0,77%	-1,00%	-0,17%	0,23%	0,03%
556	110155 JIMBILLA	563	551	1.114	660	616	1.276	745	753	1.498	-1,77%	-1,24%	-1,51%	-1,10%	-1,83%	-1,46%
557	110156 MALACATOS (VALLADOLID)	3.577	3.537	7.114	3.177	3.115	6.292	3.088	2.950	6.038	1,32%	1,41%	1,36%	0,26%	0,49%	0,37%
558	110157 SAN LUCAS	2.210	2.463	4.673	2.047	2.249	4.296	1.964	2.102	4.066	0,85%	1,01%	0,93%	0,42%	0,61%	0,52%
559	110158 SAN PEDRO DE VILCABAMBA	650	639	1.289	629	639	1.268	768	777	1.542	0,34%	0,00%	0,18%	-1,78%	-1,78%	-1,78%
560	110159 CALUMAYON	644	707	1.351	736	843	1.579	1.101	1.096	2.197	-1,14%	-1,64%	-1,54%	-3,30%	-4,43%	-3,78%

Lista Promedio: 61074,50926 Recuento: 17 Suma: 977192,1482

Fuente: (INEC & cifras, 219)

φ **Encuesta a la ciudadanía**

Anexo 2 Encuesta a la ciudadanía



Como estudiante de la carrera de Negocios internacionales de la UIDE- Loja, y previo a la obtención de mi titulación estoy realizando una investigación para conocer la aceptación de la implementación de una microempresa de gomitas de gelatina en la ciudad de Loja; para lo cual se ha elaborado un cuestionario que solo tomará 5 min para ser contestado, para lo cual solicito absoluta sinceridad al momento de contestar las preguntas planteadas.

1. ¿Cuál es el nivel de ingresos mensuales en su familia?

\$400 - \$475	
\$476 - \$550	
\$551 - \$625	
\$ 626 o más	

¿POR QUÉ? _____

2. ¿Consumen usted y su familia gelatina? (Si su respuesta es negativa pase a la pregunta número 8)

7

SI	
NO	
TOTAL	

¿POR QUÉ? _____

3. ¿Cómo ha consumido usted y su familia la gelatina?

Fría y cuajada	
Caliente y líquida	
Otros	

¿POR QUÉ? _____

4. ¿Consumen usted y su familia gomitas de gelatina?

Si	
No	

¿POR QUÉ? _____

5. ¿La calidad de las gomitas de gelatina que consume usted y su familia son?

Muy Buenos	
Buenos	
Regular	

¿POR QUÉ? _____

6. ¿Qué característica elige usted y su familia al momento de adquirir las gomitas de gelatina?

Precio	
Sabor	
Calidad	
Marca	
Presentación	

¿POR QUÉ? _____

7. ¿En dónde adquiere usted y su familia las gomitas de gelatina con mayor frecuencia?

Tiendas	
Confiterías	
Mercados	
Supermercados	

¿POR QUÉ? _____

8. Si se instalaría en la ciudad de Loja una microempresa de producción y comercialización de cajas de gomitas de gelatina (500g) ¿Estaría dispuesto a consumir nuestro producto usted y su familia?

SI	
NO	

¿POR QUÉ? _____

9. ¿Qué cantidad de cajas de gomitas de gelatina (500g) ¿Consumiría usted y su familia semanalmente?

0 - 1 cajas	
2- 3 cajas	
4 - 5 cajas	
6 - 7 cajas	

¿POR QUÉ? _____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de gomitas de gelatina (500g) semanalmente?

2,50-3,00	
3,01 -3,50	
más de 3,51	

¿POR QUÉ? _____

11. ¿En qué lugar le gustaría encontrar las cajas de gomitas de gelatina (500g)?

Tiendas	
Mercados	
Supermercados	
Microempresa productora	

¿POR QUÉ? _____

12. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse a usted y su familia del nuevo producto a elaborarse?

Emisoras	
Televisión	
Hojas volantes	
Redes sociales	
Prensa	

¿POR QUÉ? _____

13. Si su respuesta fue la radio ¿En qué emisora le gustaría conocer sobre el producto?

La hechicera	
Luz y vida	

¿POR QUÉ? _____

14. Si su respuesta fue la televisión ¿En qué canal le gustaría conocer sobre el producto?

Canal Sur	
UV TV	
Ecotel	

¿POR QUÉ? _____

15. Si su respuesta fue la prensa ¿En qué diario le gustaría conocer sobre el producto?

LA HORA	4
Crónica de la Tarde	2
Ecotel Press	3
Otro	0

¿POR QUÉ? _____

16. Si su respuesta fue redes sociales ¿En cuál de las siguientes le gustaría conocer sobre el producto?

Facebook	
Instagram	
E-mail	
WhatsApp	

¿POR QUÉ? _____

17. Si su respuesta fue las hojas volantes ¿Cada que tiempo le gustaría que la microempresa entregue hojas volantes a la ciudadanía?

Semanal	
Mensual	
Semestral	
Anual	

¿POR QUÉ? _____

φ **Entrevista a la competencia**

Anexo 3 Entrevista a la ciudadanía



Como estudiante de la carrera de Negocios internacionales de la UIDE- Loja, y previo a la obtención de mi titulación estoy realizando una investigación para conocer la futura competencia de una microempresa productora y comercializadora de gomitas de gelatina en la ciudad de Loja; para lo cual se realizará una entrevista que tomará 5 min de su tiempo para ser contestado, por lo cual solicito absoluta sinceridad.

1. ¿Conoce usted la existencia de microempresas productoras de algún derivado de la gelatina en la localidad?

Si	
No	

¿POR QUÉ? _____

2. ¿Vende usted algún derivado de la gelatina?

Si	
No	

¿POR QUÉ? _____

3. ¿Qué producto derivado de la gelatina tiene mayor demanda en su local comercial?

Helados	
Postres	
Gomitas de gelatina	
Otros	

¿POR QUÉ? _____

4. ¿Cuántas bolsas de gomitas de gelatina (500g) vende usted semanalmente?

1 - 500 bolsas	
501 - 1000 bolsas	
1001 - 1500bolsas	
1501 - 2000 bolsas	

¿POR QUÉ? _____

5. ¿Cuál es el porcentaje de venta bolsa de gomitas de gelatina (500g) en el año 2017 y 2018?

1% al 10%		2017
11% al 20%		
21% al 30%		
Más del 31%		

1% al 10%		2018
11% al 20%		
21% al 30%		
Más del 31%		

¿POR QUÉ? _____

6. ¿Cuál es el precio de la bolsa de gomitas de gelatina (500g) que vende en su negocio?

\$2,50-3,00	
\$3,01 -3,50	
más de \$3,51	

¿POR QUÉ? _____

7. ¿En dónde adquiere usted la bolsa de gomitas de gelatina (500g) para ser comercializadas?

Bodega	
Distribuidores	
Productores	

¿POR QUÉ? _____

8. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted utiliza para dar a conocer los productos que ofrece en su negocio?

Radio	
Televisión	
Prensa	
Redes sociales	

¿POR QUÉ? _____

Anexo 4 Boletín Técnico financiero INEC

Resumen

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) presenta en el siguiente boletín, los resultados del Índice de Precios al Consumidor y la medición oficial de la inflación en el mes de junio de 2020.

La **inflación mensual** en junio 2020, respecto a mayo 2020, fue de -0,62%. La **inflación anual** de precios de junio de 2020, respecto a junio de 2019, alcanzó 0,17%; como referencia, en junio de 2019 fue del 0,61%. Finalmente, en junio de 2020 el costo de la **Canasta Familiar Básica (CFB)** se ubicó en USD 719,03, mientras que, el ingreso familiar mensual de un hogar tipo fue de USD 746,67, lo cual representa el 103,84% del costo de la CFB.

Palabras clave: *IPC, inflación, variaciones mensuales-anales, incidencias, divisiones de consumo.*

Introducción

El IPC permite medir la variación de precios en el tiempo de una canasta de bienes y servicios representativos del consumo nacional de los hogares. Dicha variación se conoce como inflación. El IPC tiene un uso generalizado como

Del mismo modo, se presentan los resultados del costo de las canastas familiar básica y vital (CFB-CFV), para monitorear la cobertura del presupuesto familiar.

Finalmente, se exponen los resultados del índice de Brechas de Intermediación (IBRE-I) y sus variaciones como medida del grado de intermediación en los mercados de bienes y servicios.

Aspectos metodológicos

En el IPC, la variable principal que se investiga es el “precio de comprador”, para una canasta fija de 359 productos, seleccionados por su frecuencia y relevancia en la estructura del gasto familiar de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales (ENIGHUR) del periodo abril 2011 – marzo 2012.

El año base del IPC es el 2014. Actualización metodológica que contó con el acompañamiento técnico de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Para mayor detalle de la metodología del IPC (<http://www.ecuadorencifras.gob.ec//indice->

Fuente: (INEC IPC, 2020) https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Junio-2020/Boletin_tecnico_06-2020-IPC.pdf