



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO**

**“HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA”**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA CREAR UNA MICROEMPRESA DE GALLETAS  
DE MACHICA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

**Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del título de:  
TEGNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Nombre del Autor:**

**Angie Marlene Mafla Villarreal**

**Tutor del Trabajo de Titulación:**

**Ing. LIGIA LOZANO**

**Quito, febrero de 2020**

## **Aprobación del tutor**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Tecnológico Superior “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” certifico:

Que el trabajo Plan de negocios para crear una microempresa de galletas de machica en el DMQ., presentado por la estudiante Angie Marlene Mafla Villarreal de la promoción 33 de Administración de Empresas, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe

Quito, 21 de febrero del 2020

Atentamente,

Ing. Ligia Lozano

Cédula: 110434045-8

## **Autoría del Trabajo de Titulación**

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera en Tecnología en Administración de Empresas 33 promoción, declara que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Tecnología en Administración de Empresas, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 21 de febrero del 2020

Atentamente,

Angie Marlene Mafla Villarreal

C.I. 175007814-7

## **Dedicatoria**

Este trabajo va dedicado principalmente a Dios quien me ha dado la oportunidad, fuerza y valor para concluir esta etapa de mi vida. A mis tíos Miriam y Octavio quienes desde el cielo se sentirán orgullosos de que terminar esta etapa de mi vida.

Dedico este trabajo a mis abuelitos, Beatriz Velasco, Jorge Villarreal quienes han sabido ser mis padres y a mi hermano Johnny Mafla quienes siempre me han brindado todo su apoyo y han estado presentes en todo lo que me he propuesto.

A mis tías Mónica, Lorena tío Samuel quienes siempre han estado ahí inculcándome buenos valores y ejemplo.

Especialmente dedico este trabajo a mis primos Martín, Valentina, Erik y Aranza para quienes busco ser una guía.

Como tener presente a todas y cada una de las personas quienes de una u otra manera han aportado en mi proceso de formación, quienes de seguro estarán orgullosos por haber llegado a este nivel.

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios y a mis tíos que desde el cielo me acompañan, a mis abuelitos mi hermano, tíos, primos quienes desde el primer momento fueron mi apoyo y mi ayuda, quienes me brindaron su confianza para seguir este camino.

A mis amigas y amigos del curso 33AE10 de quienes aprendí y viví muchas experiencias, mis profesores quienes con toda la paciencia supieron inculcarme no solo lo que se refiere a mi carrera si no valores que me servirán en el futuro.

Al ITSHCPP que al mando del Dr. Edgar Espinoza quien realiza una gran labor contribuyendo al desarrollo de la comunidad y brindando una educación de calidad y excelencia que nos permite desarrollarnos en el campo personal y profesional.

Y finalmente agradezco a mi tutora Ing. Ligia Lozano quien con paciencia supo guiarme para realizar y concluir este trabajo.

## Tabla de contenido

Aprobación del tutor .....	ii
Autoría del Trabajo de Titulación.....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de tablas .....	xi
Índice de Ilustraciones.....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
JUSTIFICACIÓN. ....	4
OBJETIVOS.....	5
Objetivo General. ....	5
Objetivos específicos.....	5
CAPÍTULO I .....	6
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	6
1.1 MARCO TEÓRICO.....	6
1.1.1 HISTORIA DE LA MACHICA .....	6
1.1.2 BENEFICIOS DE LA MACHICA.....	6
1.2 MARCO CONCEPTUAL.....	14
Huevos: .....	14
Mantequilla:.....	14
Azúcar morena:.....	14

Rodillo:.....	15
CAPITULO II.....	16
DIAGNÓSTICO DEL MERCADO .....	16
2.1 ANÁLISIS DE MACRO ENTORNO .....	16
2.1.1 ENTORNO POLÍTICO.....	16
2.1.2 ENTORNO ECONÓMICO .....	16
2.1.3 ENTORNO SOCIAL .....	16
2.1.4 ENTORNO TECNOLÓGICO.....	17
2.1.5 ENTORNO ECOLÓGICO.....	17
2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	18
2.2.1 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO .....	18
2.2.2 SECTOR INDUSTRIAL AL QUE PERTENECE EL PRODUCTO.....	18
2.2.3 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR.....	18
2.2.4 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO COMPETIDOR.....	19
2.3 PERFIL DEL SEGMENTO.....	19
2.3.1 SEGMENTACIÓN .....	19
2.3.2 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA .....	20
2.3.3 SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA.....	21
2.3.4 SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL.....	21
2.3.5 SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA.....	21
2.3.6 DESCRIPCIÓN DE LAS VARIABLES DE LA SEGMENTACIÓN A PRIORI	22

2.3.7 SEGMENTACIÓN A PRIORI .....	22
2.4 MERCADO OBJETIVO.....	22
2.5 CÁLCULO DE LA MUESTRA .....	22
2.6 FÓRMULA FINITA.....	23
2.6.1 FÓRMULA.....	23
2.7 SELECCIÓN DEL TIPO DE MUESTREO .....	23
2.8 DISEÑO DEL CUESTIONARIO .....	24
2.9 ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE DATOS .....	28
2.9.1 RESUMEN DE ANÁLISIS DE ENCUESTA.....	39
CAPITULO III.....	40
PROPUESTA .....	40
3.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	40
3.2 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	41
3.2.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	41
3.2.2 MISIÓN .....	41
3.2.3 VISIÓN.....	41
3.2.4 VALORES .....	41
3.3 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA .....	42
3.3.1 DEMANDA .....	42
3.3.2 OBJETIVOS DEL ANÁLISIS .....	42
3.3.3 VARIABLES .....	43



3.3.4 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA .....	43
3.3.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA .....	44
3.4 DETERMINACION DE LA OFERTA .....	46
3.4.1 OFERTA.....	46
3.4.2 EMPRESA OFERTANTES DEL PRODUCTO .....	46
3.4.3 PARTICIPACIÓN DEL MERCADO DE LAS EMPRESAS OFERTANTES .....	47
3.4.4 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA.....	48
3.5 PROYECCIÓN DE LA OFERTA .....	49
3.6 DEMANDA INSATISFECHA .....	50
3.6.1 CÁLCULO Y GRÁFICO DE DEMANDA INSATISFECHA .....	50
3.6.2 CONDICIÓN QUE DEFINE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	52
3.7 MARKETING MIX.....	53
3.7.1 PRODUCTO.....	53
3.7.2 PRECIO.....	55
3.7.3 PLAZA .....	55
3.7.4 PROMOCIÓN.....	56
3.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FICHA DE DESCRIPCIÓN.....	59
3.8.1 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.....	59
3.9 PROVEEDORES.....	61
3.10 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO LEGAL.....	62
3.10.1 ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA .....	62

3.10.2 REQUISITOS DE FUNCIONAMIENTO .....	62
3.11 ANÁLISIS TÉCNICO .....	66
3.11.1 UBICACIÓN .....	66
3.11.2 CAPACIDAD DE PRODUCIR DE LA EMPRESA.....	67
3.11.3 INGENIERÍA.....	67
3.10.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA .....	70
3.12 ANÁLISIS FINANCIERO .....	70
3.12.1 PRESUPUESTO DE VENTAS .....	71
3.12.2 COSTO DE PRODUCCIÓN .....	72
3.12.3 SUELDOS Y BENEFICIOS BÁSICOS DE LAS PERSONAS TRABAJARAN EN LA EMPRESA.....	72
3.12.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	74
3.12.6 ESTRUCTURA INICIAL DE LA INVERSIÓN .....	77
3.12.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS .....	79
3.12.8 FLUJO DE CAJA.....	80
3.12.9 BALANCE GENERAL.....	82
3.12.10 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO.....	83
3.12.11 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	85
3.12.12 ROE .....	86
3.12.13 ROI.....	86
3.12.14 ANÁLISIS COSTO BENEFICIO.....	87
CONCLUSIONES .....	88

RECOMENDACIONES .....	89
BIBLIOGRAFÍA .....	90
ANEXOS .....	94

### **Índice de tablas**

TABLA 1. POBLACIÓN POR SEXO DE LA PARROQUIA KENNEDY. ....	20
TABLA 2. POBLACIÓN POR GRUPO DE EDAD. ....	20
TABLA 3. POBLACIÓN POR EDAD DEL PÚBLICO CONSUMIDOR. ....	20
TABLA 4. DATOS INFORMATIVOS (EDAD).....	28
TABLA 5. DATOS INFORMATIVOS (GÉNERO).....	29
TABLA 6. DATOS INFORMATIVOS (ACTIVIDAD ECONÓMICA).....	30
TABLA 7. DATOS INFORMATIVOS (INGRESO MENSUAL). ....	31
TABLA 8. PREGUNTA 1 DE LA ENCUESTA. ....	32
TABLA 9. PREGUNTA 2 DE LA ENCUESTA. ....	33
TABLA 10. PREGUNTA 3 DE LA ENCUESTA. ....	34
TABLA 11. PREGUNTA 4 DE LA ENCUESTA. ....	35
TABLA 12. PREGUNTA 6 DE LA ENCUESTA.....	37
TABLA 13. PREGUNTA 7 DE LA ENCUESTA. ....	38
TABLA 14. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	44
TABLA 15. DEMANDA PROYECTADA.....	45
TABLA 16. PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	49
TABLA 17. OFERTA PROYECTADA. ....	50
TABLA 18. DEMANDA INSATISFECHA. ....	51
TABLA 19. DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA.....	51

TABLA 20. LUGARES DONDE SE REALIZARÁN DEGUSTACIONES.....	57
TABLA 21. DESCRIPCIÓN DE PUESTO ADMINISTRADOR. ....	59
TABLA 22. DESCRIPCIÓN DE PERFIL DE OPERARIO.....	60
TABLA 23. DESCRIPCIÓN DE PERFIL DEL VENDEDOR.....	60
TABLA 24. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN. ....	67
TABLA 25. PROYECCIÓN DE VENTAS.....	71
TABLA 26. COSTOS DE PRODUCCIÓN. ....	72
TABLA 27.....	72
TABLA 28. HONORARIOS DE SOCIO.....	73
TABLA 29. BENEFICIOS SOCIALES OPERARIOS.....	73
TABLA 30. BENEFICIOS SOCIALES VENDEDOR.....	73
TABLA 31. PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	74
TABLA 32. GASTO ARRIENDO LOCAL Y PLANTA. ....	74
TABLA 33. GASTOS DE VARIOS.....	74
TABLA 34. MAQUINARIA Y EQUIPO.....	75
TABLA 35. GASTOS AMORTIZACIÓN.....	75
TABLA 36. INSUMOS.....	76
TABLA 37. MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA.....	77
TABLA 38.....	77
TABLA 39.....	78
TABLA 40. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN. ....	78
TABLA 41. TABLA DE AMORTIZACIONES. ....	79
TABLA 42. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS. ....	80
TABLA 43. FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO.....	81
TABLA 44. ESTADO GENERAL.....	82

TABLA 45. FLUJO DEL INVERSIONISTA.....	83
TABLA 46.....	84
TABLA 47.....	85
TABLA 48. ROE. ....	86
TABLA 49. ROI. ....	86
TABLA 50. COSTO BENEFICIO. ....	87

## Índice de Ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1. DATOS INFORMATIVOS.....	28
ILUSTRACIÓN 2. DATOS INFORMATIVOS.....	29
ILUSTRACIÓN 3. ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS.....	30
ILUSTRACIÓN 4. PROMEDIO MENSUAL DE INGRESOS.....	31
ILUSTRACIÓN 5. PREGUNTA 1 DE LA ENCUESTA. ....	32
ILUSTRACIÓN 6. PREGUNTA 2 DE LA ENCUESTA. ....	33
ILUSTRACIÓN 7. PREGUNTA 3 DE LA ENCUESTA. ....	34
ILUSTRACIÓN 8. PREGUNTA 4 DE LA ENCUESTA. ....	35
ILUSTRACIÓN 9. PREGUNTA 5 DE LA ENCUESTA. ....	36
ILUSTRACIÓN 10. PREGUNTA 6 DE LA ENCUESTA. ....	37
ILUSTRACIÓN 11. PREGUNTA 7 DE LA ENCUESTA. ....	38
ILUSTRACIÓN 12. DEMANDA HISTÓRICA.....	44
ILUSTRACIÓN 13. DEMANDA.....	46
ILUSTRACIÓN 14 OFERTA HISTÓRICA Y ACTUAL. ....	48
ILUSTRACIÓN 15 OFERTA PROYECTADA. ....	50
ILUSTRACIÓN 16. GRÁFICO DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	52
ILUSTRACIÓN 17. LOGOTIPO. ....	53
ILUSTRACIÓN 18. EMPAQUE DE GALLETAS.....	54
ILUSTRACIÓN 19 CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	56
ILUSTRACIÓN 20. PROMOCIÓN FACEBOOK E INSTAGRAM.....	57
ILUSTRACIÓN 21. DISEÑO DE FLYER`S.....	58
ILUSTRACIÓN 22. MAPA DE UBICACIÓN. ....	66
ILUSTRACIÓN 23. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	68
ILUSTRACIÓN 24. PROCESO DE DISTRIBUCIÓN. FUENTE: LA AUTORA.....	69

ILUSTRACIÓN 25. PROCESO DE DISTRIBUCIÓN.....	69
ILUSTRACIÓN 26. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA. ....	70

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad existe una gran variedad de productos y servicios de diversa clase que fueron creados con el fin de satisfacer la necesidad humana de alimentarse, eso se puede comprobar con la cantidad de cafeterías, panaderías, pastelerías que se dedican a esta actividad en Quito. En estos últimos años el consumo de alimentos preparados combinado a la acogida de nuevas costumbres debido a la migración de ecuatorianos a países desarrollados, ha provocado se adapte a distintos estilos alimenticios de estos países, entre ellos se destacan los negocios de comida chatarra, comida gourmet, entre otros.

Debido a estos cambios y costumbres extranjeras el servicio de alimentación está creciendo cada vez más, abriendo nuevas oportunidades tanto de negocio como de empleo, así acogiendo a nuevos conceptos que resultan atractivos para un mercado que cada vez es más exigente.

El presente plan de negocios servirá como instrumento para medir los alcances del proyecto para crear una microempresa que elabora galletas de machica en la parroquia La Kennedy en el barrio La Rumiñahui del D.M.Q, antes de poner en acción el plan y que además ayudara a tomar decisiones acertadas con respecto a la microempresa sobre aspectos claves para que funcione con éxito, tanto a corto como a mediano y largo plazo. Es por ello que es importante realizar y establecer un plan con distintas actividades, métodos, procedimientos y estrategias que se van a emplear en el mismo.

En el capítulo uno se dará a conocer las bases teóricas las que se usaron como soporte para poder desarrollar este plan.

En el capítulo dos se realizará un análisis del macro entorno del negocio de la microempresa que elabora galletas en conjunto con la investigación de mercado la cual



ayuda a determinar el nivel de aceptación que tiene este tipo de negocio en el mercado, además de conocer los gustos y preferencias de los futuros potenciales clientes.

En el capítulo tres se realiza la propuesta del plan de negocios, tomando en cuenta las estrategias de marketing que van hacer utilizadas, los insumos y materiales, equipos, maquinaria, registros legales y administrativos para la microempresa, así como también la inversión que requiere la misma, ventas y un punto de equilibrio.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el país se ha dejado de consumir productos naturales, por la aparición de productos artificiales, que existen hoy en día y es que la mayoría de las personas prefieren la comida rápida, y han dejado atrás una gran cantidad de productos debido a la falta de información de propiedades, beneficios o que no son conocidos por las nuevas generaciones y esto ha producido que productos como la machica hayan sido olvidados y dejados de consumir con la misma frecuencia que lo hacían muchos años atrás. Es un producto que puede ser explotado si se le da el uso adecuado y se aprovecha la cantidad de beneficios que tiene.

La machica (harina de cebada) es un cereal que existe en la zona andina del Ecuador (Carchi, Imbabura, Pichincha, Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi, Bolívar, Azuay y Loja) y varios países de Sudamérica.

Pero en gran parte de los países que se produce este alimento se minimiza los beneficios de su consumo, la cebada es más utilizada en el malteado, para elaborar cerveza y para destilar en la fabricación de whisky escocés y de ginebra holandesa, e inclusive para la alimentación de animales.

Por estas razones se ha tenido la necesidad de crear una opción de alimento para la familia, en especial para los niños, creando una microempresa que elabore galletas de machica (harina de cebada).

## **JUSTIFICACIÓN.**

El principal objetivo de la creación de esta microempresa es introducir al mercado un producto elaborado a base de machica natural, nutritiva y sin conservantes. Así aumentar el consumo y recuperar la gastronomía tradicional del Ecuador demostrando que de la machica (harina de cebada) no solo se puede hacer coladas o sopas, sino también innovando con productos nuevos como galletas, pastas, postres entre otros, que llamen la atención a niños y adultos dejando de consumir tanta comida chatarra como se lo hace hoy en día.

Además, cuenta con muchos beneficios para la salud también siendo un cereal altamente recomendable dado sus excelentes propiedades terapéuticas y nutricionales, sobre todo en primavera- verano ya que nutre, relaja y refresca el hígado y la vesícula biliar, también previene la descalcificación de los huesos gracias al contenido de calcio y fosforo. Este alimento, puede ser de gran ayuda en la prevención de enfermedades del corazón debido a su contenido de ácidos grasos esenciales, pero su mayor virtud es la riqueza en oligoelementos: hierro, azufre, cobre, cinc, manganeso, cromo, selenio, yodo y molibdeno. Esto la convierte en alimento ideal para estados carenciales y para el proceso de crecimiento. (Redacción, El Tiempo, 2016).

Con la creación de esta microempresa se generará fuentes de empleo ya que el sector de planificación está creciendo día a día en el Ecuador y la rama de las galletas está en el 3er lugar de productos más comercializados de productos de planificación por lo que se puede observar que si es un proyecto viable.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General.**

Diseñar un plan de negocios para una microempresa que elabore galletas de machica en la parroquia La Kennedy en el barrio La Rumiñahui D.M.Q mediante una investigación de mercado, diseño de estrategias, determinación de insumos, materiales e inversión requerida para la puesta en marcha.

### **Objetivos específicos**

- Realizar una investigación bibliográfica que oriente de manera efectiva la creación de la microempresa de galletas de machica en La Parroquia La Kennedy el barrio de La Rumiñahui del D.M.Q.
- Elaborar un diagnóstico de mercado, el cual permitirá obtener información del segmento sobre sus gustos y preferencias, en La Parroquia La Kennedy en el barrio de la Rumiñahui del D.M.Q.
- Proponer estrategias adecuadas, que permitan la difusión, consolidación y crecimiento de la microempresa, así como la identificación de los requisitos materiales y de inversión del proyecto.

# CAPÍTULO I

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 1.1 MARCO TEÓRICO

#### 1.1.1 HISTORIA DE LA MACHICA

La harina de cebada también conocida popularmente como “machica” asociada al alimento andino del hombre rural, no es de origen kichwa como se podría pensar, ya que esta palabra en realidad es un extranjerismo Flandes. (Telérafo, 2017)

Fray Jodoco Ricke fue quien introduce el trigo y la cebada en América del Sur en 1493 y junto a ella la tecnología de la maquina rudimental para moler la cebada, así que la machica viene de "machine", para reforzar esto, solo basta revisar que en el dialecto kichwa no existe una palabra que se asocie con la palabra machica, la machica es la machica. (Telérafo, 2017).

#### 1.1.2 BENEFICIOS DE LA MACHICA

La machica se diferencia de las harinas de trigo, maíz y morocho por su textura, color, sabor. Se la puede comer de distintas maneras: en su estado natural, hervido o frita, conservando su delicioso aroma a grano tostado y manteniendo en las tres presentaciones su valor nutricional. (JotaJota FOODS OF THE WORLD , s.f.)“La harina de cebada contiene proteínas, calcio, hierro, yodo, vitaminas A, B12, C, D, E, fósforo, potasio, magnesio y sobre todo fibra”. (Cuencana, 2018)

Todos estos componentes muestran grandes beneficios para la salud de las personas que consumen machica, entre ellos un equilibrio de líquidos corporales y temperatura, por su alto contenido de potasio. (El tiempo , 2018)

### 1.1.2.1 HISTORIA DE LA GALLETA

Fueron elaboradas hace 10.000 años por los nómadas, ellos necesitaban un alimento fácil de transportar y con un alto aporte de energía. Su preparación de cierta manera fue un accidente, al someter por error una pasta de cereal a altas temperaturas. (España GASTRONOMIA.COM, 2013) Esta no tenía levadura y tomaba la misma consistencia que el pan, la preparación a nivel casi industrial se produce desde el siglo XVIII, cuando se empieza a elaborar no solo en pequeños negocios sino también en fábricas donde la producción aumenta en grandes proporciones. (España GASTRONOMIA.COM, 2013)

El mercado de galletas en el Ecuador está valorado en aproximadamente en \$70000000, con el fin de competir en el mercado existente, ésta industria utiliza estrategias basadas en liderazgo en costes y diferenciación, entendiéndose por liderazgo en coste al uso de la experiencia, inversiones en productividad y tecnología, gastos de funcionamiento, para reflejarse en una reducción substancias en los costes. (Gastronomia.com, 2013)

En cuanto a la diferenciación, apuntando a segmentos de mercado totalmente definidos, con productos diferenciados para estos segmentos, que atiendan necesidades distintas.

- Existen varios tipos de galletas según su forma de preparación o según sus ingredientes, por ejemplo:
  - Galleta María: tradicional en España.
  - Oblea: galleta fina con una o varias capas de relleno, también llamada *wafers*.
  - Galletones: una galleta grande individual, generalmente con valor nutritivo agregado.

- Pretzel o lacito: tipo de galleta, tradicionalmente salada, con forma de nudo.
- Galleta de la fortuna: cierto tipo de galleta que se puede adquirir en restaurantes orientales, que contiene un mensaje de fortuna. (EDUCALINGO, 2019)

### **1.1.2.2 PLAN DE NEGOCIOS**

Un plan de negocios es un documento donde se describe de manera global un negocio y el conjunto de estrategias que se implementaran para su puesta en marcha y tener éxito. En este sentido el plan de negocios presenta un análisis de mercado y establece un plan de acción que seguirá para alcanzar los objetivos planteados. (Significados.com, 2017)

El plan de negocios tiene uso interno, desde el punto de gestión y planificación, como herramienta de negocio y comunicación de la idea del negocio, bien sea para venderla o para obtener financiamiento.

Un plan de negocio sirve para orientarse para los emprendedores, pues permite entender de mejor manera el proyecto, al mismo tiempo que lo obliga a investigar, reflexionar y visualizar todos los factores, tanto internos como externos, que indicarán en la marcha del negocio. (Significados.com, 2017)

Los planes de negocio están sujetos a constantes cambios.

## **Partes de un plan de negocios**

- **Planeamiento:** es la parte en la que se explica la idea del negocio, se describe la empresa, y se muestra los productos o servicios que se va a comercializar.
- **Comercialización:** en esta parte es donde previo análisis y estudio de mercado, se determinan las estrategias de comercialización que se implementara, el público al que va a estar dirigidos los productos o servicios, así como aspectos relacionados directamente con su venta, como la fijación de precios y los canales de distribución que se emplearán.
- **Operación:** es la aparte donde se define la estructura organizacional de la empresa, las políticas administrativas, así como las técnicas y procedimientos para producir los bienes o servicios que se comercializarán.
- **Producción:** es la parte donde se definen todos los asuntos relacionados con la producción de los productos, lo cual incluye temas como proveedores, existencia mínima, la logística de la distribución, entre otros aspectos.
- **Administración:** es la parte donde se fijan temas como políticas crediticias, manejo de acreedores, gestión de las cuentas, así como plan financiero, proyección de ventas, flujo de caja, rentabilidad, entre otras cosas. (Significados.com, 2017)

### **1.1.2.3 MICROEMPRESA**

Cuando se habla de microempresa es una forma de producir en menos escala y con características personales o familiares en el área de comercio, producción, o servicios que tiene de 1 a 15 empleados como máximo.

La microempresa puede ser operada por una persona natural, una familia o un grupo de personas de ingresos relevantes bajos, el propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante fuente de ingresos para la familia, en general comprenden a organizaciones economías populares, tales como, los



empresarios unipersonales, familiares, barriales, comunales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, que integran la economía popular y serán promovidas con criterio de solidaridad creando y fomentando programas de inclusión conforme consta en la ley de Economía Popular y solidaria(Art.2)

Dentro de las opciones de producción la microempresa tiene una gama extensa de actividades:

- Productividad: convierte la materia prima en productos, como una zapatería.
- De servicios: satisfacer necesidades aplicando conocimientos, como una peluquería.
- De comercio: compra y venta de productos, como una tienda de víveres en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas naturales que hacen el comercio bajo una razón social.

En este contexto podríamos ampliar una visión de producción a la pequeña y mediana empresa, como persona natural o jurídica que, como una unidad de producción puede ampliar sus servicios actividades de comercio y/o servicios, etc. Conforme consta en el (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones., 2010). (Art. 53). (Flores, 2020)

Se puede observar dentro de este contexto de acuerdo a las investigaciones realizadas existe un número elevado de microempresas que incurren en la informalidad y se repiten en muchos casos en cuanto a cumplimiento de las obligaciones laborales y sociales que tienen con sus trabajadores, existiendo un alto número de microempresas que no cuentan con los permisos que se requieren de acuerdo a las normativas municipales, sanitarias, seguridad social y fiscales. (Flores, 2020)

## **Características de la Microempresa**

En las características de una microempresa por su desarrollo económico y geográfico se configurarían las siguientes:

1. En Quito y Guayaquil se concentra el 70% de microempresas, en Azuay Manabí Tungurahua el 15 % y el 8% se distribuye en el resto de Provincias.

La microempresa se caracteriza por:

1. La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia;
2. Su compromiso con la comunidad, la responsabilidad por su ámbito territorial y la naturaleza;
3. La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros;
4. La no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros;
5. La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad;
6. La prevalencia del trabajo sobre los recursos materiales; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.

## **Importancia de la microempresa en el Ecuador**

La pequeña industria ecuatoriana cuenta con un sin número de potencialidades que son poco conocidas y aprovechadas. Estas potencialidades principalmente se refieren a los factores claves para generar riqueza y empleo. (Flores, 2020)

Dinamiza la economía de regiones y provincias deprimidas, diluye los problemas y tensiones sociales, mejorando la gobernabilidad. Los costos de inversión son menores. (Flores, 2020)

El desarrollo microempresario no solo genera un beneficio particular sino un beneficio colectivo para el entorno donde se desarrolla, además contribuye con las políticas del buen vivir. Art. 17 (Ley de la Economía Popular y Solidaria., 2012)

### **Datos Estadísticos de la incidencia de las Microempresas en la población ecuatoriana**

En Ecuador existen 1.322.5 microempresas, con un porcentaje mayoritario y el SRI y El IESS, durante el año 2016 alcanzaron a vender por \$ 58.335 americanos. De esta cifra \$5.424 millones corresponde a 102.799 empresas manufactureras, siendo la evidencia dentro del contexto económico nacional. (Flores, 2020)

Por lo tanto, más del 90% de la red empresarial del Ecuador, la integran medianas, pequeñas y micro empresas, que contribuyen activamente a la economía nacional generando empleo y desarrollo económico. (Flores, 2020)

Las microempresas proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos en Ecuador. Más de un tercio (33.5 %) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo uno o más miembros adultos de la familia con una microempresa. Las proyecciones de la población en conjunto de microempresarios indican un total de 646,084 microempresarios en Ecuador en áreas urbanas (definidas en este caso como pueblos de 2,000 o más habitantes). Estos microempresarios operan un total de 684,850 empresas distintas. Las microempresas ecuatorianas proporcionaron trabajo para un estimado de 1'018,135 personas o cerca del 25 por ciento de la mano de obra urbana. (Flores, 2020)

Además, las ventas de estas microempresas representan aproximadamente 25.7% por ciento del producto interno bruto y sobre 10% por ciento de los ingresos netos totales obtenidos en el país. Las microempresas, por lo tanto, representan un componente importante de la economía urbana. (INEC a partir de 2010 hasta 2017). (Flores J. , 2020)

De acuerdo a un estudio realizado por la Red de Instituciones Financieras de Desarrollo (RFD) en 2017, en Ecuador existen 4,2 millones de microempresarios, de los cuales el 39%, aproximadamente 1,5 millones, se encuentra en el sector rural. Las cifras revelan además que el 65% de los microempresarios a escala nacional no cuenta con un registro único de contribuyentes (RUC) y al menos el 70% no lleva ningún registro contable de su actividad. (Flores, 2020)

La edad de los microempresarios en la Sierra fue de 45 años; en la Costa de 42,7 años, y en la Amazonía de 41, 9 años. Los emprendedores de edad más alta se encuentran en el sector rural, lo cual refleja la migración del campo a la ciudad. 73% por ciento de microempresarios en Ecuador tiene a su negocio como actividad principal. El nivel educativo es del 51 % de los microempresarios tiene educación primaria; el 36,5 % terminó el colegio y 12,5% concluyó la universidad. (Red de Instituciones Financieras de Desarrollo). (Flores J. , 2020)

## **1.2 MARCO CONCEPTUAL**

### **Machica:**

Harina de cebada tostada. Origen de la palabra: proviene del quechua machka, mashka o kamcha. (Definiciones-de.com, 2018)

### **Huevos:**

El término huevo, que procede del vocablo latino ovum, refiere a un elemento redondeado producido por las hembras de diversas especies que cobija al germen de un embrión y almacena las sustancias que nutren a éste en el marco de la incubación. (Porto J. P., 2018)

**Mantequilla:** Sustancia grasa y pastosa obtenida de la leche de vaca al batir la nata. (Definiciones-de.com, 2010)

### **Azúcar morena:**

Azúcar obtenido del jugo de caña de azúcar y que no se ha refinado, solo está cristalizado y centrifugado. Su color se debe al recubrimiento de melaza que hay en cada cristal de azúcar. Aunque su contenido en vitaminas y minerales es algo superior al azúcar blanco, su calidad dietética es muy inferior a la melaza. (enciclopediasalud.com, 2016)

### **Vainilla:**

Vainilla es el nombre de un género de plantas que pertenece a la familia de las orquídeas. Existen más de un centenar de especies de vainilla, que se caracterizan por sus tallos de gran extensión, sus flores de tamaño grande y sus frutos de aspecto capsular. (Gardey, Definicion.de, 2016)

**Rodillo:**

Utensilio cilíndrico de madera con asas o mangos a ambos lados, que se usa para extender y trabajar masas en panadería y pastelería. (Academic, s.f.)

**Cortador de masa:**

Utensilio de hojalata, de acero inoxidable o de material sintético, redondo, semicircular, ovalado o triangular, liso o acanalado, que permite cortar de forma rápida y regular placas de pasta en formas y dimensiones variables (barquillas, pequeños sables, volovanes, etc.). (Merino J. P., 2009)

**Mermelada:** Conserva hecha de fruta cocida con azúcar o miel.

## **CAPITULO II**

### **DIAGNÓSTICO DEL MERCADO**

#### **2.1 ANÁLISIS DE MACRO ENTORNO**

##### **2.1.1 ENTORNO POLÍTICO**

Como será un pequeño negocio no se verá muy influenciado por las políticas económicas del país. Al usar insumos nacionales no estará sujeto a aranceles. En general la situación política no es un punto de gran influencia en la microempresa que se quiere crear al momento. Pero esto no quiere decir que en un futuro de expansión de la empresa no la afectará.

##### **2.1.2 ENTORNO ECONÓMICO**

Como en cualquier negocio, la inflación puede afectar la situación. Al momento en Ecuador no hay inflación más bien existe deflación que es peor porque quiere decir que no hay circulante de dinero. Por otro lado, los intereses al momento están en 15% al 16.5%, un valor que para épocas anteriores es considerado alto.

##### **2.1.3 ENTORNO SOCIAL**

En la actualidad existen nuevas tendencias en los hábitos alimenticios de nuestra sociedad debido al mundo evolutivo y en constante cambio, son aspectos que han tomado un giro muy positivo y aceptado por el consumidor, enfocado en lo saludable, en una alimentación sana bienestar personal. Por otra parte, todavía hay muchas personas que les gusta consumir comida chatarra y eso se va heredando a sus hijos por lo cual se va perdiendo costumbres y tradiciones.

#### **2.1.4 ENTORNO TECNOLÓGICO**

En el ámbito tecnológico la microempresa no se va ver afectado prácticamente en nada por ser un producto elaborado artesanalmente, los sistemas computarizados o procesos de producción no se verían afectados. Pero, sin embargo, al momento de crecer, es importante automatizar procesos y llevar contabilidad mediante programas especializados. E así que se debe tener en cuenta el factor tecnología en un futuro si se quiere crecer.

#### **2.1.5 ENTORNO ECOLÓGICO**

El 80,26% de las empresas ecuatorianas para el año 2016 según datos del informe emitido por el INEC para ese mismo año establece que no poseen permisos ambientales, mientras que un 0,12% hace declaración del impacto ambiental que genera su empresa, un 6,18% posee certificación ambiental y un 8,04% licencia. El personal que más realiza actividades ambientales está ubicado en el sector manufacturero, representado con un 38,31%, así como también es el renglón que más destina recursos a la protección ambiental representado con un 36,10% (Aproximadamente 192 millones de dólares). La industria manufacturera consume aproximadamente 3.408 GWh, que corresponde al 53,13% de los 6.413,54 GWh consumidos a nivel nacional. Dicho sector se mantiene en el punto tope de generación de CO<sub>2</sub> con 0,34% siendo la intensidad máxima 0,31%. De las 1.294 empresas que generan aguas residuales, el 48,43% de ellas proporcionan algún tipo de tratamiento a sus aguas residuales. De las 2.292 empresas que generan residuos orgánicos, el 16,52% conoce la cantidad generada, 810.560,72 toneladas (INEC, 2016). (Ambiental, 2016)



Basado en lo expuesto anteriormente la microempresa que elaborará galletas de machica, mantendrá al día los permisos ambientales con el fin de seguir contribuyendo al cuidado y protección ambiental.

## **2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **2.2.1 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO**

El principal producto que ofrecerá la microempresa MACHIK COOKIES son galletas de machica con ingredientes naturales y nutritivos para todas las edades, esta idea surge de la necesidad de recuperar los productos autóctonos del Ecuador ya que con el pasar del tiempo se va perdiendo la costumbre de consumirlos.

### **2.2.2 SECTOR INDUSTRIAL AL QUE PERTENECE EL PRODUCTO**

Este trabajo se trata de crear una microempresa que elabora galletas de machica que llevará por nombre MACHIK COOKIES. Se encontrará ubicada en el barrio La Rumiñahui parroquia la Kennedy, los productos utilizados para elaborar las galletas son buenos para la salud y sus beneficios cada día son menos conocidos y consumidos debido a la aparición de nuevos productos, la tecnología y nuevas tendencias, entre otras cosas.

### **2.2.3 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR**

A los clientes les gusta consumir productos sanos y con buen sabor que tenga nutrientes como los que posee la machica, los cuales son buenos para la salud puesto que en la actualidad el mercado se encuentra saturado de productos chatarra y muchas veces por falta de tiempo lo consumen.

Existen nuevas tendencias en los hábitos alimenticios de la sociedad debido al mundo evolutivo y cambiante, son aspectos que han tomado un giro muy positivo y aceptado por el

consumidor, enfocado en lo saludable y en una alimentación sana, con una actitud de bienestar personal.

La parroquia Kennedy es una de las 33 parroquias del cantón Quito, la cual conforma el 3% del total de habitantes de toda la ciudad, se caracteriza por tener la mayor de su territorio poblado por viviendas, lo cual lo hace un sector residencial, y también comercial tomando en cuenta que justo por la mitad del sector la Rumiñahui cruza una de las avenidas importantes de Quito que es la Av. Real Audiencia. (Arévalo, 2015, pág. 20)

Por ser un producto nuevo e innovador se fijará un precio accesible que nos permita penetrar en el mercado y atraer al potencial cliente

#### **2.2.4 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO COMPETIDOR**

La misión y visión es introducir el producto que se va a elaborar al mercado, que actualmente se encuentra con varias marcas disponibles competitivas, por otro lado, se han destacado las cuatro principales marcas las cuales ocupan el 85.79% del mismo, entre los cuales encontramos Shullo, Quaker, Nestlé, Guillon. Quienes son líderes en este mercado y han estado el tiempo suficiente como para tener una imagen reconocida. (Castro, 2013)

Al momento de introducir las galletas “MACHIK COOKIES” que se elaborara, se pretende combatir a las marcas menos conocidas, con el fin de poco a poco la participación de mercado y de esta manera ganar clientes potenciales y ser una marca reconocida.

### **2.3 PERFIL DEL SEGMENTO**

#### **2.3.1 SEGMENTACIÓN**

- Género: Masculino y femenino
- Público consumidor: niños de 4 a 12 años
- Publico encuestado: Entre 15 a 64 años

- Gustos y preferencias: consumo de galletas
- Nivel de ingresos: medio – alto
- Ubicación: Norte de Quito, en la parroquia la Kennedy barrio la Rumiñahui

### 2.3.2 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

A continuación, se detallarán los factores más importantes considerados para la segmentación del mercado. Los siguientes datos presentados se basarán en las encuestas que se realizará a personas de la parroquia Kennedy en la ciudad de Quito.

#### a. EDAD

La edad es uno de los factores más importantes al momento de definir el cliente potencial ya que las galletas pueden ser consumidas en todas las edades, sin embargo, enfocados en el nicho del mercado que MACHIK COOKIES pretende atacar, las personas que presentan un mayor interés por el producto se encuentran en el rango de entre 15 a 64 años, debido a esto, las estrategias de comunicación y publicidad estarán enfocadas hacia personas jóvenes – adultos de la parroquia Kennedy.

Tabla 1. Población por sexo de la parroquia Kennedy.

Hombre	Mujer	Total
33.177	36.864	70.041

Elaborado por: La Autora. Fuente: INEC

Tabla 2. Población por grupo de edad.

De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	Total
5.420	6.432	6.547	5.934	5.185	4.623	4.318	3.688	3.329	2.388	47.864

Elaborado por: La Autora. Fuente: INEC

Tabla 3. Población por edad del público consumidor.

De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	Total
3.921	5.006	5.067	13.994

Elaborado por: La Autora. Fuente: INEC.

### 2.3.3 SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

#### Localización

La parroquia Kennedy se encuentra ubicada al norte de la ciudad de Quito, pertenece a la administración zonal Eugenio espejo, se conforma por 33 barrios.

#### Población

Tiene una población de 70.041 habitantes según los datos del INEC

### 2.3.4 SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL

El objetivo principal de la segmentación conductual es entender las necesidades y deseos de los clientes ofreciendo algo único que se base en su comportamiento al adquirir el producto.

### 2.3.5 SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

La segmentación psicográfica toma en cuenta los rasgos psicológicos de los consumidores, su estilo de vida, sentimientos, intereses, deseos, etc. Cada vez está siendo más utilizada por negocios que quieren alcanzar realmente a su consumidor ideal y complacer al consumidor.

### **2.3.6 DESCRIPCIÓN DE LAS VARIABLES DE LA SEGMENTACIÓN A PRIORI**

- Ubicación
- Falta más tiendas de productos naturales
- Baja oferta de productos naturales

### **2.3.7 SEGMENTACIÓN A PRIORI**

La Kennedy cuenta con un total de 70.041 habitantes de los cuales aproximadamente 36.505 se encuentran en un rango de edad de 15 a 64 años se resta un 5% correspondiente a los hogares pobres de La Kennedy con un total de 45.939 que será la muestra para fines investigativos.

### **2.4 MERCADO OBJETIVO**

El mercado objetivo para la microempresa serán personas que estén entre los 15 a 64 años ya que ellos se encuentran en una edad donde son activamente productivos en su mayoría y muchos de ellos son padres de familia quienes tienden a buscar productos saludables para que sus hijos se alimenten de una forma sana y a su vez son quienes compran en las tiendas (258 aprx) que hay en los alrededores del sector.

### **2.5 CÁLCULO DE LA MUESTRA**

Para obtener el tamaño de la muestra, se utilizó la fórmula finita que se indica a continuación:

N= Tamaño del universo      45939

Z= nivel de confianza      1,96

q= error 5%

p= 1-q

n= Es el tamaño de la muestra

O= Probabilidad de éxito

## 2.6 FÓRMULA FINITA

Una población es finita cuando se conoce la cantidad de elementos involucrados en la investigación.

### 2.6.1 FÓRMULA

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

$$n = \frac{1,96^2 \times 0.05 \times 0.95 \times 45939}{0.05^2 \times (45939-1) + 1,96^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

$$n = 73$$

## 2.7 SELECCIÓN DEL TIPO DE MUESTREO

Para calcular el tamaño de la muestra para la aplicación de la encuesta, se toma datos de la población de La Kennedy sector la Rumiñahui que existe actualmente. Se seleccionó el muestreo ALEATORIO ya que es el más adecuado para la administración.

## 2.8 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

### ENCUESTA

#### Objetivo

Obtener datos informativos sobre el consumo de galletas en la parroquia La Kennedy.

#### DATOS INFORMATIVOS

##### EDAD:

15 a 25 ( )

25 a 35 ( )

36 a 45 ( )

46 a 55 ( )

56 a 65 ( )

**SEXO:** M ( ) F ( )

##### Actividad económica

a. Profesional

b. Ama de casa

c. Trabajador independiente

d. Estudiante

##### Ingreso promedio mensual

a. 400 a 500

b. 501 a 600

c. 601 a 700

d. 701 a 800

## **CUESTIONARIO**

Por favor leer atentamente las siguientes preguntas y contestar según su criterio.

**1. ¿Ha consumido galletas?**

Si ( ) No ( )

**2. ¿Con que frecuencia compra galletas?**

1 vez por semana ( )

2 veces por semana ( )

3 veces cada 15 días ( )

4 veces al mes ( )

**3. ¿Qué tipo de galletas prefiere consumir?**

Oreo ( )

Choco chip ( )

Noel ( )

Siluet ( )

**4. ¿De los siguientes sabores de galletas cuál es de su preferencia?**

Chocolate ( )

Vainilla ( )

Limón ( )

Avena ( )

**5. Marque con una X el nivel de cada uno de los factores que influye en el momento de realizar la compra de los siguientes productos. ¿Cuáles son los**



**factores toma en cuenta para seleccionar una marca de galleta y que tanto influye en su decisión de compra?**

FACTOR	INFLUENCIA	MUCHO	POCO	NADA
PRESTIGIO				
PRECIO				
RECOMENDACIÓN				
VARIEDAD				

**6. De los siguientes lugares ¿dónde es de su agrado comprar galletas?**

En un supermercado

En una tienda naturista

En la tienda del barrio

En una panadería

**7. ¿Consumiría galletas que estén elaboradas a base de machica?**

Si

No

## 2.9 ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE DATOS

### EDAD:

Tabla 4. Datos informativos (edad).

EDAD			
	Personas	Frecuencia	%
15 a 25	19	19.0%	26%
26 a 35	25	25.0%	34%
36 a 45	18	18.0%	25%
46 a 55	9	9.0%	12%
56 a 65	2	2.0%	3%
Total	73	73.00%	100%

Fuente: La Autora

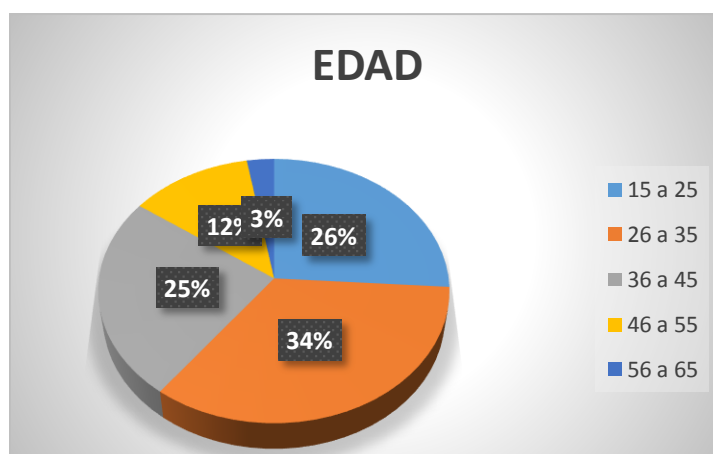


Ilustración 1. Datos informativos.

Fuente: La Autora

### Análisis

Fue posible identificar que la edad promedio del cliente potencial es entre 15-45 años de edad, pues se considera también a esta población como aquella que por lo general está en estado productivo, ya que en su mayoría trabajan o estudian para satisfacer sus necesidades y las de su familia.

## GÉNERO:

Tabla 5. Datos informativos (género).

GÉNERO			
	Personas	Frecuencia	%
MASCULINO	25	25%	34%
FEMENINO	48	48%	63%
TOTAL	73	73%	97%

Fuente: La Autora

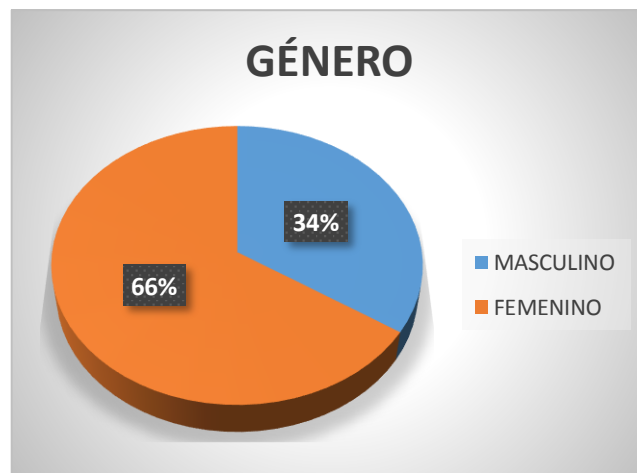


Ilustración 2. Datos informativos.

Fuente: La Autora.

## Análisis

Se percibe que la mayor parte de encuestados son de género Femenino por lo que se puede interpretar que la mayor parte de clientes serán de género femenino.

## Actividad económica

Tabla 6. Datos informativos (actividad económica).

ACTIVIDAD ECONÓMICA			
	Personas	Frecuencia	%
PROFECIONAL	23	23%	31.5%
AMA DE CASA	9	9%	12.3%
TRABAJADOR INDEPENDIENTE	26	26%	35.6%
ESTUIANTE	15	15%	20.5%
TOTAL	73	73%	100.0%

Fuente: La Autora

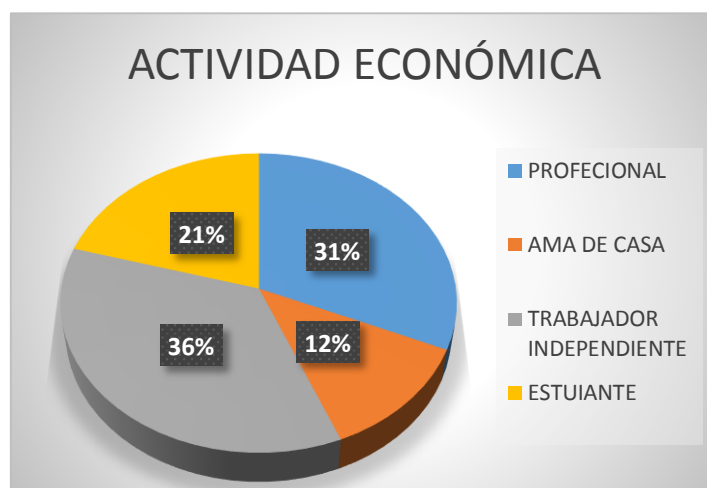


Ilustración 3. Actividad económica de las personas encuestadas.

Fuente: La Autora

## Análisis

La actividad económica de la mayor parte de encuestados es la de trabajadores independientes, pero también existen profesionales, estudiantes y amas de casa en baja proporción.

## Ingreso promedio mensual

Tabla 7. Datos informativos (ingreso mensual).

INGRESO MENSUAL			
Datos	Personas	Frecuencia	%
400 a 500	37	37%	50.68%
501 a 600	19	19%	26.03%
601 a 700	7	7%	9.59%
701 a 800	5	5%	6.85%
SIN RESPONDER	5	5%	6.85%
TOTAL	73	73%	100.00%

Fuente: La Autora

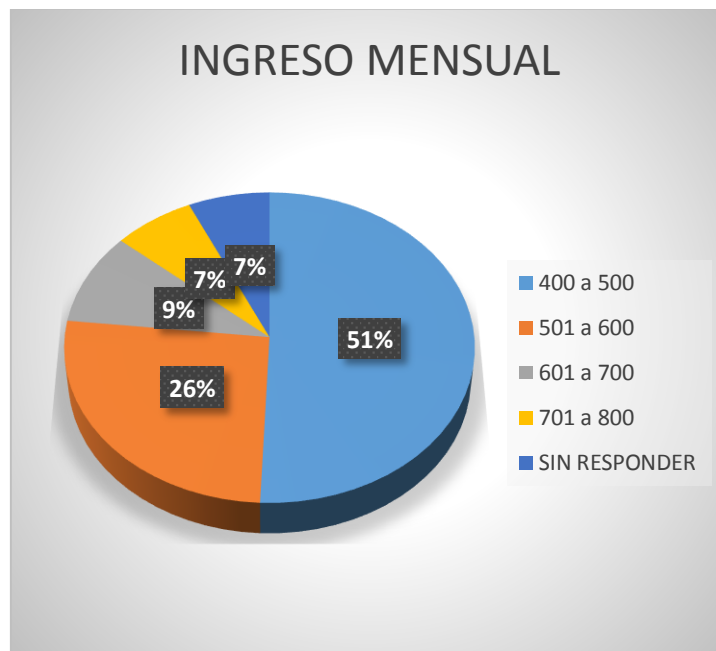


Ilustración 4. Promedio mensual de ingresos.

Fuente: La Autora

### Análisis

El 51% del total de encuestados indicaron que su salario mensual es entre \$ 400 a \$500, mientras que el 26% indicaron que su salario entre \$501 a \$ 600 y en menor proporción

indicaron que sus ingresos mensuales son de \$601 a \$800 por lo que indica que esta microempresa se debe de enfocar en personas con ingresos medios.

### 1. ¿Ha consumido galletas?

Tabla 8. Pregunta 1 de la encuesta.

HA CONSUMIDO GALLETAS?			
	Personas	Frecuencia	%
SI	70	70%	95.89%
NO	3	3%	4.11%
TOTAL	73	73%	100.00%

Fuente: La Autora

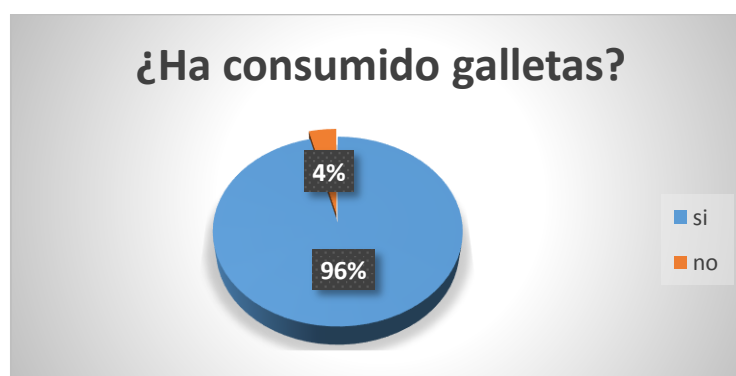


Ilustración 5. Pregunta 1 de la encuesta.

Fuente: La Autora

### Análisis

La mayoría de encuestados si consumen galletas por lo que se considera que la microempresa tendrá una buena acogida.

## 2. ¿Con qué frecuencia compra galletas?

Tabla 9.pregunta 2 de la encuesta.

¿Con que frecuencia compra galletas?			
	Personas	Frecuencia	%
1 vez por semana	27	27%	36.99%
2 veces por semana	18	18%	24.66%
3 veces cada 15 días	16	16%	21.92%
4 veces al mes	12	12%	16.44%
TOTAL	73	73%	100%

Fuente: La Autora

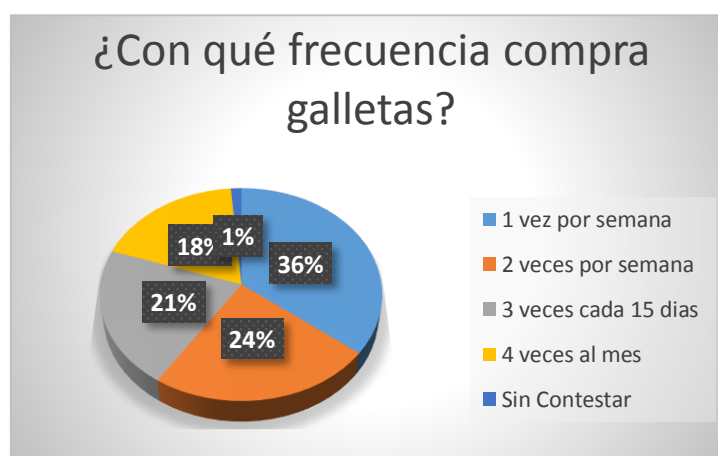


Ilustración 6. Pregunta 2 de la encuesta.

Fuente: La Autora

### Análisis

La mayor parte de los encuestados dice que consumen galletas 1 vez por semana, en menos porcentaje la consumen 2 veces por semana.

Por lo que se puede decir que si se vendería las galletas de machica por que las personas de la parroquia les gusta consumir galletas.



### 3. ¿Qué tipo de galletas prefiere consumir?

Tabla 10. Pregunta 3 de la encuesta.

¿Qué tipo de galletas prefiere consumir?			
	Persona	Frecuencia	%
Oreo	40	40%	55%
Choco Chip	25	25%	34%
Noel	4	4%	5%
Siluet	4	4%	5.5%
TOTAL	73	73%	100%

Fuente: La Autora

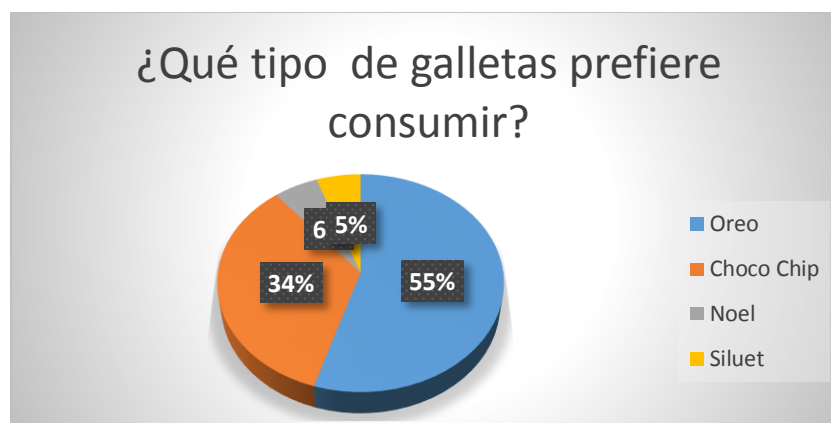


Ilustración 7. Pregunta 3 de la encuesta.

Fuente: La Autora.

#### Análisis

El 55% de los encuestados que es la mayoría dicen que prefieren consumir galletas Oreo y en un porcentaje menor choco chips.

Podemos decir que estas dos marcas serán la principal competencia dentro del mercado para el producto que se va a elaborar.

#### 4. ¿De los siguientes sabores de galletas cuál es de su preferencia?

Tabla 11. Pregunta 4 de la encuesta.

¿De los siguientes sabores de galletas cual es de su preferencia?			
	Personas	Frecuencia	%
Chocolate	41	41%	56%
Vainilla	15	15%	21%
Limón	10	10%	14%
Avena	7	7%	10%
TOTAL	73	73%	100%

Fuente: La Autora

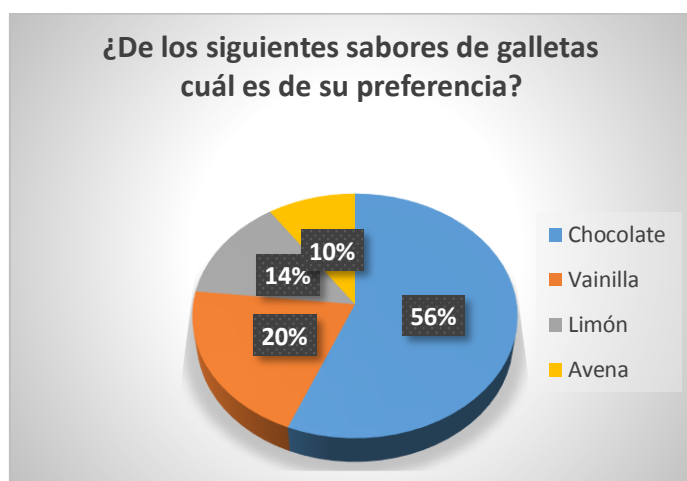


Ilustración 8. Pregunta 4 de la encuesta.

Fuente: La Autora

#### Análisis

El sabor que más prefieren las personas según los resultados de la encuesta es el chocolate con un porcentaje del 56%, por lo que se debería pensar en elaborar una variedad de galleta de machica con chocolate.

5. Marque con una X el nivel de cada uno de los factores que influye en el momento de realizar la compra de los siguientes productos. ¿Cuáles son los factores toma en cuenta para seleccionar una marca de galleta y que tanto influye en su decisión de compra?

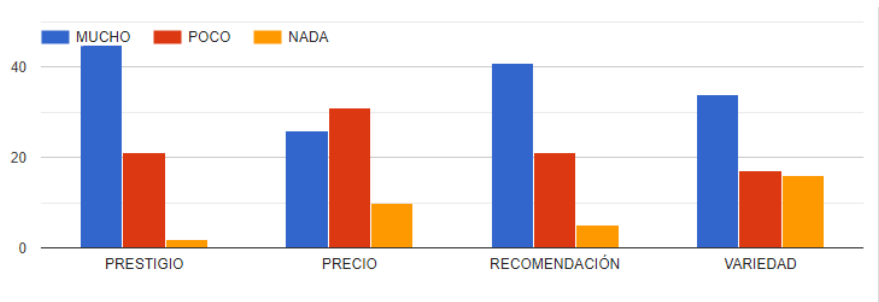


Ilustración 9. Pregunta 5 de la encuesta.

Fuente: la Autora

### Análisis

La mayor parte de encuestados dice que al momento de comprar galletas el prestigio influye mucho en la compra, también influye las recomendaciones de otras personas, pero el precio tiene poca influencia al momento de comprar galletas.

Es decir las personas consumen galletas por prestigio que tengan por lo que deben de ser de buena calidad.

## 6. De los siguientes lugares ¿dónde es de su agrado comprar galletas?

Tabla 12. Pregunta 6 de la encuesta.

De los siguientes lugares ¿dónde es de su agrado comprar			
	Personas	Frecuencia	%
En un supermercado	25	25%	34.25%
En una tienda naturista	12	12%	16.44%
En la tienda del barrio	30	30%	41.10%
En una panadería	6	6%	8.22%
Total	73	73%	100%

Fuente: La Tutora

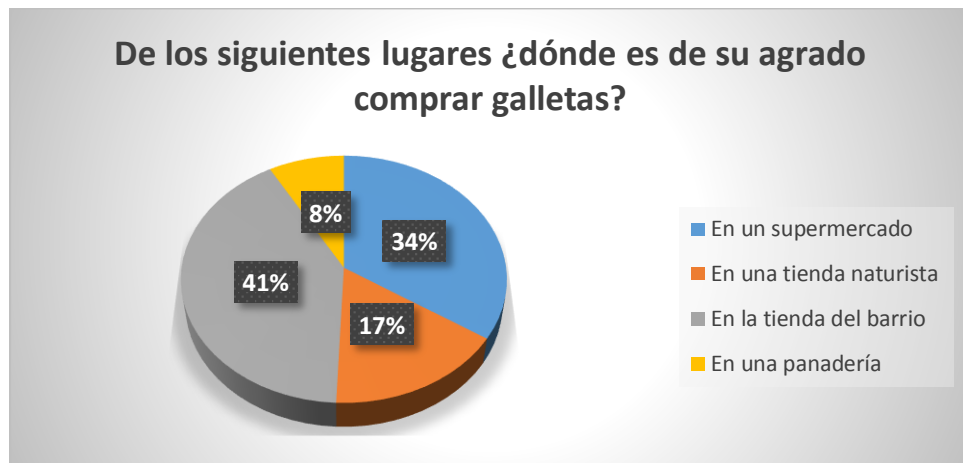


Ilustración 10. Pregunta 6 de la encuesta.

Fuente: La Autora.

### Análisis

A la mayor parte de encuestados prefieren adquirir galletas en tiendas y en supermercados y en menor porcentaje en tiendas naturistas y panaderías por lo que se debe de introducir nuestro producto en estos mercados.

## 7. ¿Consumiría galletas que estén elaboradas a base de machica?

Tabla 13. Pregunta 7 de la encuesta.

¿Consumiría galletas que estén elaboradas a base de machica?			
	Personas	Frecuencia	%
Si	66	66%	90.41%
No	7	7%	9.59%
Total	73	73%	100%

Fuente: La Autora



Ilustración 11. Pregunta 7 de la encuesta.

Fuente: La Autora

### Análisis

El 90 % de los encuestados respondió a la encuesta que si consumiría galletas que estén elaboradas a base de machica, por lo que se puede decir que el proyecto si puede ser viable.

### **2.9.1 RESUMEN DE ANÁLISIS DE ENCUESTA**

Los resultados de la encuesta arrojaron que las personas con más porcentaje que respondieron la encuesta fueron personas de género femenino y masculino que en su mayoría trabajan de forma independiente, en menos porcentaje dijeron que eran profesionales. En el barrio el 96% de los encuestados respondieron que si consumen galletas, el 36% de personas compran galletas por lo menos 1 vez a la semana por lo que se puede interpretar que en esta parroquia el consumo de galletas es alto debido a que es una zona donde existe una gran cantidad de establecimientos educativos por lo que hay una gran demanda de niños y los padres de familia optan enviar galletas en sus loncheras.

Las galletas más consumidas en la parroquia la Kennedy son las galletas oreo y choco chips, el sabor que prefieren comprar es el chocolate por lo que se debería de realizar una variedad de la galleta de machica que contenga chocolate, los habitantes del sector en su mayoría adquieren las galletas en tiendas que se encuentran en los alrededores de sus hogares, pero también en un menor porcentaje las compran en supermercados por lo que en un futuro se pondrá una tienda física e introducir el producto a los supermercados más importantes como son Supermaxi, Santa María y Mi Comisariato.

## **CAPITULO III**

### **PROPUESTA**

#### **3.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

En esta parte se establecerá el nombre de la empresa, la misión, visión, los valores, también se describirá la empresa, donde estará ubicada después de eso se realizara un diagnóstico de la demanda y oferta para proceder a realizar las proyecciones de las mismas.

Se elaborara un plan de marketing en el cual se utiliza estrategias para que el producto tenga buena acogida en el mercado, se establecerá los precios y presentaciones en las que se venderá las galletas, como se promocionaran y los canales para ser distribuidas.

## **3.2 NOMBRE DE LA EMPRESA**

MACHIK COOKIES

### **3.2.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

MACHIK COOKIES, es una microempresa que se dedicará a elaborar galletas de machica, estará ubicada en el norte de Quito, en la parroquia la Kennedy en el barrio La Rumiñahui D.M.Q. tratando de crear conciencia en quien consuma las galletas para incrementar la demanda de productos elaborados con alimentos naturales y nacionales.

### **3.2.2 MISIÓN**

MACHIK COOKIES es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de galletas de machica, ubicado en la parroquia la Kennedy, ofreciendo a nuestros consumidores un mejor estilo de vida con productos de calidad y a un precio justo.

### **3.2.3 VISIÓN**

MACHIK COOKIES para el 2025 será una empresa reconocida. En estos 5 años, tratará de constituir una microempresa estructurada y organizada capaz de ser un negocio sustentable y ofrecer plazas de trabajo. Estableciendo tendencias de consumo de productos saludables, enfocados a estar en constante innovación del producto con el fin de llegar a ser líderes en el mercado.

### **3.2.4 VALORES**

**Honestidad.** – Ser objetivo hablar con sinceridad, actuar con justicia y siempre en base a la verdad, respetar las opiniones de otras personas en este caso los clientes.

**Respeto.** – Es uno de los valores más importantes ya que fomenta la buena convivencia entre personas.



**Humildad.** – Virtud, característica propia de no sentirse superior a los demás saber que tenemos defectos y aceptarnos.

**Responsabilidad.** – Cualidad que poseen las personas que son capaces de comprometerse y actuar de forma correcta.

**Tolerancia.** – Aceptar opiniones, creencias y estilo de vida diferentes a la nuestra. (Chen, 2019)

### **3.3 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA**

#### **3.3.1 DEMANDA**

Las zonas que consumen este producto tradicional son las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Cañar y Azuay. Y los espacios de consumo se relacionan directamente al ámbito familiar y en zonas rurales se las pueden consumir en mercados de estas zonas (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016). (sabores, 2011)

Actualmente la harina de máchica es empleada en preparaciones denominadas innovadoras, pero estas preparaciones ya han formado parte del patrimonio alimentario del Ecuador, un ejemplo de ello es la harina de machica mezclada con leche inficionada con varias hierbas aromáticas, esta bebida forma parte del desayuno y cena.

#### **3.3.2 OBJETIVOS DEL ANÁLISIS**

Recopilar información que permita conocer a fondo las necesidades del mercado y sus competidores, mediante datos estadísticos, así ofrecer un buen producto y que sea competitivo.

Conocer el comportamiento de los consumidores, mediante una observación minuciosa y así conocer cuáles son sus principales exigencias en cuanto al producto.

Comprobar la capacidad de aceptación de productos nuevos en el mercado, a través de encuestas con la intención de tener una mejor proyección de ventas.

### **3.3.3 VARIABLES**

Precio

Sabor

Presentación

Calidad del producto

Marca

### **3.3.4 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA**

La demanda histórica representada por los consumidores de galletas, ha estado dominada por el segmento de la población que dentro de su consumo están las galletas, esta demanda no es constante y tiende a crecer conforme crece la población. (EMOLINA, 2010)

Si bien el nivel de consumo histórico de galletas en el país es menor al que registran Argentina, Brasil y Chile, el volumen es atractivo para los fabricantes. El ecuatoriano consume anualmente entre 2,5 y 3 kilos de galletas. (EMOLINA, 2010)

En este contexto el 60 % de la facturación de ventas corresponden a galletas de dulce y el restante 40 % a las galletas de sal.

### DEMANDA HISTÓRICA

Año	Kg.
2009	11.195.934
2010	11.419.852
2011	11.648.249
2012	11.881.214
2013*	12.118.838

Fuente: Cuadro de resultados del muestreo  
Elaborado por: Valdez Torres Diana

Ilustración 12. Demanda histórica.

Fuente: Cuadro de resultados del muestreo.

Elaborado por: Valdez Torres Diana

### 3.3.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Tabla 14. Proyección de la Demanda.

Nº	AÑOS	Precio de galleta (y)	X	XY	$x^2$
1	2015	11195934	1	11195934	1
2	2016	11419852	2	22839704	4
3	2017	11648249	3	34944747	9
4	2018	11881214	4	47524856	16
5	2019	12118838	5	60594190	25
$\Sigma$	?	58264087	15	177099431	55

Fuente: La Autora.

$$b = \frac{\Sigma xy - n * \bar{x} * \bar{y}}{\Sigma x^2 - n * (\bar{x})^2}$$

$$b = \frac{177099431 - 5 * 3 * 11652817.4}{55^2 - 5 * (3)^2}$$

$$b = 774.22$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

$$a = 11652817.4 - (774.22 * 3)$$

$$a = 11650494.74$$

$$y = a + bx$$

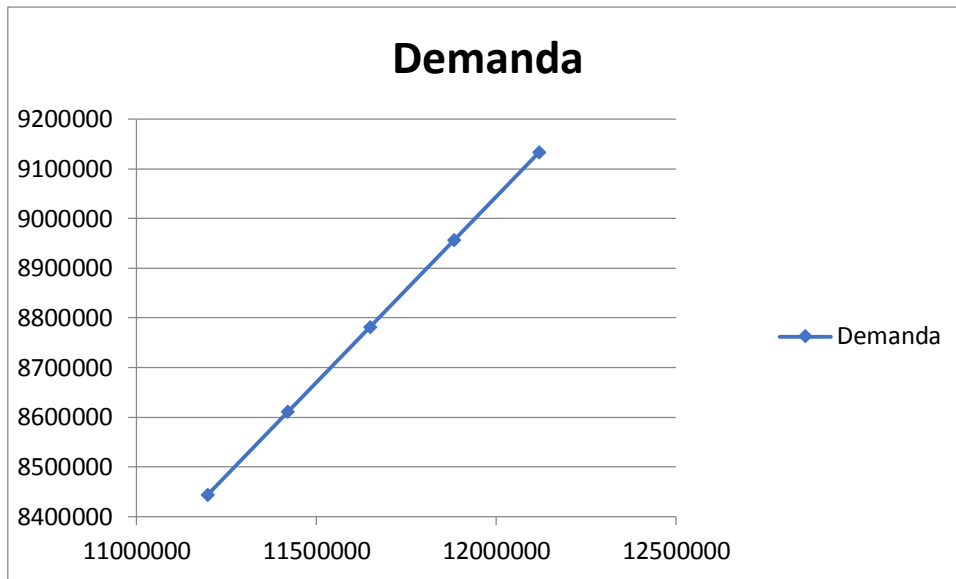
$$y_6 = 11650494.74 + 774.22 * 6$$

$$y_6 = 11655140.06$$

Tabla 15. Demanda proyectada.

Nº	AÑOS	PRECIO
6	2020	11655140.06
7	2021	11655914.28
8	2022	11656688.50
9	2023	11657462.72
10	2024	11658236.94

Fuente: La Autora.



### 3.4 DETERMINACION DE LA OFERTA

**Ilustración 13. Demanda.**

**Fuente: La Autora**

#### 3.4.1 OFERTA

En el mercado existe una oferta de cerca de 22 marcas que cada año a año han ido diversificando sus productos y han hecho que el consumo individual sume cerca de 3 kilos anuales, generando volúmenes de venta de alrededor de \$60 millones al año, los cuales se concentran principalmente en las grandes industrias como Nestlé, Kraft-navisco, Noel, la Universal, Costa, entre otras. (Giler, 2016)

#### 3.4.2 EMPRESA OFERTANTES DEL PRODUCTO

Los fabricantes como Nestlé, Alincorp, Kraft (Nabisco), Noel, Supermaxi, Arcor,

La Universal y otras más, han dominado la oferta histórica del producto en el

mercado ecuatoriano, las marcas con mayor presencia en supermercados son: Amor,

Ricas, Coco, Galack, Tango, Wafer mix, Konitos, Festival, Club social, Ritz, Siluet y Diversión. Esta última es de la firma Arcor. (Jimenez, 2019)

### **3.4.3 PARTICIPACIÓN DEL MERCADO DE LAS EMPRESAS OFERTANTES**

#### **Kraft (Nabisco)**

Es una empresa comercializadora de productos alimenticios, cuyo portafolio de galletas incluye: Konitos, Oreo, Cua Cua, Choco Chips, Galapaguitos, Ritz, Club social entre otras. Y abarca un mercado de 48.6% que representa las ventas anuales de aproximadamente \$34.020.000 (Pandía, 2018, pág. 4)

#### **Nestlé:**

Es una empresa productora y comercializadora de una amplia gama de productos alimenticios entre los que se encuentran: leche en polvo, leches líquidas, homogenizadas y varios derivados lácteos, que están semielaborados de cacao, bebidas instantáneas, chocolates culinarios, galletería, jugos y avenas de sabores. (Pandía, 2018, pág. 4)

Esta empresa se encuentra en Ecuador desde 1955, y adquirió la planta de producción de galletas pertenecientes a La Universal en 1996, posee tres plantas de producción en Cayambe y en Guayaquil, siendo la productora de galletas en Guayaquil. (Pandía, 2018, pág. 4)

Dentro de su portafolio de galletas se encuentra las siguientes: Daysi, Coco, Wafer Amor, Zoología, Muecas, Doré, Ricas, etc. Teniendo una participación de mercado del 42.5%, con ventas anuales de aproximadamente \$29.750.000. (Pandía, 2018, pág. 4)

#### **Noel**

Es una empresa colombiana que pertenece al Grupo de Inversiones Nacionales de chocolate, cuyo representante comercial para Ecuador y otros de América Latina es la comercializadora Cordialsa. (Pandía, 2018, pág. 4)

Esta comercializadora se encuentra en Ecuador desde 1995, proporcionando al mercado ecuatoriano marcas de galletas como son: Festival, Ducales, Recreo, Dux, Saltín, Oro Crema, Wafer, etc. Abarcando un 7.6% del mercado, con ventas anuales aproximadas de \$5.320.000. (Pandía, 2018, pág. 4)

Además, en Ecuador se cuenta con otras marcas competidoras en el mercado tales como: Alicorp, Grupo Superior, Ítalo, Colombina, Arcor, Costa, etc. Mismos que participan con un 1.3% con ventas aproximadas de 910.000. (Pandía, 2018, pág. 4)

#### **3.4.4 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA**

Las multinacionales como Kraft Foods-Nabisco y Nestlé tienen variedades de las galletas que son fabricantes por sus filiales. En la ciudad de Guayaquil existen grandes empresas como: Confitera, Nestlé de Ecuador, Ferrero de Ecuador y Nabisco Royal de Ecuador, así como La Universal, que recientemente volvió a tener operaciones. (Pandía, 2018, pág. 4)

#### **OFERTA HISTÓRICA Y ACTUAL**

<b>Año</b>	<b>Kg.</b>
2009	8.443.308
2010	8.610.889
2011	8.781.796
2012	8.956.095
2013*	9.133.854

Fuente: Diario El Universo, 18 de febrero de 2013  
Elaborado por: Valdez Torres Diana

**Ilustración 14 oferta histórica y actual.**

**Fuente: El Universo, 18 de febrero de 2013.**

**Elaborado por: Valdez Torres Diana.**

### 3.5 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Tabla 16. Proyección de la oferta.

Nº	AÑOS	Precio de galleta (y)	X	XY	x <sup>2</sup>
1	2015	8443308	1	8443308	1
2	2016	8610889	2	17221778	4
3	2017	8781796	3	26345388	9
4	2018	8956095	4	35824380	16
5	2019	9133854	5	45669270	25
Σ	?	43925942	15	133504124	55

Fuente: La Autora

$$b = \frac{\Sigma xy - n * \bar{x} * \bar{y}}{\Sigma x^2 - n * (\bar{x})^2}$$

$$b = \frac{133504124 - 5 * 3 * 8785188.4}{55^2 - 5 * (3)^2}$$

$$b = 658.89$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

$$a = 8785188.4 - 658.89 * 3$$

$$a = 8783211.73$$

$$y = a + bx$$

$$y_6 = 8783211.73 + 658.89 * 6$$



$$y_6 = 8787165.07$$

Tabla 17. Oferta proyectada.

Nº	AÑOS	PRECIO
6	2020	8787165.07
7	2021	8787823.96
8	2022	8788482.85
9	2023	8789141.74
10	2024	8789800.63

Fuente: La Autora

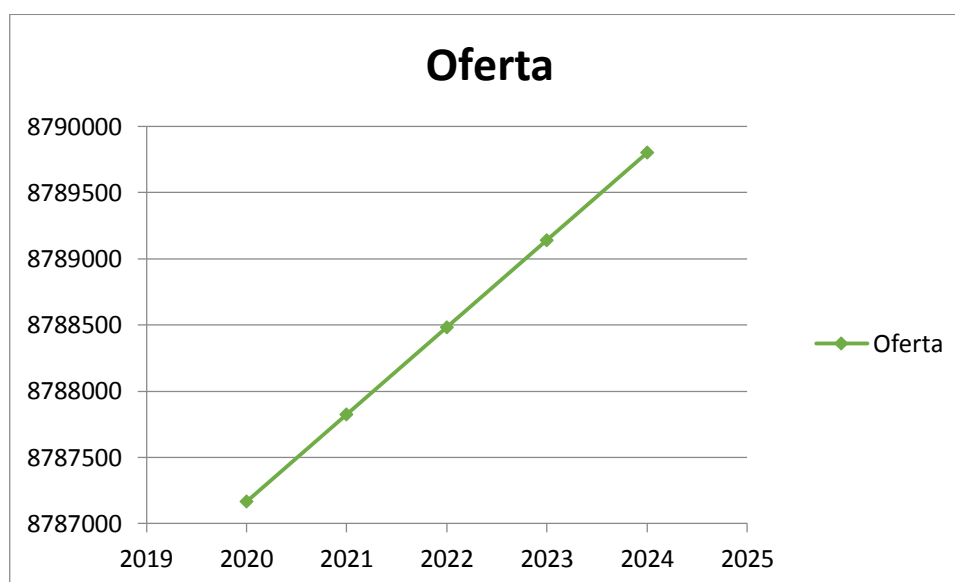


Ilustración 15 Oferta proyectada.

Fuente: La autora

### 3.6 DEMANDA INSATISFECHA

En la parroquia Kennedy barrio La Rumiñahui el público no ha logrado acceder a las galletas de machica por falta de conocimiento acerca del producto, y no porque no les gusta sino por falta de un establecimiento que las distribuya.

#### 3.6.1 CÁLCULO Y GRÁFICO DE DEMANDA INSATISFECHA

Algunos consumidores no han podido acceder al producto ya que en muchas ocasiones el precio es muy elevado. Las galletas ofertadas no cumplen con las expectativas del cliente ya que no son de su agrado.

**Tabla 18. Demanda insatisfecha.**

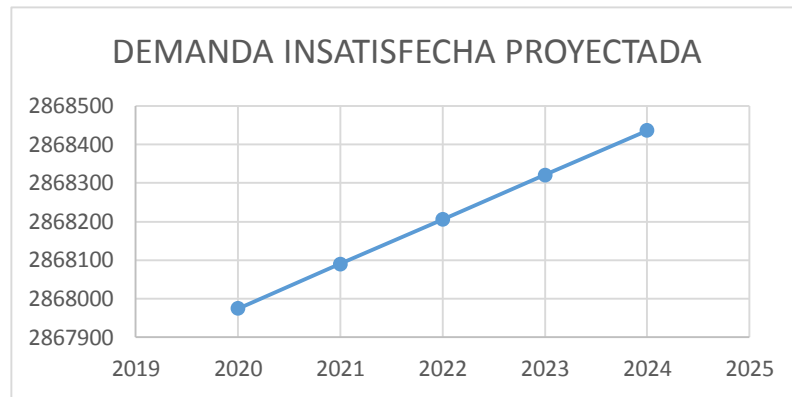
<b>AÑOS</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2015	11195934	8443308	2752626
2016	11419852	8610889	2808963
2017	11648249	8781796	2866453
2018	11881214	8956095	2925119
2019	12118838	9133854	2984984

Fuente: La Autora

**Tabla 19. Demanda Insatisfecha Proyectada.**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DEMANDA</b>	<b>PROYECCIÓN OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA</b>
<b>2020</b>	11655140,06	8787165,07	2867974,99
<b>2021</b>	11655914,28	8787823,96	2868090,32
<b>2022</b>	11656688,5	8788482,85	2868205,65
<b>2023</b>	11657462,72	8789141,74	2868320,98
<b>2024</b>	11658236,94	8789800,63	2868436,31

Fuente: La Autora



**Ilustración 16. Gráfico de la demanda insatisfecha.**

**Fuente:** la Autora.

### **3.6.2 CONDICIÓN QUE DEFINE LA DEMANDA INSATISFECHA**

- Se da cuando la demanda supera a la oferta
- Ubicación no adecuada
- Precios altos
- Establecimiento poco adecuado
- Personal no capacitado.

## **3.7 MARKETING MIX**

### **3.7.1 PRODUCTO**

#### **3.7.1.1 Marca**

##### **Machik Cookies.**

Machik Cookies apuesta por productos altamente calificados evitando harinas en su composición ya que nuestro objetivo principal es aprovechar todos los aspectos nutritivos que posee la machica.

##### **Atributos de calidad**

Es emoliente, reconstituyente, digestiva, diurética, desintoxicante, tónica, ligeramente vasoconstrictora, antiinflamatoria, laxante, alcalinizante, antiséptica y mineralizante. (harinaslafuentsanta.com, s.f.)

Reduce los niveles de colesterol actúa como antioxidante mejora la visión ayuda al desarrollo infantil favorece los tratamientos del cáncer

Teniendo en cuenta los atributos de nuestro producto se pretende un precio justo y económico al alcance de todos los bolsillos por un producto hecho en casa.

#### **3.7.1.2 Logotipo**



**Ilustración 17. Logotipo.**  
**Fuente: La Autora**

El color que se eligió para el logotipo es café que significa salud, bienestar, responsabilidad, ya que las galletas que se venderá estarán elaboradas con productos naturales como la machica y que son buenos para la salud tratando de tener responsabilidad con el medio ambiente y de tratar de conservar las tradiciones para enriquecer la cultura del país.

El nombre hace referencia a que son galletas de machica

Los puntos que tiene dentro de la galleta hacen referencia a las impurezas que tiene la machica que son fuente de fibra.

Y la forma de del logotipo hace referencia a una galleta como se puede observar en la imagen del logotipo.

### 3.7.1.3 Empaque



**Ilustración 18. Empaque de galletas.**

**Fuente: La Autora**

#### **3.7.1.4 Presentación**

##### **Las galletas se venderán en dos presentaciones**

- Una caja que contiene 150gr las cuales estarán rellenas con mermelada de mortiño y mora, que costara \$3.00
- Fundas las cuales tendrán 70 gr por funda y costara \$ 1.25

#### **3.7.2 PRECIO**

Por ser un producto nuevo e innovador se fijará un precio asequible que permita penetrar en el mercado y atraer al potencial cliente ya que el precio es muy influyente al momento de realizar la compra

El precio base estimado será:

- Una caja que contiene 150gr las cuales estarán rellenas con mermelada de mortiño y mora, que costara \$3.00, y a los minoristas se les dejara en \$2.85
- Fundas las cuales tendrán 70 gr por funda y costara \$ 1.25 y a los minoristas se les dejara en \$1.15

#### **3.7.3 PLAZA**

Utilizaremos canales cortos de distribución. Las galletas de machica se elaborarán en la planta que estará ubicado en la calle Melchor Toaza N59-44 y Av. Luis Tufiño, en la parroquia La Kennedy.

Los vendedores trabajarán directo con la microempresa serán los encargados de vender a tiendas, donde los intermediarios serán las tiendas (minoristas).

Los consumidores finales serán las personas que adquieran el producto ya sea comprando en una tienda del sector y también en un futuro introducir el producto en supermercados.



**Ilustración 19** Canal de distribución.

**Fuente:** la autora

### **3.7.4 PROMOCIÓN**

Para lograr la promoción se aplicarán las estrategias de crecimiento masivo, como su nombre lo indica “las estrategias de crecimiento pretenden elevar las ventas de la empresa, basándose en el mercado, pero también en los productos” (Andrade, 2011).

Se plantean las siguientes estrategias:

- a) Campañas publicitarias en redes sociales
  - b) Degustaciones
  - c) Entrega de volantes
  - d) Participación en ferias.
- a) Se promocionará por medio de redes sociales en Facebook 2 veces por semana y se realizará concursos en fechas especiales para interactuar con los clientes, al igual que por Instagram, también cuando se vaya a participar en ferias o días especiales.



**Ilustración 20. Promoción Facebook e Instagram.**

**Fuente: La Autora**

- b) Se realizará degustaciones del producto en establecimientos educativos y tiendas aledañas al lugar donde estará el establecimiento, en carreras atléticas ya que el objetivo de elaborar este producto es que los niños y grandes conozcan productos que se consumía antes y se están perdiendo en la actualidad también vean que la machica no solo se la puede consumir en coladas sino también en forma de galletas y con un excelente sabor, para verificar si es de agrado de ellos.

**Tabla 20. Lugares donde se realizarán degustaciones.**

LUGAR	Día	HORA
Escuela Republica de Italia	Mañana deportiva	10:00 a 11:00
Colegio Don Bosco	Casa abierta	10:00 a 12:00
Colegio MASAY	Casa abierta	10:00 a 12:00
Micro mercado Rosita	Viernes	12:00 a 16:00
Vital Pan	Sábado	10:00 a 15:00

**Fuente: La Autora.**

- c) Se realizará una campaña publicitaria entregando flyer's en los alrededores, escuelas que son del sector.





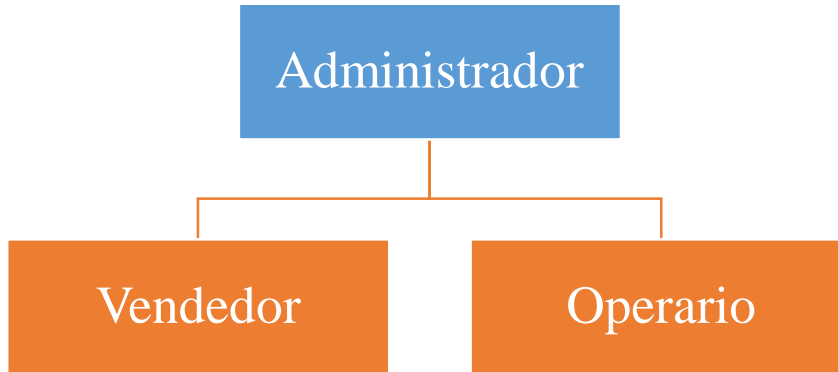
**Ilustración 21. Diseño de Flyer`s.**

**Fuente: La Autora**

La medida del volante será de 10 x 21cm

- d) Se asistirá a ferias como el Gran Bazar la cual se realiza 2 veces al año, Expo Sweet Quito se realiza 1 vez al año, donde se venderán los productos, también servirá para darse a conocer no solo en los alrededores de donde estará ubicada la microempresa sino en toda la ciudad y tener un mayor número de clientes que por lo tanto se podrá incrementar las ventas.

### 3.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FICHA DE DESCRIPCIÓN



#### 3.8.1 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Tabla 21. Descripción de puesto administrador.

<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	
<b>PUESTO:</b>	ADMINISTRADOR
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar, organizar, dirigir y controlar el uso correcto de los recursos para lograr los objetivos empresariales.</li> <li>• Promover la mejora continua y optimización de los procesos.</li> <li>• Asegurar el abastecimiento de materia prima, combustibles y materiales de operación en tiempo, calidad y costo presupuestado.</li> </ul>	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planteamiento, proceso que abarca definir metas, establecer estrategias.</li> <li>• Representar legalmente a la empresa</li> <li>• Llevar cuentas diarias, programar inventarios, pagar sueldo a los colaboradores.</li> <li>• Dirigir, motivar a los empleados, ser una guía y elegir los mejores canales de comunicación y resolver conflictos.</li> <li>• Organizar, designar tareas</li> <li>• Controlar, supervisar las actividades para verificar que se cumplan con efectividad.</li> </ul>	

Fuente: La Autora

**Tabla 22. Descripción de perfil de operario.**

<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	
<b>PUESTO:</b>	<b>OPERADOR</b>
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Será el encargado de la elaboración de las galletas</li> <li>• Supervisar la producción, calidad, aroma, sabor que este en buen estado, para el consumidor final.</li> </ul>	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar las galletas</li> <li>• Responsable del mantenimiento de las máquinas y utensilios de la producción.</li> <li>• Velar por la limpieza y desinfección de su lugar de trabajo.</li> <li>• Empacar y etiquetar los productos.</li> <li>• Verificar el stock de bodega.</li> </ul>	
<b>TAREAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir con el proceso de producción que se ha establecido.</li> <li>• Tener ordenado y limpio su puesto de trabajo.</li> <li>• Ser proactivo</li> <li>• Mantener una buena comunicación con los demás operarios si los hay.</li> </ul>	

**Fuente: La Autora.**

**Tabla 23. Descripción de perfil del vendedor.**

<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	
<b>PUESTO:</b>	<b>VENTAS</b>
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitud positivas</li> <li>• Habilidades personales y para la venta</li> <li>• Conocimientos sobre el producto que la empresa comercialice.</li> </ul>	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir las metas de ventas.</li> <li>• Su función es asesorar al cliente, utilizando medios y las técnicas a su alcance para conseguir que este cliente adquiera el producto ofrecido.</li> </ul>	
<b>TAREAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prospección y captación de nuevos clientes</li> <li>• Argumentaciones y cierre de ventas suficientes para cumplir con las cuotas asignadas</li> <li>• Degustaciones y pruebas del producto.</li> <li>• Venta del producto</li> <li>• Entrega de pedidos y cobranza</li> </ul>	

**Fuente: La Autora**

En los cuadros que se realizó anterior mente se describe los puestos del personal requiere la microempresa para que pueda ponerse en marcha. Las funciones y tareas que deben de cumplir cada uno de ellos dentro de la microempresa.

### **3.9 PROVEEDORES**

#### **Proveedor de machica**

El lugar de donde se proveerá la machica es un lugar donde ellos mismo muelen y tuestan la cebada así ellos se encargan de vender un producto con calidad

Se encuentra a 2.7km de distancia del lugar donde se encontrará el punto de elaboración de las galletas

#### **Proveedor de fundas**

Al igual que el distribuidor de la machica se encuentra a 2.7km de distancia del punto de elaboración de las galletas

#### **Proveedor de etiquetas y cajas para galletas**

Se encuentra ubicado a 100m del punto de elaboración de las galletas

Las etiquetas son en hojas inec y cortadas listas para pegar al igual que las cajas vienen listas para empacar las galletas.

Distribuidora del Norte será el principal distribuidor de materia prima para la microempresa que elaborara galletas de machica, aquí se comprara la machica, la mantequilla, la azúcar morena y los huevos.

En almacenes Espinoza será el proveedor de fundas y MARAN Soluciones Publicitarias será el proveedor de las etiquetas y cajas para empacar las galletas

Las empresas anteriormente mencionadas cuentan con productos, servicios de calidad y a precios justos.

## **3.10 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO LEGAL**

### **3.10.1 ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA**

#### **3.10.1.1 Empresa unipersonal**

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada. (Salgado, 2015)

Estas Empresas solo pueden tener un titular o gerente-propietario, designación con la que lo identifica la Ley, que debe necesariamente ser una persona natural. No pueden constituir estas Empresas las personas jurídicas ni las personas naturales que según la ley no pueden ejercer el comercio. (Artículo 5 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada). (Salgado, 2015)

### **3.10.2 REQUISITOS DE FUNCIONAMIENTO**

#### **3.10.2.1 Organización legal**

Para la creación de una microempresa al igual que otras que realicen actividad industrial se debe cumplir con los requisitos que serán mencionados a continuación:

- Registro único de contribuyentes
- Permiso de funcionamiento otorgado por el cuerpo de bomberos
- Permiso de funcionamiento otorgado por el ministerio de salud publica
- Permiso de funcionamiento otorgado por el municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- Registro sanitario.

### **3.10.2.2 Reservar un nombre en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI)**

- Una vez que se tenga elegido el nombre de la Empresa se debe acudir al SENADI ya sea por internet o acercarse a las oficinas, llenar los formularios que soliciten.
- Búsqueda fonética del nombre con el respectivo formulario. El SENADI busca todo registro de nombres. En nombre de la microempresa será MACHIK COOKIES.
- Si el nombre no está registrado, se procederá con el trámite respectivo para registrar el nombre y marca del producto. (Nieto, 2014)
- Una vez realizado todos los tramites esperar un lapso de tiempo aproximado de un mes para que el logo y nombre aparezca en la página del SENADI. (Trámites Ecuador , s.f.)

### **3.10.2.3 Servicio de Rentas Internas**

Requisitos para solicitar el RUC

Personas Naturales

1. Presentar el original y entregar una copia de la cedula de identidad de ciudadanía o del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa
2. Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
3. Entrega de una copia de un documento que identifique la dirección del domicilio fiscal o nombre del sujeto pasivo. (Trámites Ecuador , s.f.)

### **3.10.2.4 Permiso de funcionamiento otorgado por el cuerpo de bomberos**

La Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas es el documento que habilita y acto único administrativo con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular del ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito. (Industrial, 2019)

#### **Requisitos para obtención de la LUAE**

- Formulario de solicitud de Licencia
- Formulario de reglas técnicas de arquitectura urbanística
- Copia de RUC.
- Copia de C.I del representante legal
- Copia del representante legal
- Autorización del dueño si el local es arrendado
- Fotografía del rotulo con la fachada
- Si el rotulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones
  - a) Llenar el formulario de solicitud para obtener la Licencia metropolitana Única para el EAE.
  - b) Llenar el Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura.
  - c) Acercarse al balcón de servicios de cualquier Administración Zonal con todos los requisitos.
  - d) Se ingresa el formulario y requisitos en las Ventanillas Universales.
  - e) Si el trámite es de Categoría I se imprime la Licencia.
  - f) Si es de categoría II se imprime el comprobante de Ingreso de Trámite y se remite automáticamente a los entes responsables de inspeccionar el cumplimiento de reglas técnicas (Gestión Urbana, Cuerpo de bomberos, Turismo, etc.). Con los resultados de dicha inspección se procede con la

impresión de la licencia o informe de negación por incumplimiento de reglas técnicas. (Bomberos Quito, s.f.)

### **3.10.2.5 Registro sanitario**

Establecimiento destinado a la elaboración de productos de panadería y pastelería.

Son establecimientos destinados a la manufactura de productos de panadería y pastelería como, por ejemplo: pan, postres, galletas, buñuelos, pasteles, etc.

Opcionalmente, podrán contar con la certificación de Buenas Prácticas de manufactura de conformidad a la normativa vigente.

### **El permiso de funcionamiento**

El Permiso de Funcionamiento es el 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.

### **Requisitos**

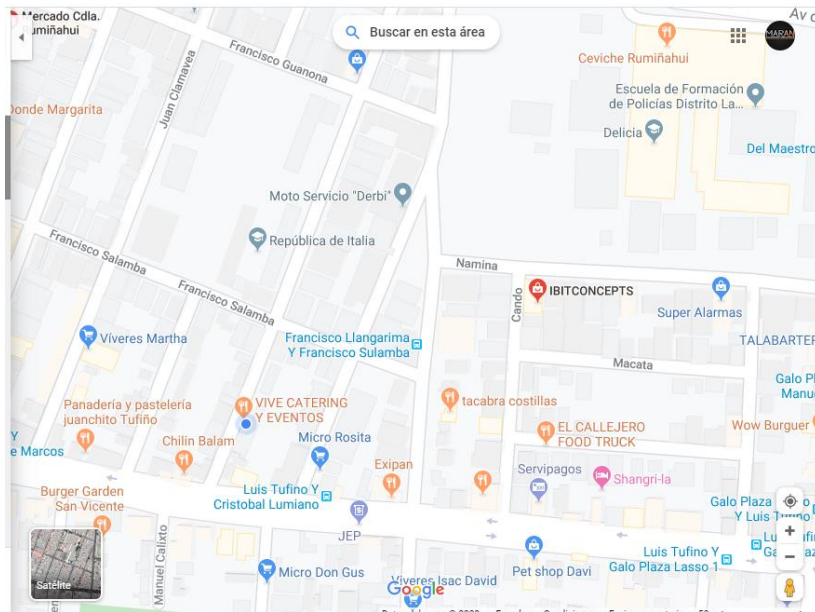
- 1.** RUC
- 2.** Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- 3.** Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso. (Agencia Nacional de Regulación y Control y Vigilancia Sanitaria, 2019)



## 3.11 ANÁLISIS TÉCNICO

### 3.11.1 UBICACIÓN

Se encontrará ubicado al norte de Quito en las calles Melchor Toaza N59-44 y Av. Luis Tufiño en el barrio La Rumiñahui en la Parroquia La Kennedy.



**Ilustración 22. Mapa de ubicación.**

**Fuente: La Autora**

En el lugar donde se encontrará ubicada la microempresa tiene cercanía a centros educativos, un importante parque como es El Bicentenario donde siempre hay concurrencia de personas que les gusta hacer deporte, también existen gimnasios, clubes de Karate y sin descartar que es un área bastante comercial debido a que se encuentra cerca al SRI.

### 3.11.2 CAPACIDAD DE PRODUCIR DE LA EMPRESA

Tabla 24. Capacidad de producción.

Nº de Maquinas	Estándar	Día/mes	Hora/Días	Capacidad Diseñada/mes	Efectividad	Capacidad Efectiva	Capacidad en cajas	Capacidad de cajas al año	Capacidad en cajas mensual	Capacidad de cajas al
1	6	10	5	11,520.00	0.95	10,944.00	1094	13133	2189	26266

Fuente: La Autora

En esta tabla se describe la capacidad de producir que tendrá la maquinaria. La maquinaria producirá 1094 cajas al mes y 131333 cajas anuales esto se producirá en un periodo de 10 días al igual que la presentación de galletas en funda las cuales se producirá 2189 fundas al día y 26266 anuales.

### 3.11.3 INGENIERÍA

#### 3.11.3.1 Proceso de producción

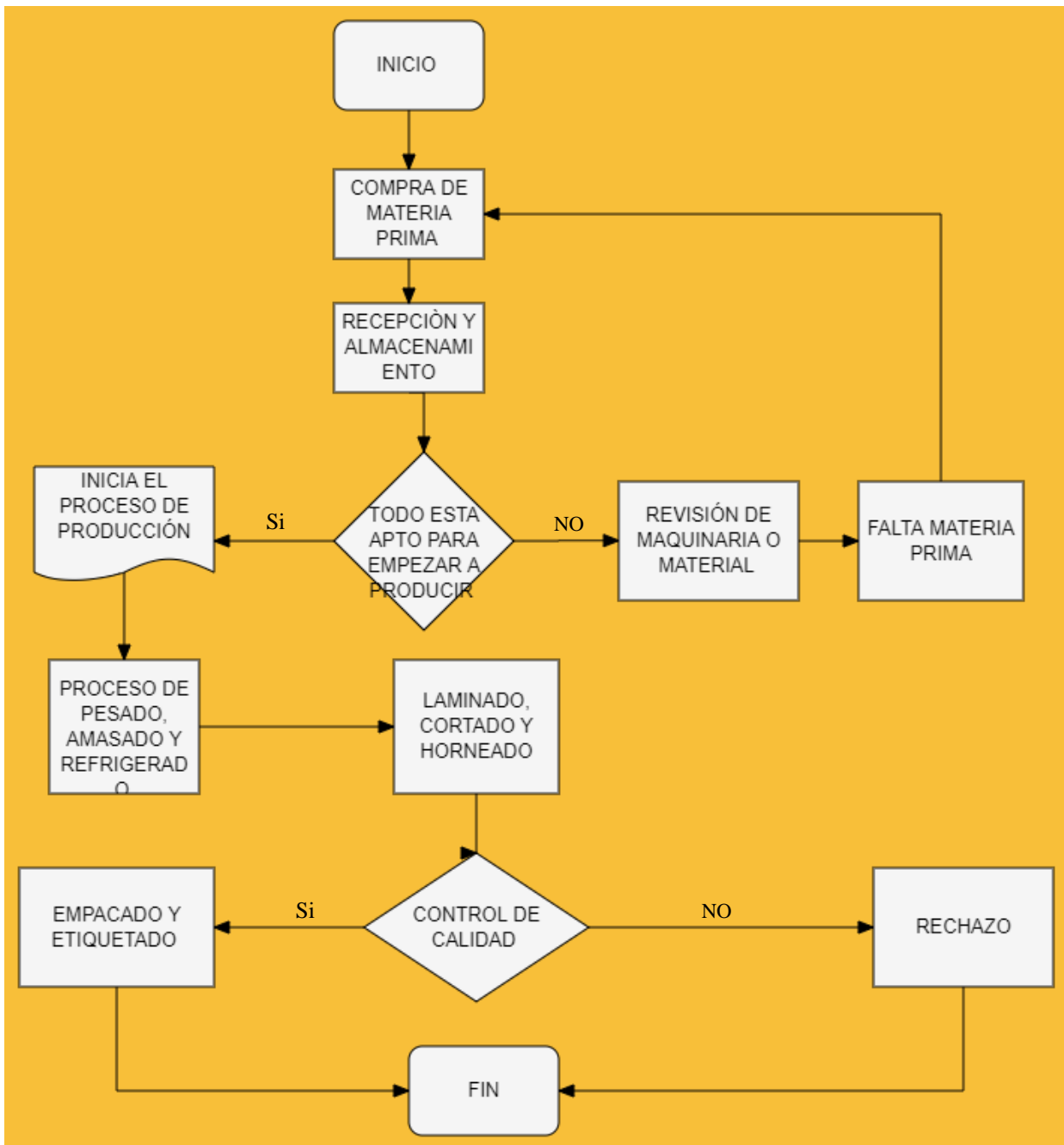
El proceso de producción de las galletas inicia al momento de realizar la compra de materia prima después llevando hacia el lugar donde se va a elaborar y donde se va a almacenar la materia prima.

Verificar que el material, la materia prima y maquinaria estén en condiciones para usar.

Se pesa todos los ingredientes, se procede a incorporarlos hasta lograr una masa homogénea y refrigerar por 5 min, sacar de refrigeración y proceder a cortar de la forma deseada, después de cortar la masa llevar a hornear a una temperatura de 200 grados por 15 min previamente calentado.

Seleccionar las galletas que estén bien formadas y con el correcto color del horneado, después colocar la mermelada proceder a empaquetar en las cajas y en las fundas sellar y etiquetar.

Entregar al vendedor para que las distribuya.



**Ilustración 23. Proceso de producción.**

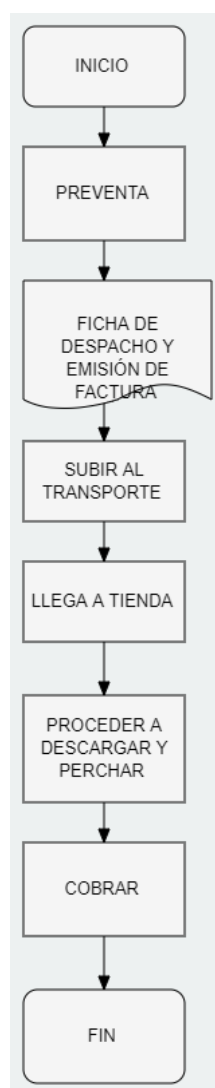
**Elaborado en go conqr.**

**Fuente: La Autora**

### 3.11.3.2 Proceso de distribución

El proceso de distribución comienza al terminar la producción de las galletas, el vendedor subir al transporte y lleva al local, tienda donde realizo la preventa, realizar la entrega, emitir factura y cobrar.

Después una persona entra a la tienda visualiza las galletas escoge las galletas de machica, se acerca a caja a cancelar.



**Ilustración 24. Proceso de Distribución.**  
Fuente: La Autora

### 3.10.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Ilustración 26. Distribución de planta.  
Fuente: La Autora

El espacio que se requiere para poner en marcha la microempresa de las galletas de machica es de un local que estará distribuida en tres partes: el área de producción, el área de oficinas y el área de bodega como se puede observar en la imagen.

### 3.12 ANÁLISIS FINANCIERO

El análisis financiero se refiere a una evaluación de la viabilidad, estabilidad y rentabilidad que tendrá la microempresa.

En el presente análisis financiero se presupuestarán los estados financieros, los cuales serán el Estado de Situación General, Estado de Pérdidas, Ganancias y Estados de Flujo de Caja. También se aplicarán ciertos índices financieros que se consideran importantes.

Uno de los principales objetivos de este análisis financiero es la evolución del mismo, en el que se aplican ciertas herramientas financieras como el VAN (valor actual neto), la TIR (tasa interna de retorno), ROE (rendimiento del capital propio), el ROI (retorno sobre la inversión).

La importancia de este análisis es que proporciona los argumentos necesarios para emitir conclusiones acerca de la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

### 3.12.1 PRESUPUESTO DE VENTAS

Tabla 25. Proyección de ventas.

Proyección de ventas					
AÑO	2020	2021	2022	2023	2024
<b>PRODUCTO EN UNIDADES</b>					
POLITICA DE VENTAS		4%	4%	4%	4%
CAJA DE GALLETAS 150gr	13133	13658	14204	14773	15364
FUNDA DE GALLETAS 70gr	26266	27316.22	28408.87	29545.23	30727.04
<b>Infla anual proye pro</b>		<b>1.11%</b>	<b>1.11%</b>	<b>1.11%</b>	<b>1.11%</b>
<b>PRODUCTO A VENDER</b>					
<b>Precio de venta</b>					
CAJA DE GALLETAS 150gr	\$ 2.85	\$ 2.88	\$ 2.91	\$ 2.95	\$ 2.98
FUNDA DE GALLETAS 70gr	\$ 1.15	\$ 1.16	\$ 1.18	\$ 1.19	\$ 1.20
<b>VENTAS ANUALES PROYECTADAS</b>					
CAJA DE GALLETAS 150gr	\$ 37,428.48	\$ 39,353.80	\$ 41,378.16	\$ 43,506.65	\$ 45,744.64
FUNDA DE GALLETAS 70gr	\$ 30,205.44	\$ 31,759.21	\$ 33,392.90	\$ 35,110.63	\$ 36,916.72
<b>TOTAL INGRESOS PROYECTADOS</b>	<b>\$ 67,633.92</b>	<b>\$ 71,113.01</b>	<b>\$ 74,771.06</b>	<b>\$ 78,617.29</b>	<b>\$ 82,661.36</b>

Fuente: La Autora

En la proyección de ventas que se realizó se puso una política de venta del 4% el cual se incrementara cada año y un incremento en el precio que es el 1.11% anual con referencia a la proyección de la inflación de los años 2015 al 2019.

### 3.12.2 COSTO DE PRODUCCIÓN

Tabla 26. Costos de producción.

COSTO DE PRODUCCIÓN CAJA 70gr					
AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024
Insumos	\$ 562.55	\$ 568.79	\$ 575.11	\$ 581.49	\$ 587.95
Materia Prima Indirecta	\$ 459.65	\$ 464.75	\$ 469.91	\$ 475.12	\$ 480.40
Materia Prima	\$ 8,180.64	\$ 8,271.45	\$ 8,363.26	\$ 8,456.09	\$ 8,549.95
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 9,202.84</b>	<b>\$ 9,304.99</b>	<b>\$ 9,408.27</b>	<b>\$ 9,512.71</b>	<b>\$ 9,618.30</b>
COSTO DE PRODUCCIÓN CAJA 125gr					
AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024
Insumos	\$ 562.55	\$ 568.79	\$ 575.11	\$ 581.49	\$ 587.95
Materia Prima Indirecta	\$ 2,626.56	\$ 2,655.71	\$ 2,685.19	\$ 2,715.00	\$ 2,745.14
Materia Prima	\$ 8,180.64	\$ 8,271.45	\$ 8,363.26	\$ 8,456.09	\$ 8,549.95
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 11,369.75</b>	<b>\$ 11,495.95</b>	<b>\$ 11,623.56</b>	<b>\$ 11,752.58</b>	<b>\$ 11,883.03</b>

Fuente: La Autora

En estas tablas se describe los costos de producción de las galletas para cada una de las presentaciones. Donde se encuentra los insumos, materia prima directa e indirecta.

### 3.12.3 SUELDOS Y BENEFICIOS BÁSICOS DE LAS PERSONAS TRABAJARAN EN LA EMPRESA.

A continuación se describe el personal que se va a necesitar para que la microempresa funcione. La empresa necesitara una operador para el area de producción, un vendedor y el administrador que sera la dueña de la microempresa y accionista.

Tabla 27

NECESIDADES DE MANO DE OBRA Y COSTOS ADMINISTRATIVOS				
CARGO	NÚMERO	SUELDO UNT	TOTAL	SUELDO ANUAL
Administrador	1	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 7,200
Operario	1	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 4,800
Vendedor	1	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 4,800
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>		<b>\$ 1,400.00</b>	<b>\$ 16,800</b>

Fuente: La Autora

**Tabla 28. Honorarios de socio.**

<b>Presupuesto de remuneraciones honorarios socios</b>					
<b>Presupuesto proyectado en años</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Cantidad de socios	1	1	1	1	1
Honorarios anuales Gerente General	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00
<b>TOTAL COSTOS HONORARIOS</b>	<b>\$ 7,200.00</b>	<b>\$ 7,200.00</b>	<b>\$ 7,200.00</b>	<b>\$ 7,200.00</b>	<b>\$ 7,200.00</b>

Fuente: La Autora

En los 5 primeros años de existencia de la empresa no habrá incremento en los sueldos de los empleados de la empresa al igual que los honorarios del gerente general (administrador).

**Tabla 29. Beneficios sociales operarios.**

<b>Presupuesto proyectado anual de beneficios sociales operario</b>					
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Décimo cuarto	\$ 386.00	\$ 386.00	\$ 386.00	\$ 386.00	\$ 386.00
Décimo tercero	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00
Vacaciones		\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
Aporte patronal	\$ 535.20	\$ 535.20	\$ 535.20	\$ 535.20	\$ 535.20
Fondos de reserva		\$ 499.80	\$ 499.80	\$ 499.80	\$ 499.80
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,321.20</b>	<b>\$ 2,021.00</b>	<b>\$ 2,021.00</b>	<b>\$ 2,021.00</b>	<b>\$ 2,021.00</b>

Fuente: La Autora

**Tabla 30. Beneficios Sociales vendedor.**

<b>Presupuesto proyectado anual de beneficios sociales vendedor</b>					
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Décimo cuarto	\$ 386.00	\$ 386.00	\$ 386.00	\$ 386.00	\$ 386.00
Décimo tercero	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00
Vacaciones		\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
Aporte patronal	\$ 535.20	\$ 535.20	\$ 535.20	\$ 535.20	\$ 535.20
Fondos de reserva		\$ 399.84	\$ 399.84	\$ 399.84	\$ 399.84
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,321.20</b>	<b>\$ 1,921.04</b>	<b>\$ 1,921.04</b>	<b>\$ 1,921.04</b>	<b>\$ 1,921.04</b>

Fuente: La Autora

Se pagará los beneficios sociales conforme a la ley dispone. Como se puede ver en los cuadros en el primer año no se paga ni las vacaciones y los fondos de reserva ya que estos se pagan a partir del segundo año.



### 3.12.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 31. Proyección de Gastos Administrativos.

Presupuesto Proyectado Anual de Gastos Administrativos					
	2020	2021	2022	2023	2024
Internet	\$ 300.00	\$ 303.33	\$ 306.70	\$ 310.10	\$ 313.54
luz	\$ 3,480.00	\$ 3,518.63	\$ 3,557.68	\$ 3,597.18	\$ 3,637.10
Agua	\$ 1,080.00	\$ 1,091.99	\$ 1,104.11	\$ 1,116.36	\$ 1,128.76
Mantenimiento equipo computo	\$ 400.00	\$ 404.44	\$ 408.93	\$ 413.47	\$ 418.06
TOTAL	\$ 5,260.00	\$ 5,318.39	\$ 5,377.42	\$ 5,437.11	\$ 5,497.46

Fuente: La Autora.

Tabla 32. Gasto arriendo local y planta.

Presupuesto Proyectado Anual de Gasto Arriendo					
	2020	2021	2022	2023	2024
Arriendo Local	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00

Fuente: la Autora

Tabla 33. Gastos de varios.

Presupuesto Anual de Gastos Varios					
	2020	2021	2022	2023	2024
Suministros de oficina	\$ 215.60	\$ 217.99	\$ 220.41	\$ 222.86	\$ 225.33
Varios	\$ 200.00	\$ 202.22	\$ 204.46	\$ 206.73	\$ 209.03
Publicidad	\$ 1,500.00	\$ 1,516.65	\$ 1,533.48	\$ 1,550.51	\$ 1,567.72
Capacitación	\$ 600.00	\$ 606.66	\$ 613.39	\$ 620.20	\$ 627.09
TOTAL	\$ 2,515.60	\$ 2,543.52	\$ 2,571.76	\$ 2,600.30	\$ 2,629.17

Fuente: La Autora

### 3.12.5 INVERSIÓN REQUERIDA

#### 3.12.5.1 Inversión requerida en activos fijos

En inicio de actividades de la microempresa involucrará inversión en activos fijos los mismo que en este caso se definen maquinaria y equipo, bienes muebles e inmuebles los cuales tienen vida útil mayor a un año.

**Tabla 34. Maquinaria y Equipo.**

MAQUINARIA Y EQUIPO						
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. U	P. TOTAL	VIDA UTIL	V. R	DEP. ANUAL
Horno	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	10	\$ 300.00	\$ 270.00
Refrigeradora	1	\$ 800.00	\$ 800.00	10	\$ 80.00	\$ 72.00
Coche bandejero	1	\$ 200.00	\$ 200.00	10	\$ 20.00	\$ 18.00
Cocina Industrial	1	\$ 500.00	\$ 500.00	10	\$ 50.00	\$ 45.00
Mesa de trabajo	2	\$ 120.00	\$ 240.00	10	\$ 24.00	\$ 21.60
Bandeja lisa grande	6	\$ 32.00	\$ 192.00	10	\$ 19.20	\$ 17.28
Bowl's	10	\$ 8.00	\$ 80.00	10	\$ 8.00	\$ 7.20
Cortadores de masa	1	\$ 15.43	\$ 15.43	10	\$ 1.54	\$ 1.39
Cuchillo	2	\$ 11.96	\$ 23.92	10	\$ 2.39	\$ 2.15
Balanza digital	1	\$ 35.00	\$ 35.00	10	\$ 3.50	\$ 3.15
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>\$ 4,722.39</b>	<b>\$ 5,086.35</b>		<b>\$ 508.64</b>	<b>\$ 457.77</b>

MUEBLES Y ENSERES ÁREA ADMINISTRATIVA Y VENTAS						
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. U	P. TOTAL	VIDA UTIL	V. R	DEP. ANUAL
Archivador	1	\$ 115.00	\$ 115.00	10	\$ 11.50	\$ 10.35
Escritorio	2	\$ 100.00	\$ 200.00	10	\$ 20.00	\$ 18.00
Basureros	4	\$ 10.00	\$ 40.00	10	\$ 4.00	\$ 3.60
Sillas	5	\$ 25.00	\$ 125.00	10	\$ 12.50	\$ 11.25
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 325.00</b>		<b>\$ 48.00</b>	<b>\$ 43.20</b>

EQUIPO ÁREA ADMINISTRATIVA Y VENTAS						
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. U	P. TOTAL	VIDA UTIL	V. R	DEP. ANUAL
Computadora	2	\$ 700.00	\$ 1,400.00	3	\$ 42.00	\$ 452.67
Impresora multifunciones	1	\$ 500.00	\$ 500.00	3	\$ 15.00	\$ 161.67
Teléfono Inalámbrico	2	\$ 45.00	\$ 90.00	3	\$ 2.70	\$ 29.10
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1,245.00</b>	<b>\$ 1,990.00</b>		<b>\$ 59.71</b>	<b>\$ 643.43</b>
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>						<b>1144.40</b>

Fuente: La Autora

**Tabla 35. Gastos Amortización.**

GASTO DE AMORTIZACIÓN									
Concepto	Presupuesto año 2020 Activo Fijo (Activo Intangible)				2021	2022	2023	2024	
	Número de unidades	Valor (USD)		Vida útil (Años)	Amortización	Amortización	Amortización	Amortización	
		Unitario	Total		Amortización Anual	Amortización Anual	Amortización Anual	Amortización Anual	
Minuta de constitución, actas	1	\$ 50.00	\$ 50.00	5	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
Obtención permiso de funcionamiento	1	\$ 150.00	\$ 150.00	5	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Registro de marca	1	\$ 140.00	\$ 140.00	5	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 28.00
Patente	1	\$ 100.00	\$ 100.00	5	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 440.00</b>						
<b>AMORTIZACIÓN GASTO DE CONSTITUCIÓN</b>					<b>\$ 88.00</b>	<b>\$ 88.00</b>	<b>\$ 88.00</b>	<b>\$ 88.00</b>	<b>\$ 88.00</b>

Fuente: La Autora

Con respecto a la inversión en bienes existen otros activos que generalmente son intangibles y los llamamos en términos contables diferidos ya que van directamente relacionados a la constitución de la empresa. Cabe indicar que estos generan para la empresa un gasto el mismo que debe ser amortizado para cinco años posteriores a la constitución, y se les aplica una tasa del 20%.

**Tabla 36. Insumos.**

<b>INSUMOS DE OFICINA</b>				
<b>INSUMOS</b>	<b>CANT MES</b>	<b>CANT ANUAL</b>	<b>PRECIO.U</b>	<b>P. TOTAL</b>
Hojas papel bond resma	1	6	\$ 3.50	\$ 21.00
Esferos caja	1	1	\$ 5.00	\$ 5.00
Grapadora	1	1	\$ 4.00	\$ 4.00
Perforadora	1	1	\$ 3.50	\$ 3.50
Clips caja	1	3	\$ 0.70	\$ 2.10
Carpetas	12	150	\$ 1.20	\$ 180.00
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>12</b>	<b>\$ 17.90</b>	<b>\$ 215.60</b>
<b>INSUMOS DE PRODUCCIÓN</b>				
<b>INSUMOS</b>	<b>CANT MES</b>	<b>CANT ANUAL</b>	<b>PRECIO.U</b>	<b>P. TOTAL</b>
Fósforos paquete	1	4	\$ 3.50	\$ 14.00
Gas	10	120	\$ 3.75	\$ 450.00
Limpiones	3	36	\$ 1.50	\$ 54.00
Caja de guantes	1	12	\$ 6.00	\$ 72.00
Lava platos	1	1	\$ 2.50	\$ 2.50
Papel de cocina	1	4	\$ 5.00	\$ 20.00
Uniformes	1	2	\$ 70.00	\$ 140.00
Gel antiséptico	1	4	\$ 5.00	\$ 20.00
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>177</b>	<b>\$ 97.25</b>	<b>\$ 772.50</b>
<b>INSUMOS DE LIMPIEZA</b>				
<b>INSUMOS</b>	<b>CANT MES</b>	<b>CANT ANUAL</b>	<b>PRECIO.U</b>	<b>P. TOTAL</b>
Funda de basura	3	36	\$ 1.00	\$ 36.00
Detergente	1	3	\$ 5.00	\$ 15.00
Desengrasante	1	3	\$ 5.00	\$ 15.00
Guantes	1	3	\$ 2.00	\$ 6.00
Desinfectante	1	4	\$ 3.00	\$ 12.00
Cloro	1	3	\$ 2.00	\$ 6.00
Escoba	2	6	\$ 2.00	\$ 12.00
Recogedor de basura	1	1	\$ 5.00	\$ 5.00
Trapeador	2	6	\$ 5.00	\$ 30.00
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>52</b>	<b>\$ 30.00</b>	<b>\$ 137.00</b>

Fuente: La Autora

**Tabla 37. Materia Prima directa e indirecta.**

<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>				
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANT MES</b>	<b>CANT ANUAL</b>	<b>PRECIO U</b>	<b>P. TOTAL</b>
Machica kl	410	4924.8	\$ 1.10	\$ 5,417.28
Huevos Unidades	1642	19699.2	\$ 0.10	\$ 1,969.92
Azúcar morena kl	182	2188.8	\$ 1.10	\$ 2,407.68
Mantequilla	274	3283.20	\$ 2.00	\$ 6,566.40
<b>TOTAL</b>	<b>2508</b>	<b>30096.00</b>	<b>\$ 4.30</b>	<b>\$ 16,361.28</b>
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA 70 gr</b>				
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANT MES</b>	<b>CANT ANUAL</b>	<b>PRECIO U</b>	<b>P TOTAL</b>
Etiquetas	2189	26265.6	\$ 0.01	\$ 262.66
Funda Paquete x 100	2189	262.656	\$ 0.75	\$ 196.99
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 0.76</b>	<b>\$ 459.65</b>
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA 150gr</b>				
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANT MES</b>	<b>CANT ANUAL</b>	<b>PRECIO U</b>	<b>P TOTAL</b>
Cajas	1094	13132.8	\$ 0.20	\$ 2,626.56
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 0.20</b>	<b>\$ 2,626.56</b>

Fuente: La Autora

El cálculo de la materia prima directa e indirecta se realiza para un mes y para un año.

### 3.12.6 ESTRUCTURA INICIAL DE LA INVERSIÓN

**Tabla 38**

<b>Efectivo</b>	
Instalación de equipo	2000
Estudios de diseño y planta	500
<b>TOTAL EFECTIVO</b>	<b>2500</b>

Fuente: La Autora

Como la microempresa iniciará sus actividades con equipo de cómputo nuevo no se tomará en cuenta los costos del sistema, pero si para la infraestructura e instalaciones necesarias para la maquinaria que se va a utilizar en la elaboración de las galletas.

**Tabla 39**

<b>Estructura Inicial de la Inversión</b>	
Concepto	Valor
<b>Inversión fija</b>	
Planta y Equipo	9901.35
<b>Capital de trabajo</b>	13297.65
Efectivo	12697.65
Garantía Arriendo	600
<b>Activo diferido</b>	
Gastos constitución	440
<b>TOTAL</b>	<b>23639.00</b>

**Fuente: La Autora**

La inversión fija que será para la adquisición del equipo y la planta será por medio de un préstamo, el capital de trabajo será recurso propio en el cual se encuentra el efectivo con el que contara la microempresa y se elaboró el cálculo para tres meses.

**Tabla 40. Financiamiento de la Inversión.**

<b>FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN</b>					
DETALLE	VALOR TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSO AJENOS	
		%	VALOR	%	VALOR
Inversión fija	9901.35	0%	0	100%	9901.35
capital de trabajo	13297.65	100%	13298	0.00%	0.00
inversión diferida	440	100%	440	0.00%	0
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 23,639.00</b>	<b>2</b>	<b>13738</b>	<b>1</b>	<b>9901.35</b>
		% EMPRESA	58%		42%

**Fuente: La Autora**

Como se puede observar la inversión en planta y equipo es lo único que se va a financiar en un 100% lo cual representa que el total de la inversión inicial se utilizará el 58% de recursos propios y el 70% de recursos ajenos para solventar la misma.

El crédito que se desea tener la empresa a través de una entidad bancaria del sistema financiero nacional, será de exactamente \$9901, cuyas cuotas deben ser calculadas a través de una tabla de amortización, páralo cual se ha elegido el método americano, en el que la cuota es fija y únicamente varían los intereses.

**Tabla 41. Tabla de Amortizaciones.**

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>TASA DE INTERES</b>	<b>11.83%</b>			
<b>Periodo</b>	<b>Monto</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>
0	9,901			
1	7,921	1,980	1,171	3,152
2	5,941	1,980	937	2,917
3	3,961	1,980	703	2,683
4	1,980	1,980	469	2,449
5	0	1,980	234	2,215
<b>Total</b>		<b>9,901</b>	<b>3,514</b>	<b>13,415</b>

Fuente: La Autora

### **3.12.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS**

#### **3.12.7.1 Estado de resultados proyectados**

En el presente estado de resultados se verá proyectado a 5 años, mediante el uso de las ventas, costos y gastos de modo que se obtendrá la utilidad obtenida después del cálculo de la participación de trabajadores, impuestos a la renta y reserva, o de ser el caso de las pérdidas del ejercicio contable:

**Tabla 42. Estado de resultados proyectados.**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
CAJA GALLETAS 150gr	\$ 37,428.48	\$ 39,353.80	\$ 41,378.16	\$ 43,506.65	\$ 45,744.64
FUNDA GALLETAS 70gr	\$ 30,205.44	\$ 31,759.21	\$ 33,392.90	\$ 35,110.63	\$ 36,916.72
<b>VENTA POR PRODUCTOS</b>	<b>\$ 67,633.92</b>	<b>\$ 71,113.01</b>	<b>\$ 74,771.06</b>	<b>\$ 78,617.29</b>	<b>\$ 82,661.36</b>
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	-\$ 20,572.59	-\$ 20,800.94	-\$ 21,031.83	-\$ 21,265.29	-\$ 21,501.33
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 47,061.3</b>	<b>\$ 50,312.1</b>	<b>\$ 53,739.2</b>	<b>\$ 57,352.0</b>	<b>\$ 61,160.0</b>
(-) HONORARIOS ANUALES DEL GERENTE GENERAL	-\$ 7,200.00	-\$ 7,200.00	-\$ 7,200.00	-\$ 7,200.00	-\$ 7,200.00
(-) SUELDOS	-\$ 9,600.00	-\$ 9,600.00	-\$ 9,600.00	-\$ 9,600.00	-\$ 9,600.00
(-) BENEFICIOS SOCIALES	-\$ 2,642.40	-\$ 3,842.08	-\$ 3,842.08	-\$ 3,842.08	-\$ 3,842.08
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	-\$ 5,260.00	-\$ 5,318.39	-\$ 5,377.42	-\$ 5,437.11	-\$ 5,497.46
(-) GASTOS VARIOS	-\$ 2,515.60	-\$ 2,543.52	-\$ 2,571.76	-\$ 2,600.30	-\$ 2,629.17
(-) GASTO ARRIENDO	-\$ 3,000.00	-\$ 3,000.00	-\$ 3,000.00	-\$ 3,000.00	-\$ 3,000.00
(-) DEPRECIACIÓN	-\$ 1,144.40	-\$ 1,144.40	-\$ 1,144.40	-\$ 1,144.40	-\$ 1,144.40
(-)AMORTIZACIÓN	-\$ 17.60	-\$ 17.60	-\$ 17.60	-\$ 17.60	-\$ 17.60
(-) GASTOS FINANCIEROS/ INTERESES	-\$ 1,171.33	-\$ 937.06	-\$ 702.80	-\$ 468.53	-\$ 234.27
(-) GASTOS CONSTITUCIÓN	-\$ 88.00	-\$ 88.00	-\$ 88.00	-\$ 88.00	-\$ 88.00
<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>-\$ 32,639.33</b>	<b>-\$ 33,691.06</b>	<b>-\$ 33,544.06</b>	<b>-\$ 33,398.03</b>	<b>-\$ 33,252.98</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$ 14,422.00</b>	<b>\$ 16,621.01</b>	<b>\$ 20,195.17</b>	<b>\$ 23,953.97</b>	<b>\$ 27,907.05</b>
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 2,163.30	\$ 2,493.15	\$ 3,029.28	\$ 3,593.10	\$ 4,186.06
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 12,258.70</b>	<b>\$ 14,127.86</b>	<b>\$ 17,165.90</b>	<b>\$ 20,360.88</b>	<b>\$ 23,720.99</b>
(-25%) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 3,064.67	\$ 3,531.96	\$ 4,291.47	\$ 5,090.22	\$ 5,930.25
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 9,194.02</b>	<b>\$ 10,595.89</b>	<b>\$ 12,874.42</b>	<b>\$ 15,270.66</b>	<b>\$ 17,790.74</b>

**Fuente: La Autora**

En este caso el estado de resultados que se realizó para la proyección si se obtendrá utilidad en todos los años proyectados por lo que se puede decir que si es un proyecto viable.

### **3.12.8 FLUJO DE CAJA**

El flujo de caja es de vital importancia para la elaboración de un proyecto, ya que se establece el efectivo que el giro del negocio genera, y el efectivo generado por las operaciones.

Para efecto de la realización del flujo se consideró lo siguiente:

- La política de pagos a los proveedores es de contado, así como las ventas se realizarán al contado.
- No se realizará inversiones sobre los excedentes de capital.

### 3.12.8.1 flujo de caja con financiamiento.

Tabla 43. Flujo de caja con financiamiento

FLUJO CON APALANCAMIENTO					
AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024
CAJA GALLETAS 150gr	\$ 37,428.48	\$ 39,353.80	\$ 41,378.16	\$ 43,506.65	\$ 45,744.64
FUNDA GALLETAS 70gr	\$ 30,205.44	\$ 31,759.21	\$ 33,392.90	\$ 35,110.63	\$ 36,916.72
VENTA POR PRODUCTOS	\$ 67,633.92	\$ 71,113.01	\$ 74,771.06	\$ 78,617.29	\$ 82,661.36
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	-\$ 20,572.59	-\$ 20,800.94	-\$ 21,031.83	-\$ 21,265.29	-\$ 21,501.33
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 47,061.33	\$ 50,312.07	\$ 53,739.23	\$ 57,352.00	\$ 61,160.03
(-) HONORARIOS ANUALES DEL GERENTE GENERAL	-\$ 7,200.00	-\$ 7,200.00	-\$ 7,200.00	-\$ 7,200.00	-\$ 7,200.00
(-) SUELDOS	-\$ 9,600.00	-\$ 9,600.00	-\$ 9,600.00	-\$ 9,600.00	-\$ 9,600.00
(-) BENEFICIOS SOCIALES	-\$ 2,642.40	-\$ 3,842.08	-\$ 3,842.08	-\$ 3,842.08	-\$ 3,842.08
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	-\$ 5,260.00	-\$ 5,318.39	-\$ 5,377.42	-\$ 5,437.11	-\$ 5,497.46
(-) GASTOS VARIOS	-\$ 2,515.60	-\$ 2,543.52	-\$ 2,571.76	-\$ 2,600.30	-\$ 2,629.17
(-) GASTOS ARRIENDO	-\$ 3,000.00	-\$ 3,000.00	-\$ 3,000.00	-\$ 3,000.00	-\$ 3,000.00
(-) DEPRECIACIÓN	-\$ 1,144.40	-\$ 1,144.40	-\$ 1,144.40	-\$ 1,144.40	-\$ 1,144.40
(-)AMORTIZACIÓN	-\$ 17.60	-\$ 17.60	-\$ 17.60	-\$ 17.60	-\$ 17.60
(-) GASTOS FINANCIEROS/ INTERESES	-\$ 1,171.33	-\$ 937.06	-\$ 702.80	-\$ 468.53	-\$ 234.27
(-) GASTOS CONSTITUCIÓN	-\$ 88.00	-\$ 88.00	-\$ 88.00	-\$ 88.00	-\$ 88.00
COSTOS Y GASTOS	-\$ 32,639.33	-\$ 33,691.06	-\$ 33,544.06	-\$ 33,398.03	-\$ 33,252.98
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTICIPACIÓN	\$ 14,422.00	\$ 16,621.01	\$ 20,195.17	\$ 23,953.97	\$ 27,907.05
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 2,163.30	\$ 2,493.15	\$ 3,029.28	\$ 3,593.10	\$ 4,186.06
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 12,258.70	\$ 14,127.86	\$ 17,165.90	\$ 20,360.88	\$ 23,720.99
(-25%) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 3,064.67	\$ 3,531.96	\$ 4,291.47	\$ 5,090.22	\$ 5,930.25
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 9,194.02	\$ 10,595.89	\$ 12,874.42	\$ 15,270.66	\$ 17,790.74
(+) DEPRECIACIONES	\$ 1,144.40	\$ 1,144.40	\$ 1,144.40	\$ 1,144.40	\$ 1,144.40
(+) AMORTIZACIONES	\$ 17.60	\$ 17.60	\$ 17.60	\$ 17.60	\$ 17.60
(-)PRESTAMO	-\$ 1,980.27	-\$ 1,980.27	-\$ 1,980.27	-\$ 1,980.27	-\$ 1,980.27
FLUJO NETO CAJA	\$ 8,375.76	\$ 9,777.63	\$ 12,056.15	\$ 14,452.39	\$ 16,972.48

Fuente: La Autora





### 3.12.10 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO

Para el efecto del cálculo del VAN Y la TIR, se elaboró el cálculo de las tasas de descuento correspondiente a los flujos del proyecto y del inversionista respectivamente:

**Tabla 45. Flujo del Inversionista.**

<b>Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC)</b>			
Porcentaje del aporte del Inversionista (a) =			58%
Porcentaje del aporte del Banco (d) =			42%
Rendimiento del Accionista (Ka) =			26.27%
Tasa de Interes del Banco (Kd) =			11.83%
Participación Trabajadores e Impuesto Renta (Ir) =			40.00%
Inflación Promedio (2020 -2024) =			1.11%
<b>WAAC = [ a x Ka ]+[ d x Kd x (1 - Ir) ] + I</b>			
<b>WAAC = [(0,58)*(0.2627)] + [0.42*0,1183*(1-0,40)] + 0.0111</b>			
<b>WAAC=</b>	<b>19.35%</b>	<b>Con Apalancamiento</b>	

Fuente: La Autora

Una vez determinadas las tasas de descuento, se puede proceder al cálculo del VAN y la TIR.

Determinación del VAN y TIR

**Tabla 46.**

AÑOS	CUADRO DE FLUJOS ACTUALIZADOS			
	Flujos del inversionista		Flujos del proyecto	
	Tasa de descuento	Valor presente	Tasa de descuento	Valor presente
	19.35%		26.27%	
<b>Inversión Inicial</b>	<b>-23639</b>		<b>-23639</b>	
2020	8376	7098.31	14928	12544.54
2021	9778	7022.41	16180	11425.75
2022	12056	7337.65	18309	10864.85
2023	14452	7454.18	20556	10250.63
2024	16972	7418.62	22927	9607.54
	<b>Suma de Flujos Actualizados</b>	<b>36331.17</b>	<b>Suma de Flujos Actualizados</b>	<b>54693</b>

<b>VAN inversionista</b>	<b>12692</b>	<b>VAN Proyecto</b>	<b>31054</b>
--------------------------	--------------	---------------------	--------------

<b>TIR Inversionista</b>	<b>36.98%</b>	<b>TIR Proyecto</b>	<b>65.23%</b>
--------------------------	---------------	---------------------	---------------

**Fuente: La Autora**

Se puede concluir con respecto al VAN del proyecto que es mayor al del inversionista porque existe apalancamiento, ósea parte de la inversión está financiado por parte de terceros por lo cual disminuye el riesgo del proyecto.

En lo que respecta al VAN del inversionista es menor porque el financiamiento es del 100% de sus recursos, por lo que corre mayor riesgo.

En lo que corresponde a la TIR del proyecto, tenemos que es mayor ya que los recursos de la microempresa en su mayoría son propios, mientras que la TIR del inversionista es menor por que los recursos propios son mayores.

### 3.12.11 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 47.

						Promedio entre costo fijo y costo variable	
						\$ 0.70	
Cantidad	Ingresos	Costos Fijos	Costos variables	Costo total	utilidad		
-	-	\$ 123,260.73	\$ -	\$ 123,260.73	\$ (123,260.73)		
80,000	\$ 140,508.49	\$ 123,260.73	\$ 55,647.82	\$ 178,908.56	\$ (38,400.07)		
90,000	\$ 158,072.05	\$ 123,260.73	\$ 62,603.80	\$ 185,864.53	\$ (27,792.48)		
100,000	\$ 175,635.61	\$ 123,260.73	\$ 69,559.78	\$ 192,820.51	\$ (17,184.90)		
116,201	\$ 204,089.60	\$ 123,260.73	\$ 80,828.87	\$ 204,089.60	\$ -		
130,000	\$ 228,326.30	\$ 123,260.73	\$ 90,427.71	\$ 213,688.45	\$ 14,637.85		
140,000	\$ 245,889.86	\$ 123,260.73	\$ 97,383.69	\$ 220,644.42	\$ 25,245.43		
150,000	\$ 263,453.42	\$ 123,260.73	\$ 104,339.67	\$ 227,600.40	\$ 35,853.02		

Tiempo	Punto de equilibrio U.n
5 Años	116201
1 Año	23240
Por día	97

Costos fijos	\$ 123,260.73
Margen de contribución	\$ 1.06

Tiempo	Punto de equilibrio \$
5 Años	\$ 204,089.60
1 Año	\$ 40,817.92
Por día	\$ 170.07

Fuente: La Autora

Entonces se puede concluir que el punto de equilibrio en dólares es de \$ 204,089.60 en la proyección para los 5 años, para 1 año el punto de equilibrio en dólares es de \$40,817.92 lo que dividido para 240 días laborables equivale a \$170.07 diarios, y representa vender 97 cajas o fundas al día para que la empresa no gane ni pierda.

### 3.12.12 ROE

Es el rendimiento sobre el capital propio o rentabilidad sobre recursos propios, es la rentabilidad para el accionista. Se calcula como el cociente entre el beneficio neto y los recursos propios.

Tabla 48. ROE.

ROE	Ventas netas
	Recursos propios

ROE	67634
	13738

ROE	4.92%
-----	-------

Fuente: La Autora

El proyecto tiene una rentabilidad del 4.92%.

### 3.12.13 ROI

El retorno sobre la inversión es el indicador que usan las empresas para medir el éxito de los proyectos y se calcula de forma directa.

Tabla 49. ROI.

ROI	BENEFICIOS – COSTOS		X 100
	COSTOS		

ROI	36331	-	32639.33
	32639.33		

ROI	11%
-----	-----

Fuente: La Autora

En este caso la tasa de rentabilidad sobre inversiones es del 11%

### 3.12.14 ANÁLISIS COSTO BENEFICIO.

La razón costo-beneficio del proyecto es una relación entre el VAN y su inversión inicial. Con este se analiza la posibilidad de generar rentabilidad, estableciendo que la relación obtenida entre estas variables, debe ser superior a uno, para que esto suceda.

**Tabla 50. Costo Beneficio.**

<b>COSTO BENEFICIO</b>	
<b>Relación C/B</b>	Suma de los flujos de caja actualizados
<b>Proyecto</b>	Costo (inversión del proyecto)

<b>Relación C/B</b>	35105
<b>Proyecto</b>	23639

<b>Relación C/B</b>	1.5
<b>Proyecto</b>	

Fuente: La Autora

Como se puede observar la relación costo-beneficio del proyecto es de 1.5, lo que significa que el proyecto es viable.

## CONCLUSIONES

Durante la investigación se determinó que el consumo de la machica como ingrediente no es aprovechado, en su mayoría solo se la consume en coladas como desde la antigüedad y por otro lado las nuevas generaciones ya no conocen este producto el cual tiene múltiples beneficios para la salud.

Una de las ventajas de la machica como ingrediente son sus bajos costos de producción, lo que le convierte en un negocio rentable. La machica como materia prima de uso principal, es fácilmente de encontrar y se la puede adquirir en cualquier época del año.

Las encuestas realizadas determinan que el 90% del público si consumirían galletas de machica.

Basados en el análisis financiero se puede concluir que la microempresa de cumplir con los presupuestos de venta establecidos obtendrá una rentabilidad que le permitirá responder a los cambios en el entorno con rapidez cada vez mayor.

El análisis financiero proyectado detalla la viabilidad para la creación de la microempresa que elaborará galletas de machica MACHIC COOKIES. El valor actual neto (VAN) de \$12692 y con una tasa interna de retorno (TIR) del 36.98% que es mayor a la (TMAR). El proyecto tiene una rentabilidad sobre los recursos propios del 4.92%, en caso de la tasa de rentabilidad sobre inversiones es del 11% y el costo-beneficio es mayor a 1 lo que confirma que la microempresa que se desea crear si será viable.

## **RECOMENDACIONES**

Para un mejor funcionamiento de la microempresa se dispondrá de capacitaciones constantes para mantener actualizados desde el área de producción hasta el área de administración, logrando que sean eficientes en resolver cualquier inconveniente que se presente, para que producción de la microempresa no se detenga.

Proponer una estrategia de crecimiento para MACHIK COOKIES. Una expansión geográfica llevándola a diversificar su mercado hacia el resto de la ciudad, desarrollando nuevas variedades de productos y enfatizar la distribución óptima para que genere mayores ingresos, plazas de trabajo y un compromiso hacia la conservación de productos que serán totalmente naturales y con cualidades únicas.

Incentivar a las escuelas, colegios y universidades hacia el consumo de productos naturales autóctonos del país, impartiendo charlas informativas sobre los beneficios que tienen productos como la machica, la quinua entre otros, y creando conciencia para que no se pierdan estos productos.

Comprar la materia prima a comunidades donde es el sustento de ellos y donde los alimentos son más sanos debido a sus técnicas de cultivo.



## BIBLIOGRAFÍA

Academic. (s.f.). *enciclopedia\_universal.esacademic.com*. Obtenido de

[http://enciclopedia\\_universal.esacademic.com/](http://enciclopedia_universal.esacademic.com/)

Agencia Nacional de Regulacion y Control y Vigilancia Sanitaria. (2019). *Emision y permisos de funcionamiento*. Obtenido de

<https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>

Ambiental, M. d. (2016). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

[inec/Encuestas\\_Ambientales/EMPRESAS/Empresas\\_2016/PRIN\\_RESUL\\_MOD\\_AMB\\_EMP\\_2016.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/EMPRESAS/Empresas_2016/PRIN_RESUL_MOD_AMB_EMP_2016.pdf)

Arévalo, S. (09 de 2015). Obtenido de

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9320/1/T-UCE-0001-0190.pdf>

*Bomberos Quito*. (s.f.). Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/inspecciones-luae/>

Castro, D. (2013). *DOCPLAYER*. Obtenido de <https://docplayer.es/59691280-Facultad-de-ciencias-economicas-y-administrativas.html>

Cuencana, L. (30 de 07 de 2018). *Twitter*.

*Definiciones-de.com*. (31 de 08 de 2010). Obtenido de <https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/mantequilla.php>

*Definiciones-de.com*. (11 de 02 de 2018). Obtenido de <https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/machica.php>

*EDUCALINGO*. (2019). Obtenido de <https://educalingo.com/es/dic-es/galleta>

*El tiempo* . (18 de 08 de 2018). Obtenido de

<https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cultura/7/ruta-machica-cotopaxi>

EMOLINA, C. (2010). *ecotec.edu.ec*. Obtenido de

[http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiantes%5Ctrabajos\\_de\\_grado/1433\\_2010\\_CEE\\_EMOLINA\\_09.pdf](http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiantes%5Ctrabajos_de_grado/1433_2010_CEE_EMOLINA_09.pdf)

*enciclopediasalud.com*. (16 de 02 de 2016).

*España GASTRONOMIA.COM*. (04 de 11 de 2013). Obtenido de

<https://espana.gastronomia.com/noticia/1483/cual-es-el-origen-de-la-galleta>

Flores, J. (2020). *Derechoecuador.com*. Obtenido de

<https://www.derechoecuador.com/microempresa>

Gardey, J. P. (2016). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/vainilla/>

*Gastronomia.com*. (04 de 11 de 2013). Obtenido de

<https://espana.gastronomia.com/noticia/1483/cual-es-el-origen-de-la-galleta>

Giler, D. (29 de Agosto de 2016). *Club Ensayos* . Obtenido de

<https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Galletas-de-banano/3549426.html>

*harinaslafuensanta.com*. (s.f.). Obtenido de

<https://harinaslafuensanta.com/producto/harina-de-cebada-integral/>

Industrial, E. S. (20 de 08 de 2019). *Facebook.com*. Obtenido de

<https://www.facebook.com/extintoresecuador/posts/937394183269171/>

Jimenez, J. (30 de Abril de 2019). *SCRIBD*. Obtenido de

<https://es.scribd.com/document/408203559/Aluminio-y-Sus-Aleaciones>

- JotaJota FOODS OF THE WORLD* . (s.f.). Obtenido de  
<http://jotajotafoods.com/producto/harina-de-machica-coexito-500gr/>
- Merino, J. P. (2009). *Definiciones.de*. Obtenido de <https://definicion.de/horno/>
- Nieto, G. (07 de 2014). *MYDOKUMENT*. Obtenido de  
<https://mydokument.com/universidad-internacional-del-ecuador-q-4156271.html>
- Pandia, Y. T. (24 de 05 de 2018). *SCRIBD*. Obtenido de  
<https://es.scribd.com/document/380095320/CD-0463>
- Porto, J. P. (2018). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/huevo/>
- Redacción. (21 de 05 de 2016). *El Tiempo*. Obtenido de  
[https://www.eltiempo.com.ec/noticias/novedades/1/la-machica-tiene-muchas-propiedades  
sabores](https://www.eltiempo.com.ec/noticias/novedades/1/la-machica-tiene-muchas-propiedades-sabores)
- sabores, R. d. (2011). *es.scribd.com*. Obtenido de  
<https://es.scribd.com/document/432037338/Libro-Gastronomico-pdf>
- Salgado, D. R. (22 de 10 de 2015). *Derecho Ecuador.com*. Obtenido de  
[https://www.derechoecuador.com/empresa-unipersonal-de-responsabilidad-  
limitada](https://www.derechoecuador.com/empresa-unipersonal-de-responsabilidad-limitada)
- Significados.com*. (26 de 03 de 2017). Obtenido de [https://www.significados.com/plan-  
de-negocios/](https://www.significados.com/plan-de-negocios/)
- Telégrafo, D. E. (20 de 09 de 2017). *bibliotecamunicipalriobamb*. Obtenido de  
[https://www.bibliotecamunicipalriobamba.com/single-post/2017/07/02/La-  
M%C3%A1chica](https://www.bibliotecamunicipalriobamba.com/single-post/2017/07/02/La-M%C3%A1chica)

*Trámites Ecuador* . (s.f.). Obtenido de

<http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>

## ANEXOS

**Montero**  
 INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF  
 CIA. LTDA.  
 RUC: 1792144566001  
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL No. 826

Obligado a llevar contabilidad  
 Ambiente: Producción  
 Emisión: Normal

---

C. C. EL RECREO 2da. ETAPA, ANCLA 1

**Teléfono:** (02) 2 611 001

---

**Documento No.:** 002 - 999 - 000001514  
**Fecha:** 21/01/2020 15:23:33 PM  
**Ruc / Ci No.:** 1722942073001  
**Cliente:** MAFLA VILLARREAL JOHNNY JAVIER  
**Dirección:** CARCELÉN MELCHOR TOAZA N59-44  
**Teléfono:** 0984112152  
**Tienda:** RCO02  
**Vendedor:** VELASQUEZ MORA WILLIAMS JAVIE

**N° Autorización/Clave de Acceso:**  
 21012020001792144566001200299900000  
 15140000151416

**Cotización**

Código	Descripción	Cant.	Valor U.	Total
789111205305	TRAMO MASTE CUCHILLO C	1	10.6770	10.68
786114131278	SH.LI BATIDORA 25 LT 110	1	1,491.0700	1,491.07
867698542521	GENER CORTADOR DE MASA	1	13.7800	13.78
789111205398	TRAMO MASTE ESPATULA C	1	4.7176	4.72
786118280653	WIKIN BHALA ESPATULA DE	1	6.5718	6.57
301124474034	DE.BU ESPATULA MONOBLC	3	22.2768	66.83
696913560207	GENER TAPETE PARA HORN	1	20.4086	20.41
786103281248	KITCH BANDEJA LISA GRAN	6	28.5700	171.42
695448024455	GENER GUANTE DE SILICON	2	6.3771	12.75

<b>Total Items</b>	:	<b>17</b>
SubTotal	:	1,798.23
Descuento	:	0.00
Tarifa 0%	:	0.00
Tarifa 12%	:	1,798.23
Imp. Iva 12%	:	215.79
<b>Total a Pagar</b>	:	<b>2,014.02</b>

Ilustración 27. Anexo

## COTIZACION HORNOS ANDINO

VA

Ventas Hornos Andino <ventas@hornosandino.com>

Mié 20/3/2019 15:50

Usted



2 archivos adjuntos (125 KB)

Descargar todo

Guardar todo en OneDrive



## HORNO DE CONVECCION DE 6 BANDEJAS

100% acero AISI 430 pulido

**\* DIMENSIONES:**

Externas: altura total 1,68 x fondo 115 x frente 91 cm

Internas: frente 45 x Alto 55 x Fondo 65 cm

Distancia entre bandeja 8 cm

**\* COMBUSTIBLE**

GLP Gas Industrial

110 Voltios

peso aproximado: 210 kg

**\* CARACTERISTICAS:**

Multiuso para panadería, pastelería y empresas de catering.

Sistema a convección

Panel de control digital con controlador de tiempo y temperatura

Encendido automático

Carga Manual

portaladas inferior capacidad 6 bandejas

Montado sobre ruedas para una mayor movilidad

Vidrio panorámico templado

**\* CAPACIDAD DE PRODUCCION**

600 panes por hora

12 tortas medianas cada 40 minutos

**INCLUYE:**

6 bandejas de aluminio lisas 64 x 45 cm

ducto extractor flexible de aluminio con abrazaderas

manguera y válvula industrial y 2 pares de aguantes térmicos

\$  
3.000,00

VALIDEZ DE LA OFERTA: 60 días

PLAZO DE LA ENTREGA: Inmediata

FORMA DE PAGO: 50% depósito bancario 50% contra entrega

PRECIO INCLUYE: IVA y transporte

Saludos cordiales,

Asesores de Ventas

Telf. (593)32604607 32604612 32604596 ext. 101

Celular: 0998313281



WhatsApp ventas: 0995615375

Av. Lizarzaburo y Av. 11 de Noviembre

www.hornosandino.com

Riobamba – Ecuador

## Resultado del análisis

Archivo: Angie Marlene Mafla Villarreal.docx

### Estadísticas

**Sospechosas en Internet: 11,8%**  
*Porcentaje del texto con expresiones en internet.*

**Sospechas confirmadas: 15,37%**  
*Confirmada existencia de los links en las direcciones encontradas.*

**Texto analizado: 72,24%**  
*Porcentaje del texto analizado efectivamente (no se analizan las frases cortas, caracteres especiales, texto roto).*

**Éxito del análisis: 100%**  
*Porcentaje de éxito de la investigación, indica la calidad del análisis, cuanto más alto mejor.*

### Direcciones más relevantes encontradas:

Dirección (URL)	Ocurrencias	Semejanza
<a href="https://www.derechoecuador.com/microempresa">https://www.derechoecuador.com/microempresa</a>	30	9,72 %
<a href="https://es.scribd.com/document/408203559/Aluminio-y-Sus-Aleaciones">https://es.scribd.com/document/408203559/Aluminio-y-Sus-Aleaciones</a>	29	8,89 %
<a href="https://es.scribd.com/document/273063093/BALANCE-DE-MASA-Y-ENERGIA-Elaboracion-de-Galletas-de-Avena">https://es.scribd.com/document/273063093/BALANCE-DE-MASA-Y-ENERGIA-Elaboracion-de-Galletas-de-Avena</a>	6	4,53 %
<a href="https://es.m.wikipedia.org/wiki/Galletas">https://es.m.wikipedia.org/wiki/Galletas</a>	6	6,05 %
<a href="https://www.youtube.com/watch?v=PQgh4dgtPM4">https://www.youtube.com/watch?v=PQgh4dgtPM4</a>	6	3,43 %
<a href="https://elabgalleta.blogspot.com/2013/05">https://elabgalleta.blogspot.com/2013/05</a>	6	5,9 %

### Texto analizado:

126489221946600

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA

**PLAN DE NEGOCIOS PARA CREAR UNA MICROEMPRESA DE GALLETAS DE MACHICA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**  
Trabajo de titulación presentada como requisito para obtención del título de:

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Nombre del Autor:  
Angie Marlene Mafla Villarreal

Tutor del Trabajo de Titulación:  
Ing. LIGIA LOZANO

Tabla de contenido

TOC to "1-3" h 2  
h 2 la Introducción PAGEREF \_Toc32307037 h 6

**Planteamiento del problema PAGEREF \_Toc32307038 h 7**

Justificación PAGEREF \_Toc32307039 h 8

Objetivos PAGEREF \_Toc32307040 h 8

Objetivo General PAGEREF \_Toc32307041 h 8

Objetivos específicos PAGEREF \_Toc32307042 h 9

**CAPÍTULO I PAGEREF \_Toc32307043 h 10**

1.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA PAGEREF \_Toc32307044 h 10

1.1.1 MARCO TEORICO PAGEREF \_Toc32307046 h 10

1.1.2 MARCO CONCEPTUAL PAGEREF \_Toc32307047 h 17

Huacos PAGEREF \_Toc32307048 h 17

Mantequilla PAGEREF \_Toc32307049 h 17

Azúcar morena PAGEREF \_Toc32307050 h 18

Redillo PAGEREF \_Toc32307051 h 18

**Marco Legal PAGEREF \_Toc32307052 h 18**

1.1.2 Constitución de la República del Ecuador PAGEREF \_Toc32307053 h 19

1.1.3 Ley del Consumidor PAGEREF \_Toc32307054 h 19

1.1.4 Código de Comercio PAGEREF \_Toc32307055 h 19