

“UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMERICA”

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
NEGOCIOS

TEMA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA TRADICIONAL BAJO
EL SISTEMA DE SERVICIO DE REPARTO A DOMICILIO EN
LA CIUDAD DE QUITO.

Trabajo de investigación para la obtención del
Título de Ingeniera en Administración de Empresas
y Negocios.

AUTOR:

Bastidas Lora, Guadalupe Gisell

DIRECTOR

Ing. Eduardo Zumárraga, MBA

QUITO – ECUADOR
2016

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA TRADICIONAL BAJO EL SISTEMA DE SERVICIO DE REPARTO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE QUITO” presentado por Bastidas Lora Guadalupe Gisell, para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICÓ, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

DIRECTOR

Ing. Eduardo Zumárraga MBA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Guadalupe Gisell Bastidas Lora
CI040115030-5

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

Los miembros del tribunal examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA TRADICIONAL BAJO EL SISTEMA DE SERVICIO DE REPARTO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE QUITO” de la estudiante Bastidas Lora Guadalupe Gisell de la Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios.

Quito,.....

EL TRIBUNAL

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

VOCAL 1

VOCAL 2

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme en este largo camino, a mis padres por su apoyo incondicional, por su cariño y el empuje que me han brindado cuando más lo he necesitado.

Gracias.

DEDICATORIA

Con todo mi amor para mis padres Guillermo y Lupita que hicieron todo en la vida para que yo pudiera cumplir mis sueños, por recordarme cada día lo importante que soy en sus vidas, brindándome siempre su amor cuando sentía que mi luz estaba perdida en medio de tanta oscuridad, por siempre mi corazón y mi esfuerzo para ustedes que son el amor de mi vida, Los amo.

Guadalupe.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE IMÁGENES	x
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
SUMARIO INVESTIGATIVO	xiv
SUMARY	xv
INTRODUCCIÓN.....	xvi
CAPÍTULO I	1
IDEA DE NEGOCIO.....	1
1.1 Descripción de la actividad.....	1
1.1.1 Pasos dados hasta el momento para poner en marcha el proyecto.....	1
1.1.2 Problemas encontrados hasta el momento.....	2
1.1.3 Problemas que se prevén.....	2
1.1.4 Soluciones.....	2
1.1.5 Contactos realizados para la puesta en marcha.....	3
1.1.6 Papel que juega cada socio en la puesta en marcha.....	3
CAPÍTULO II	4
ÁREA DE MARKETING	4
2.1 Definición del mercado.....	4
2.1.1 ¿A qué Mercado se va a enfocar en general?.....	4
2.1.2 Cual es el mercado objetivo. ¿Por qué? Definición y perfil	10
2.1.3 Necesidades que cubre.....	12
2.2 Definición del producto o servicio.....	13
2.2.1 Especificación del servicio o producto.....	13

2.2.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.	14
2.2.3 Presentación del Servicio o Producto.....	14
2.2.4 Precio del Producto o Servicio.....	15
2.2.5 Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)	16
2.2.6 Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución)	16
2.2.7 Seguimiento de Clientes	17
2.2.8 Especificar mercados alternativos.....	17
2.3 Puntos fuertes y débiles de la competencia, comparándolos con los del proyecto propio.18	
2.4 Costos.....	19
2.4.1 Determinación de Costos variables.....	19
2.4.2 Determinación de costo total del producto o servicio.....	23
2.4.3 Comparación con los precios de la competencia y explicar en que se basan las diferencias, argumentar precio fijado.....	24
CAPÍTULO III.....	26
ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	26
3.1 Descripción del proceso	26
3.1.1 Descripción de proceso de transformación.	26
3.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	29
3.1.3 Tecnología a aplicar.	31
3.2 Factores que afectan el plan de operaciones	32
3.2.1 Ritmo de producción.....	32
3.2.2 Nivel de inventario promedio.	32
3.2.3 Número de trabajadores.	33
3.3 Capacidad de producción	34
3.3.1 Capacidad de Producción Futura.	34
3.4 Definición de materias primas	34
3.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.	34
3.5 Normativas y permisos que afectan su instalación.	40
3.5.1 Seguridad e higiene ocupacional.....	40
CAPÍTULO IV.....	43
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	43
4.1 Análisis estratégico y definición de objetivos.....	43
4.1.1 Visión de la Empresa.	43

4.1.2 Misión de la Empresa:.....	43
4.1.3 Análisis FODA.....	44
4.2 Organización funcional de la empresa	45
4.2.1 Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.	45
4.2.2 Descripción breve los cargos del organigrama.	47
4.3 Control de gestión	51
4.3.1 Indicadores de Gestión.....	51
4.4 Necesidades de personal	51
4.4.1 Personal necesario en un horizonte de tres años.	51
CAPÍTULO V	52
ÁREA JURÍDICO LEGAL	52
5.1 Determinación de la forma jurídica.	52
5.2 Patentes y Marcas	52
5.3 Detalle de licencias y permisos de funcionamiento legales.	53
CAPÍTULO VI.....	55
ÁREA FINANCIERA	55
6.1 Plan de inversiones.	55
6.2 Cálculo de Ingresos.....	65
6.3 Punto de Equilibrio	67
6.4 Estado de Resultados Proyectado	70
6.5 Evaluación Financiera.....	71
CAPÍTULO VII	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
7.1 Conclusiones.	76
BIBLIOGRAFÍA.	77

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N°1: Proveedores	3
Imagen N° 2: Parroquia de Calderón.....	4
Imagen N° 3: Presentación de la humita.....	14
Imagen N° 4: Presentación del Quimbolito	14
Imagen N°5: Presentación de Tamal	15
Imagen N°6: Canal de Distribución de producto	16
Imagen N°7: Plano de instalaciones	29
Imagen N°8: Maíz.....	35
Imagen N°9: Verduras Frescas	35
Imagen N°10: Pollo y Carne.....	36
Imagen N°11: Queso y mantequilla.....	36
Imagen N°12: Seguridad e Higiene ocupacional	41
Imagen N°13: Logotipo	53

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1: Proveedores	2
Cuadro N°2: Cuadro de funciones.....	3
Cuadro N°3: Tabla de dimensión geográfica	5
Cuadro N°4: Tabla de dimensión demográfica	10
Cuadro N°5: Demanda Proyectada.....	11
Cuadro N°6: Análisis de la Competencia.....	11
Cuadro N°7: Demanda Insatisfecha	12
Cuadro N°8: Precio del Producto o Servicio.....	15
Cuadro N°9: Descripción de la competencia.....	17
Cuadro N°10: Análisis de competencia.....	18
Cuadro N°11: Determinación Costos Variables-Humita de Sal rellena de queso.....	19
Cuadro N°12: Determinación Costos Variables-Humita de Dulce con pasas.....	20
Cuadro N°13: Determinación Costos Variables-Quimbolito con pasas.....	20
Cuadro N°14: Determinación Costos Variables-Tamal Lojano de Pollo.....	21
Cuadro N°15: Determinación Costos Variables-Tamal Lojano de Carne.....	22
Cuadro N°16: Costos Fijos Mensuales.....	23
Cuadro N°17: Costos Variables mensuales	23
Cuadro N°18: Análisis de competencia.....	25
Cuadro N°19: Equipos.....	30
Cuadro N°20: Personal.....	31
Cuadro N°21: Ritmo de Producción.....	32
Cuadro N°22: Número de Trabajadores.....	33
Cuadro N°23: Diagrama de Pareto 1	39
Cuadro N°24: Seguridad e Higiene Ocupacional.....	42
Cuadro N°25: Análisis FODA.....	44
Cuadro N°26: Indicadores de Gestión.....	51
Cuadro N°27: Requisitos RUC personas naturales	52
Cuadro N°29: Inversión Fija	55
Cuadro N°30: Capital de Trabajo	55
Cuadro N°31: Inversión total.....	56
Cuadro N°32: Formas de financiamiento	56
Cuadro N°33: Detalle de Costos.....	56
Cuadro N°34: Proyección de Costos.....	58
Cuadro N°35: Detalle de Gastos.....	60
Cuadro N°36: Proyección de gastos	61

Cuadro N°37: Mano de Obra.....	62
Cuadro N°38: Depreciación.	63
Cuadro N°39: Proyección de la Depreciación.....	64
Cuadro N°40: Proyección de Ingresos.	65
Cuadro N°41: Proyección de gastos	66
Cuadro N°42: Flujo de Caja	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°43: Cálculo precio promedio general.	67
Cuadro N°44: Cálculo costo variable promedio general	67
Cuadro N°45: Estado de Resultados Proyectado.....	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Proceso Grafico de Producción- Humita.....	26
Gráfico N°2: Proceso Grafico de Producción- Quimbolitos.....	27
Gráfico N°3: Proceso Grafico de Producción- Tamales	27
Gráfico N°4: Causa que afecta a la producción	40
Gráfico N°5: Punto de equilibrio gráfico.....	69

SUMARIO INVESTIGATIVO

Tema: “Plan de Negocios para la creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de comida tradicional bajo el sistema de servicio de reparto a domicilio en la ciudad de Quito”

Autor: Guadalupe Gisell Bastidas Lora

Tutor: Ing. Eduardo Zumárraga MBA

Actualmente en el mercado nacional se encuentran diversas clases de negocios con propuestas modernas y llamativas, la comida tradicional ha ocupado por años, un lugar importante en la Gastronomía ecuatoriana, al hablar de humitas, quimbolitos y tamales es identificarse con la tradicionalidad que estos productos que dan al consumidor por su sabor y la forma en la que son elaborados. Con todos estos antecedentes se creó Lupy’s Delights, el cual ofrece al mercado esta clase de productos con sabores especiales y con un proceso de producción adecuado. El objetivo de este plan de negocios es conocer el grado de viabilidad que se tendrá a corto y largo plazo y cumplir con las metas establecidas que la empresa se ha propuesto, la metodología utilizada en el presente proyecto fue utilizar redes sociales, colocar los productos en puntos de venta comerciales importantes, muestras gratuitas y citas personalizadas programadas a futuros clientes potenciales, Se ha logrado ubicar el negocio en el mercado superando en mayoría a los competidores del área logrando obtener resultados favorables que han beneficiado a la empresa de una manera positiva. La conclusión a la que se ha llegado basado en el presente proyecto de investigación es que el negocio es totalmente rentable y prometedor en un mediano plazo. Se tiene la pauta para considerar expandir la gama de sabores que se ofrece al cliente y así llegar a comercializar estos productos a nivel nacional.

DESCRIPTORES: Producción, comercialización, servicio a domicilio, satisfacción del cliente

SUMMARY

Theme: “Business Plan for the establishment of a company engaged in the production and marketing of traditional food under the system of home delivery service in the city of Quito”

Author: Guadalupe Gisell Bastidas Lora

Tutor: Ing. Eduardo Zumárraga MBA

Currently in the domestic market are different kinds of business with modern and striking proposals, the traditional food has occupied for years, an important place in the Ecuadorian Gastronomy, speaking of tamales, quimbolitos and tamales is identified with traditionalism that these products give consumers for its taste and the way they are made. With this background we created Lupy's Delights, offer to the market this kind of products with special flavors and an appropriate production process. The purpose of this business plan is to determine the degree of viability we will have short and long term and meet the goals set that as a company we have proposed, the methodology used in this project was to use social networks, post products in points important commercial sale, free and personalized quotes to prospective clients samples, we managed to locate the business in the market surpassing most competitors in our area achieving favorable results that have benefited the company in a positive way. The conclusion is that we have determined that this business is fully profitable and promising in the not too distant future, the pattern has to consider expanding the range of flavors we offer our customers and reach market our products nationwide.

KEYWORDS: Production, marketing, service delivery, customer satisfaction.

INTRODUCCIÓN.

Capítulo 1: Se tiene como principal idea del negocio la elaboración y comercialización de productos tradicionales ecuatorianos como lo son: Humita de sal, humita de dulce, quimbolito, tamal de carne y pollo donde se iniciará con una investigación sobre la aceptación del producto en el mercado, además identificar varios problemas y a su vez soluciones para un resultado positivo.

Capítulo 2: Se define el mercado en el cual se hace énfasis el negocio así como elegir la herramienta para establecer el tamaño de muestra del proyecto y con los resultados obtenidos proceder a cubrir las necesidades señaladas de los consumidores. El punto fuerte e innovador del negocio es el servicio de reparto a domicilio, la presentación de los productos en empaques agradables para el consumidor.

Capítulo 3: En el área de producción se maneja un proceso correcto de elaboración para obtener el producto deseado superando expectativas de calidad. Se hace un control de la materia prima que se necesita para la elaboración de cada producto teniendo en cuenta que no sobrepase la logística ya definida mensual y anualmente.

Capítulo 4: Se establece visión y misión de la empresa, se analiza detalladamente las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para interpretar que puntos hay que cambiar o reforzar en el negocio, así como la elaboración de un organigrama funcional para controlar el personal, las actividades designadas y a la vez dar solución a problemas que se podrían dar en un futuro.

Capítulo 5: Lupy's Delight se rige bajo la forma de persona natural por el capital mínimo que posee, así como las personas que lo conforman, se realizara trámites para el inicio de sus actividades como RUC y permisos de funcionamiento.

Capítulo 6: Se realiza la creación de un plan de inversión total a corto y largo plazo con definición de costos, ingresos y gastos para obtener la utilidad del negocio y su liquidez

CAPÍTULO I

IDEA DE NEGOCIO

1.1 Descripción de la actividad.

El negocio en el que la empresa como tal inicia sus actividades, surge con la necesidad de dar a conocer a los quiteños las delicias gastronómicas tradicionales con las que cuenta el Ecuador. Estos productos han sido elaborados durante años con utensilios y ollas adecuadas al vapor, muchas de las veces han sido definidos como bocadillos hogareños y vendidos en la ciudad de una manera informal y a un precio que ha estado al alcance de los habitantes de la ciudad de Quito.

“LUPY`S DELIGHTS” ofrecerá a sus clientes una gran variedad de quimbolitos, tamales rellenos de carne, pollo y humitas de sal y dulce que serán comercializados en la parroquia de Calderón, contará con productos muy bien elaborados con materia prima de calidad y con un proceso correcto de elaboración.

Se realizara con un estudio de mercado que defina el grado de factibilidad y los deseos de los consumidores para con estos productos. Mediante la implementación de la empresa se lograra definir el tipo de mercado que se puede explotar comercialmente y el nivel de competencia al que se debe enfrentar.

1.1.1 Pasos dados hasta el momento para poner en marcha el proyecto.

Partiendo con la idea de crear un negocio que involucre hombres y mujeres con escasas oportunidades laborales por su formación académica o edad, se comienza con la investigación sobre la presencia del producto en el mercado al cual va a estar dirigido, hasta el momento se ha recopilado información con respecto a la obtención de materia prima, se ha realizado un análisis de los factores a favor o en contra como lo son el financiamiento, la competencia, la aceptación del producto, la publicidad y la promoción que se posee para la elaboración y comercialización de estos productos.

Cuadro N°1: Proveedores

Mercado San Roque	Maíz, harina de maíz
Supermercado Santa María	Queso, mantequilla, manteca
Mercado San Roque	Hojas de choclo y achira
Mercado San Roque	Anís, pasas
Supermercado Santa María	Pollo, carne
Almacenes Montero	Utensilios de cocina

Elaborado por: La autora.

1.1.2 Problemas encontrados hasta el momento.

- Falta de publicidad del producto.
- Falta de inversión.

1.1.3 Problemas que se prevén.

- Escasez de materia prima en productos cíclicos.
- Cambio de hábitos de los consumidores

1.1.4 Soluciones.

- Realizar lanzamiento de productos nuevos, afiches, publicidad en radio y TV.
- Precio del producto accesible por ofertas establecidas en montos de compra.
- Mantener una reserva de materia prima controlada.
- Innovar nuestros productos con variedad de sabores y llamativa presentación.

1.1.5 Contactos realizados para la puesta en marcha.

- Se ha realizado contactos con proveedores confiables de las materias primas:

Imagen N°1: Proveedores



Fuente: Diario La Hora

1.1.6 Papel que juega cada socio en la puesta en marcha.

Cuadro N°2: Cuadro de funciones

	CARGO	FUNCIONES
SOCIO 1	Gerente / Jefe de producción	<ul style="list-style-type: none">• Planificar• Organizar• Dirigir• Controlar• Elaboración de productos
SOCIO 2	Ejecutivo de ventas / repartidor	<ul style="list-style-type: none">• Vender el producto• Adquirir nuevos clientes• Entrega de producto

Elaborado por: La autora.

CAPÍTULO II

ÁREA DE MARKETING

2.1 Definición del mercado

El mercado para comercializar los productos de la empresa se definió por un grupo de clientes ya existentes en cartera, es decir: familia, amigos y empresas.

2.1.1 ¿A qué Mercado se va a enfocar en general?

Imagen N° 2: Parroquia de Calderón



Fuente: Ministerio de turismo

Estos productos están dirigidos a los habitantes que se encuentran en la parroquia de Calderón.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

DIMENSIÓN CONDUCTUAL.

TIPO DE NECESIDAD:	Primaria alimenticia
TIPO DE COMPRA:	Por Impulso.
RELACIÓN CON LA MARCA:	Si
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Positiva

Cuadro N°3: Tabla de dimensión geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
PAÍS	ECUADOR
REGIÓN	SIERRA
CIUDAD	QUITO
PARROQUIA RURAL	CALDERÓN
TAMAÑO	152.242

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora.

Estudio de mercado

2.1.2 Tamaño de muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, y teniendo en cuenta la población de la parroquia de Calderón que es de 152.242 habitantes, con una PEA de 61,59%, lo que nos da una población PEA de 93.765 tomando en cuenta que el promedio de miembros de cada familia es de 5 personas, nuestro universo es de familias, se 18.753 familias, aplicando la siguiente fórmula.

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

Donde:

n = tamaño de la muestra

N= tamaño del universo

z = nivel de confianza deseado, que será del 95%

p = proporción estimada de éxito

q = proporción estimada de fracaso

e = representa el error de estimación, el cual se considera del 9%.

Muestra Piloto:

Numero de encuestados = 25

Dentro de la muestra piloto se determinó que la aceptación es del 70%, la cual representa 0,7 proporcional del estimado de éxito y el 0,3 la proporción estimada de fracaso. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos se tomará al 95,5 % de confianza. Los valores de Z se obtienen de la tabla de la distribución normal estándar tipificada en estadística y representa a 1,96.

Los valores de Z más utilizados y sus niveles de confianza son:

Tabla N°1: Valores de Z más utilizados

Valor de z	1,65	1,96	2,24
Nivel de confianza	90%	95%	97,5%

El valor de (p) es la proporción estimada de éxito la cual se obtiene dividiendo el porcentaje de nivel de confianza para 100.

El valor de (q) que es la proporción estimada de fracaso se obtiene de la diferencia entre la unidad y el valor de (p)

$$n = \frac{152242 * 1,96^2(0,7 * 0,3)}{0,09^2(152242 - 1) + 1,96^2 * (0,7 * 0,3)}$$

$$n = 100$$

Modelo de encuesta.

ENCUESTA	
GENERO: MASCULINO____ FEMENINO____	
OBJETIVO:	Determinar el grado de aceptación de productos tradicionales en la parroquia de Calderón.
1.- ¿Le gustaría que en la parroquia de Calderón exista una empresa que se dedique a la elaboración de productos tradicionales como humitas, quimbolitos y tamales?	
Si:____ No:____	
2.- ¿Le gustaría que le entrega del producto sea entregado a domicilio?	
Si:____ No:____	
3.- ¿Con qué frecuencia consume estos productos?	
Diario____ Mensual____ Semanal____	
4.- ¿Cuál de los siguientes productos consumiría?	
Quimbolito de chocolate____	Quimbolito con pasas ____
Quimbolito de fresa ____	Humita de sal con queso ____
Humita de sal con pasas____	Tamal lojano de carne ____
Tamal lojano de pollo____	Tamal lojano de Camarón ____
5.- ¿Cuándo consume estos productos lo hace?	
Solo ____ Acompañado ____ Cuantas personas ____	

Resultados e interpretación:

1.- ¿Le gustaría que en la parroquia de Calderón exista una micro empresa que se dedique a la elaboración de productos tradicionales como humitas, quimbolitos y tamales?

SI	70	70%
NO	30	30%

Podemos comprobar que el 70% de encuestados están de acuerdo en la creación de una microempresa que se dedique a la elaboración de productos tradicionales mientras que el 30% no está de acuerdo

2.- ¿Le gustaría que le entrega del producto sea entregado a domicilio?

SI	73	73%
NO	27	27%

Se determina que el 73% de los encuestados están de acuerdo que se les entregue a domicilio y el 27% prefiere comprar en lugares fijos.

3.- ¿Con qué frecuencia consume estos productos?

Diario	18	18%
Mensual	24	34%
Semanal	58	48%

El 48% de los encuestados consume esta clase de productos semanalmente, mientras que el 34% lo hace de manera mensual y el 18% a diario.

4.- ¿Cuál de los siguientes productos consumiría?

Quimbolito de chocolate	5	5%
Quimbolito de fresa	3	3%
Humita de dulce con pasas	20	20%
Tamal lojano de pollo	10	10%
Quimbolito con pasas	30	30%
Humita de sal con queso	55	55%
Tamal lojano de carne	10	10%
Tamal lojano de Camarón	6	6%

Se obtiene que el producto de mayor consumo es decir el 55% es la humita de sal con queso, de los 8 productos inicialmente propuestos existe mayor aceptación:

- humita de dulce 20%
- Quimbolo con pasas 30%
- Tamal lojano de pollo 10%
- Tamal lojano de carne 10%

Para representar la participación de los productos antes mencionados en base al 100% se consideran los siguientes porcentajes:

- Humita de sal con queso 33,33%
- Humita de dulce con pasas 19,05%
- Quimbolito con pasa 28,57%
- Tamal lojano de carne 9,52%
- Tamal lojano de pollo 9,52%

5.- ¿Cuándo consume estos productos lo hace?

Solo	15	15%
Acompañado	85	85%
Número de personas	2 a 5	47.06%
	6 a 10	35.29%
	11 a mas	17,65%

Se concluye que el 85% de las personas consumen los productos acompañados ya que suelen darse en sitios de trabajo, sitios o reuniones en familia.

2.1.2 Cual es el mercado objetivo. ¿Por qué? Definición y perfil

El mercado objetivo al que se está destinado son clientes de la parroquia de Calderón, en general.

La empresa tendrá como valor agregado el servicio de reparto a domicilio según los gustos y las necesidades de los clientes, con todas estas características se va a lograr que el producto sea conocido en el mercado y el empaque en fundas de polipropileno biorientado (BOPP) que es material autorizado para estar en contacto con alimentos.

Cuadro N°4: Tabla de dimensión demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
SEXO	HOMBRES	74682
	MUJERES	77560
SOCIO ECONÓMICO	PEA	93765
OCUPACIÓN	Sin diferenciación de ocupación	

Fuente: INEC-Censo 2010

Elaborado por: La autora.

Demanda actual y proyectada

Para obtener la demanda actual se calcula el porcentaje obtenido en la encuesta sobre la aceptación en la elaboración de productos tradicionales, dando como resultado el 70% de la población económicamente activa.

Demanda actual= 65635,5

Los valores que se han proyectado de la demanda han sido expresados en la cantidad de consumidores que en este caso son hombres y mujeres de la parroquia de Calderón en la ciudad de Quito, realizando el aumento progresivo de la población mediante la tasa de incremento poblacional del 3,22% anual, resultando de la siguiente manera:

Cuadro N°5: Demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA
2015	65535,5
2016	67645,74
2017	69823,94
2018	72072,27
2019	74392,99
2020	76788,45

Elaborado: por la autora

Análisis de la competencia.

Cuadro N°6: Análisis de la Competencia.

Nombre del negocio	producción por año	consumidores por año
Liz Calderón	17340	3468
Delicias de doña Martha	18100	3610
Cafetería el leñador	15900	3100
Gustos y sabores	21000	4140
Las humitas de doña María	18400	3640
La casa de mama Rosita	16000	3130
Cafetería mix & mix	19340	3750
Loly's Cafetería	21260	4110
sabores de mi tierra	19650	3860
cafetería Angelita	21895	4179
café restaurante sabor y mas	20430	4086
delicias de Fernando	17840	3500
horno y leña	15880	3050
Mesón de Charito	19425	3810
Aroma y café	17000	3280
humitas del jefe	19757	3830
casa del tamal	16930	3300
	316147	61843

Elaborado: por la autora.

Los datos obtenidos en el análisis de competencia fue basado en entrevistas informales, en la mayoría de casos propietarios y en parte trabajadores de los negocios, cabe recalcar que en el sector las personas poseen un criterio abierto en otorgar información para proyectos estudiantiles.

Calculo de la demanda insatisfecha

Cuadro N°7: Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	65535	61843	3692

Elaborado: por la autora.

Participación del proyecto en la demanda insatisfecha

Se tiene hasta el momento que 3692 clientes que constituyen la demanda insatisfecha, la empresa quiere atender a 500 consumidores de este demanda, con esta información se calcula el porcentaje que representa del total de la demanda insatisfecha.

$$\frac{3692}{500} = 100\%$$

$$X =$$

X= 13%

Después de realizar los cálculos respectivos se determina que se quiere cubrir un 13% de la demanda insatisfecha, este dato está dentro del objetivo del negocio.

Con los datos ya establecidos se procede a proyectar la intervención del proyecto en la demanda insatisfecha.

2.1.3 Necesidades que cubre.

Lupy`s Delights nace con la necesidad de dar a conocer a sus clientes un producto de calidad con sabores especiales para el deleite de su paladar y con una presentación

llamativa, muchas de las veces en las que una empresa busca esta clase de productos a domicilio se encuentran con la novedad que el pedido se tiene que hacer con un mínimo de monto de compra y con varios días de anticipación esto ha ocasionado que se busque otras alternativas de consumo como lo es la comida rápida y fácil de adquirir con este negocio se plantea reemplazar estas condiciones al ofrecer un servicio de reparto a domicilio ágil seguro y en un mínimo de tiempo.

2.2 Definición del producto o servicio

2.2.1 Especificación del servicio o producto.

Humita:

- 100% maíz
- Envuelta en hoja de maíz
- Textura uniforme
- Sal y dulce
- Forma cilíndrica

Quimbolito:

- Sabor dulce
- Textura uniforme
- Olor a vainilla
- Envuelta en hoja de chira
- Elaborado de manera artesanal

Tamal:

- 100% Maíz Maduro
- Envuelta en hoja de achira
- Textura uniforme
- Relleno variado
- De sal

Entrega a domicilio:

- Sin Recargo adicional
- Según monto de entrega
- Herramienta de incremento en ventas
- Ahorro de tiempo del cliente
- Valor agregado al negocio

2.2.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

La presentación de los productos tiene materiales que permiten conservar el calor y así mantenerlos a una temperatura adecuada, incluyendo el servicio de reparto a domicilio.

2.2.3 Presentación del Servicio o Producto.

Imagen N° 3: Presentación de la humita



Fuente: Pinterest

Imagen N° 4: Presentación del Quimbolito



Fuente: El periódico Hispano

Imagen N°5: Presentación de Tamal



Fuente: Antojitos de mi tierra

La presentación de los productos se dará por medio de redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, Whats app entre otras, publicidad en radio y venta directa. Con el uso de esta tecnología y medios de publicidad o presentación del producto se puede llegar a tener un seguimiento directo al cliente y así cumplir con las necesidades que este demande.

2.2.4 Precio del Producto o Servicio

Cuadro N°8: Precio del Producto o Servicio.

Descripción	Precio Unitario
Quimbolito con Pasas	\$0.80
Humita de Sal con queso	\$0.90
Humita de dulce con pasas	\$0.90
Tamal Lojano de Carne	\$1.10
Tamal Lojano de Pollo	\$1.10

Elaborado: por la autora.

- El tipo de venta es al contado.
- El plazo de entrega de nuestro producto será máximo de 24 horas.
- Los productos vendidos serán enviados a las direcciones indicadas en el proceso de compra, al momento de la entrega, es indispensable que el cliente revise minuciosamente los productos recibidos para evitar reclamos futuros.
- Por la compra de cantidades considerables se aplicará hasta el 10% de descuento.

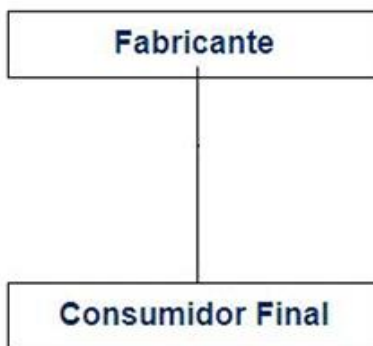
2.2.5 Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)

Se maneja los siguientes tipos de publicidad

Redes sociales.	\$0,00
Exhibición en puntos de venta.	\$0,00
Muestras gratis.	\$39,00
Micro perforado en vehículos (3 unidades)	\$21,00
TOTAL	\$60,00

2.2.6 Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución)

Imagen N°6: Canal de Distribución de producto



Fuente: La autora

Se utiliza una red única de venta en forma directa para la atención a aquellos clientes a los que se accede con facilidad, como la clientela es selectiva, la entrega del producto se la realiza utilizando el vehículo propio de la empresa.

2.2.7 Seguimiento de Clientes

El negocio debido a que no depende de intermediarios tendrá un contacto directo con el consumidor al momento que se realiza el pedido, tomando las garantías necesarias como son: cumplimiento de entrega y precios fijos sin porcentajes de incremento por terceros. En la actualidad se cuenta con una cartera de clientes a los cuales ya se les ha realizado varias ventas con las políticas ya establecidas y acorde al tipo de negociación.

2.2.8 Especificar mercados alternativos.

Se considera como un mercado alternativo la zona industrial de Calderón.

Cuadro N°9: Descripción de la competencia.

Nombre del negocio	Sector	Horario de atención	Productos que ofrecen	Precios
Gustos y sabores	Calderón	08:00 a 18:00	humitas, quimbolitos, bolones de verde, tamales	\$ 0,90 \$ 1,10 \$ 0,80 \$ 0,80
Loly's Cafetería	Carapungo	14:00 a 19:00	tamales de pollo o carne, quimbolitos, humitas bolones con chicharrón y queso	\$.1.50 \$ 0.90 \$.0.50 \$ 0.80
Café sabor y mas	Calderón	08:00 a 18:00	humitas, quimbolitos , tamales, empanadas de viento y verde	\$0.75 \$0.85 \$0.85 \$0.85 \$0.90

Elaborado: por la autora.

2.3 Puntos fuertes y débiles de la competencia, comparándolos con los del proyecto propio.

Cuadro N°10: Análisis de competencia

	Puntos fuertes	Puntos débiles
Competencia 1	<ul style="list-style-type: none"> • Orientación al servicio • Esquema organizativo claro • Trabajo constante sobre un buen nivel de aceptación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de los usuario de los productos que ofrecen
Competencia 2	<ul style="list-style-type: none"> • Personal con gran capacidad de adaptación al cambio • Los servicios ofrecidos están establecidos claramente. • Recopilación de sugerencias para la solución de necesidades 	<ul style="list-style-type: none"> • Demora en entrega de productos
Competencia 3	<ul style="list-style-type: none"> • Personal Capacitado • Autonomía en el aprendizaje de las tareas diarias. • Permanece en contacto con el mercado para ver mejoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de adaptación al continuo incremento de usuarios

Elaborado: por la autora.

2.4 Costos

2.4.1 Determinación de Costos variables.

Humitas de Sal rellenas de Queso (Cantidad mensual de producción=1000 unidades)

Cuadro N°11: Determinación Costos Variables-Humita de Sal rellena de queso.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Precio unit.	Precio total
Maíz	5 quintales	\$15.00	\$75.00
Mantequilla	10 libras	\$2.20	\$22.00
Manteca de cerdo	15 libras	\$2.00	\$30.00
Queso sin sal	10 unid.	\$2.20	\$22.00
Sal	13 onz.	\$0.25 x onz.	\$3.25
Azúcar	7 onz.	\$0.25 x onz.	\$1.75
Royal	10 onz.	\$0.13 x onz.	\$1.30
Queso con sal	7 unid de 600gr.	\$2.20	\$15.40
Huevos	100u.	\$3.60 x 30 u.	\$12.00
	TOTAL		\$182.70

Elaborado: por la autora.

Humitas de dulce con pasas (Cantidad mensual de producción=200 unidades)

Cuadro N°12: Determinación Costos Variables-Humita de Dulce con pasas.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Precio unit.	Precio total
Maíz	1 quintal	\$15.00	\$15.00
Mantequilla	2 libra	\$2.20	\$4.40
Manteca de cerdo	3 libras	\$2.00	\$6.00
Queso sin sal	2 unid.	\$2.20	\$4.40
Sal	2 onz.	\$0.25 x onz	\$0.50
Azúcar	2 libra	\$0.50	\$1.00
Royal	2 onz.	\$0.13	\$0.26
Huevos	20 unid.	\$0.12	\$2.40
	TOTAL		\$33.97

Elaborado: por la autora.

Quimbolito con pasas (Cantidad mensual de producción=400 unidades)

Cuadro N°13: Determinación Costos Variables-Quimbolito con pasas.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Precio unit.	PRECIO
Harina de maíz	12 Libras	\$0.50	\$ 6.00
Harina flor	12 Libra	\$ 0.50	\$6.00
Huevos	120 huevos	\$0.12	\$14.40
Queso sin sal	8 unid	\$2.20	\$8.80
Mantequilla	8 libras	\$2.20	\$8.80
Azúcar	4 libra	\$ 0.50	\$2.00
Pasas	2 libra	\$ 1.00 x ½ lbs	\$4.00
Polvo de hornear	4 onz.	\$0.13	\$0.52
Hojas de achira	400 hojas	\$1.00 x 100 und	\$4.00
	TOTAL		\$54.52

Elaborado: por la autora.

Tamal Lojano de Pollo (Cantidad mensual de producción=100 unidades)

Cuadro N°14: Determinación Costos Variables-Tamal Lojano de Pollo.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Precio unit.	Precio total
Maíz amarillo	7 libras	\$0.50	\$3.50
Manteca de cerdo	2 libras	\$2.00	\$4.00
Mantequilla	2 libras	\$2.20	\$4.40
Huevos	20 unidades	\$0.12	\$2.40
Polvo de hornear	1 onz.	\$0.13	\$0.13
Sal	1/4 libra	\$0.25	\$0.25
Hojas de achira	100 unid	\$1.00 x 100 u	\$1.00
Pechuga de Pollo	3 libras	\$1.50	\$4.50
Aceite	½ litro	\$1.10	\$1.10
Arvejas	1 libra	\$2.00	\$2.00
Zanahorias	1 libra	\$0.50	\$0.50
Cebolla paitaña	1 libra	\$0.60	\$0.60
Pasas	1/2 Libra	\$1.00	\$1.00
Perejil	Racimo	\$0.25	\$0.25
Pimiento	1 libra	\$0.40	\$0.40
Condimentos	1 onz	\$0.50	0.50
	TOTAL		\$26.53

Elaborado: por la autora.

Tamal Lojano de Carne (Cantidad mensual de producción=100 unidades)

Cuadro N°15: Determinación Costos Variables-Tamal Lojano de Carne.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Precio unit.	Precio total
Maíz amarillo	7 libras	\$0.50	\$3.50
Manteca de cerdo	2 libras	\$2.00	\$4.00
Mantequilla	2 libras	\$2.20	\$4.40
Huevos	20 unidades	\$0.12	\$2.40
Polvo de hornear	1 onz.	\$0.13	\$0.13
Sal	1/4libra	\$0.25	\$0.25
Hojas de achira	100 unid	\$1.00 x 100 u	\$1.00
Carne molida de res	3 libras	\$1.60	\$4.80
Aceite	½ litro	\$1.10	\$1.10
Arvejas	1 libra	\$2.00	\$2.00
Zanahorias	1 libra	\$0.50	\$0.50
Cebolla paiteña	1 libra	\$0.60	\$0.60
Pasas	1/2 Libra	\$1.00	\$1.00
Perejil	Racimo	\$0.25	\$0.25
Pimiento	1 libra	\$0.40	\$0.40
Condimentos	1 onz	\$0.50	\$0.50
	TOTAL		26.83

Elaborado: por la autora.

Costos fijos mensuales.

Cuadro N°16: Costos Fijos Mensuales.

DESCRIPCIÓN	PRECIO
Luz	25.00
Agua	18.00
Teléfono	30.00
Combustible Vehículo	40.00
Mano de obra	340.00
Publicidad	60.00
Internet	20.00
Gas industrial (14 kilos)	22.00
TOTAL	555.00

Elaborado: por la autora.

2.4.2 Determinación de costo total del producto o servicio.

Costos Variables Mensuales (Valores totales):

Cuadro N°17: Costos Variables mensuales

DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL
Humitas de Sal rellenas de Queso (1000 unid.)	\$182.70
Humitas de dulce con pasas. (200 unid)	\$33.97
Quimbolito con pasas (400 unid)	\$54.52
Tamal Lojano de Pollo (100 unid)	\$26.53
Tamal Lojano de Carne (100 unid)	\$26.83
TOTAL	\$324.55

Elaborado: por la autora

Costos Fijos Mensuales:

\$555.00

Costo Total.

$$CT = CF + CV$$

Dónde:

CT: costo total

CF: costo fijo

CV: Costo Variable

$$CT = 324.55 + 555.00$$

$$CT = \$ 879.55$$

2.4.3 Comparación con los precios de la competencia y explicar en que se basan las diferencias, argumentar precio fijado.

Después de realizar un análisis minucioso comparativo con la competencia directa se ha notado que los precios de los productos son bastante accesibles en el mercado con relación a los demás competidores, de este modo se puede decir que los productos serán adquiridos con facilidad por los consumidores.

Cuadro N°18: Análisis de competencia

	Producto	Precio
Competencia 1	Quimbolito	1.10
	Humita	0.90
Competencia 2	Quimbolito	0.90
	Humita	0.50
Competencia 3	Quimbolito	0.70
	Humita	0.80
Lupy's Delight	Quimbolito	0.80
	Humita	0.90

Elaborado: por la autora.

Los productos que se han lanzado al mercado son accesibles con relación a los demás competidores, cabe recalcar que nos diferenciamos por la facilidad que damos a nuestros clientes en la entrega del producto a domicilio sin recargo adicional.

CAPÍTULO III
ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

3.1 Descripción del proceso

3.1.1 Descripción de proceso de transformación.

La industria contara con un proceso de producción adecuado para la elaboración de los productos tradicionales ecuatorianos, diseñando y graficando este proceso de una manera correcta, se definirá la capacidad de producción de la planta, se establecerá además un manejo cuidadoso de la materia prima para la mejor elaboración de todos los productos que se ofrece a los consumidores.

Proceso grafico de producción.

Gráfico N°1: Proceso Grafico de Producción- Humita.

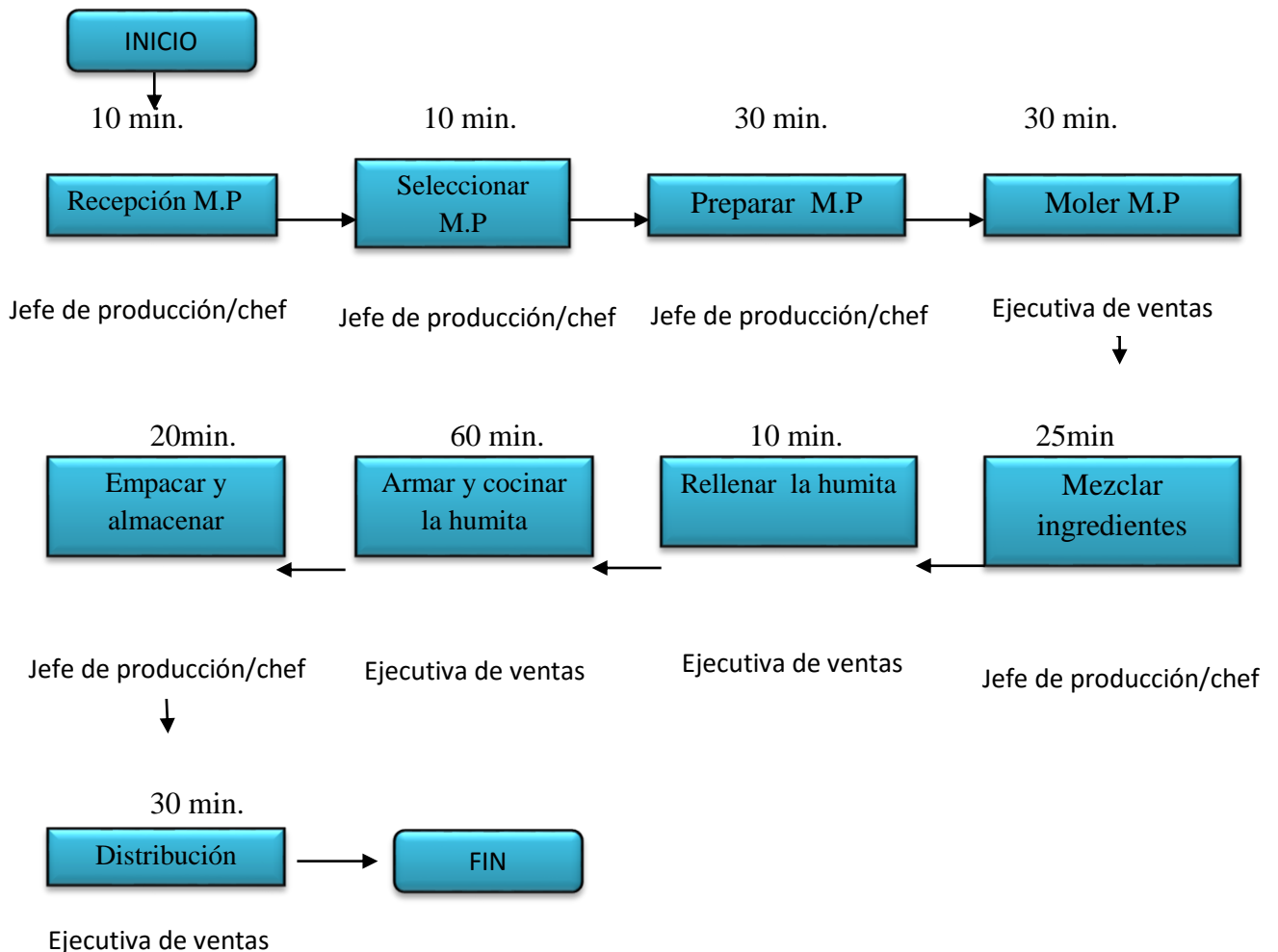


Gráfico N°2: Proceso Grafico de Producción- Quimbolitos.

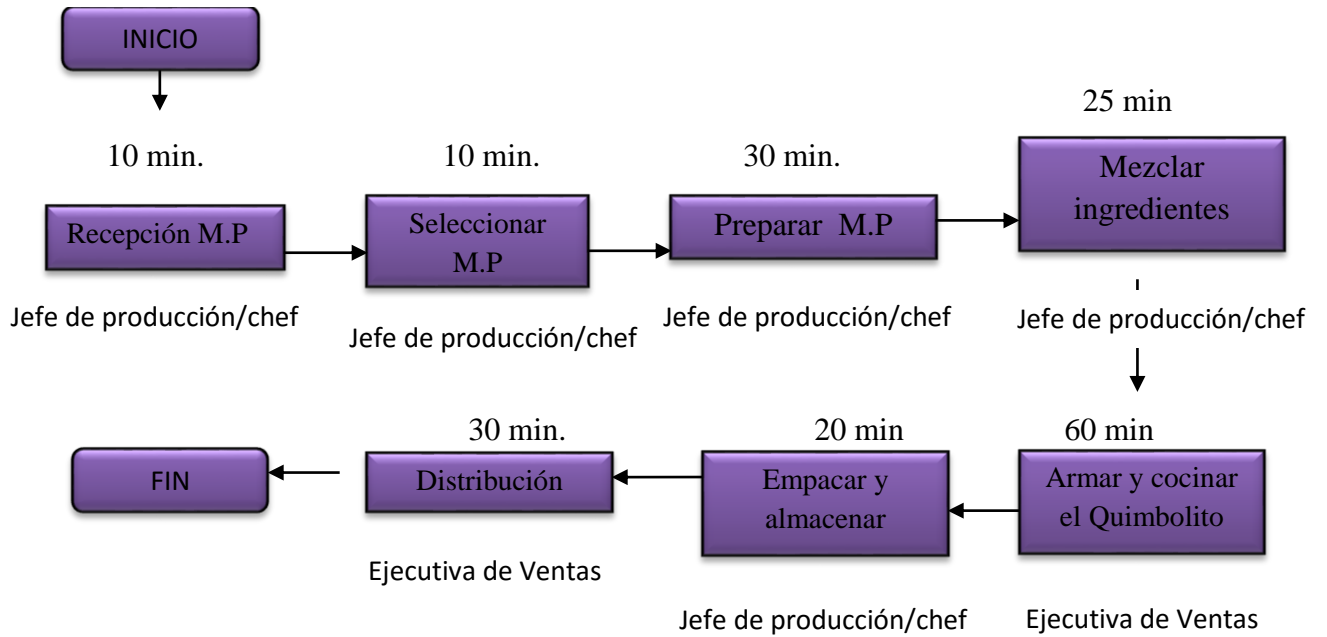
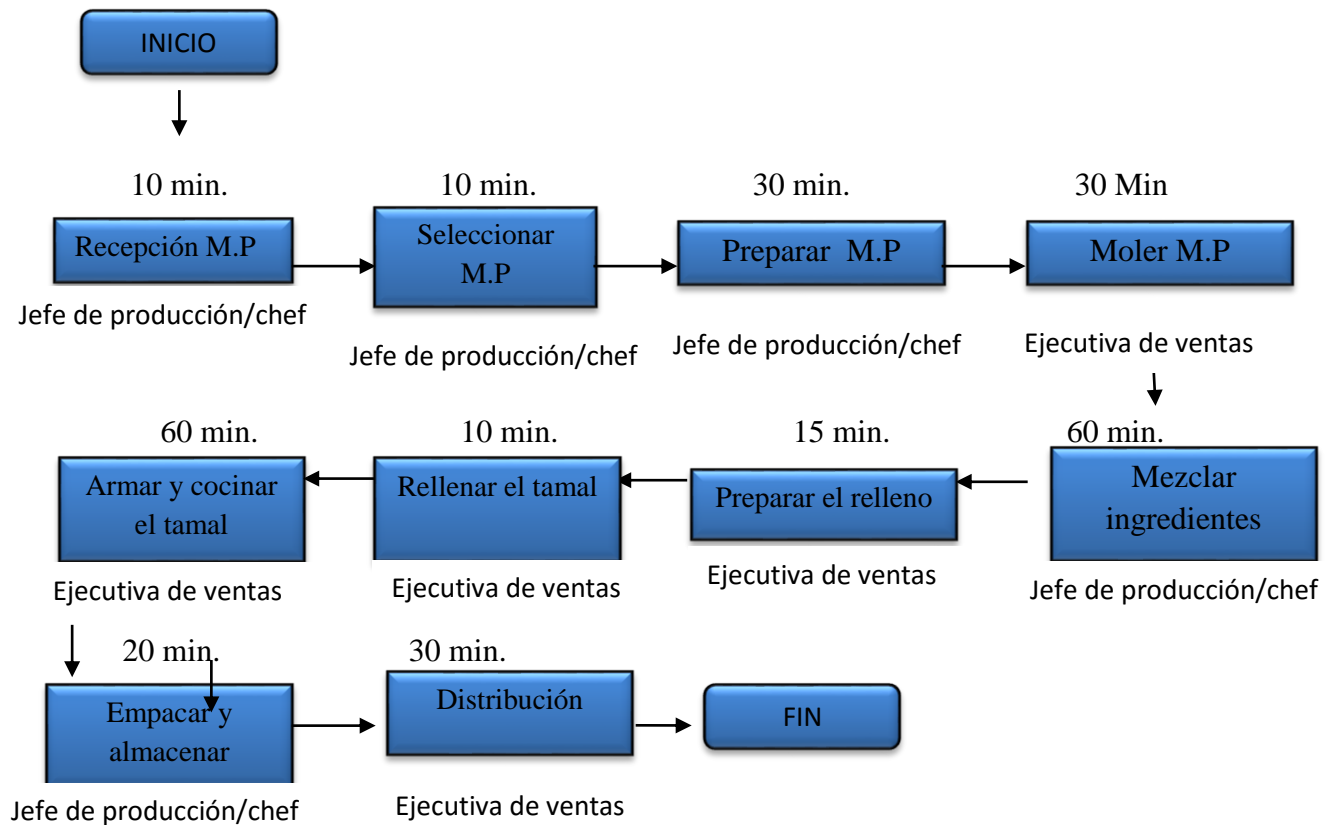


Gráfico N°3: Proceso Grafico de Producción- Tamales



Capacidad de producción.

El negocio tiene como capacidad de producción mensual de 1000 humitas de sal 200 humitas de dulce 400 quimbolitos con pasas, 100 tamales lojanos de pollo 100 tamales de carne, se cuenta con un sitio amplio para la elaboración de estos productos y así cumplir con las necesidades de los consumidores actuales.

Una vez que la industria vaya creciendo, la producción será mucho más grande, ya que se contará con nuevos equipos, nuevas tecnologías y nuevos mercados. Con la publicidad que se está realizando la producción se incrementara en un porcentaje anual.

Materia prima.

La materia prima que se dispone para la producción es:

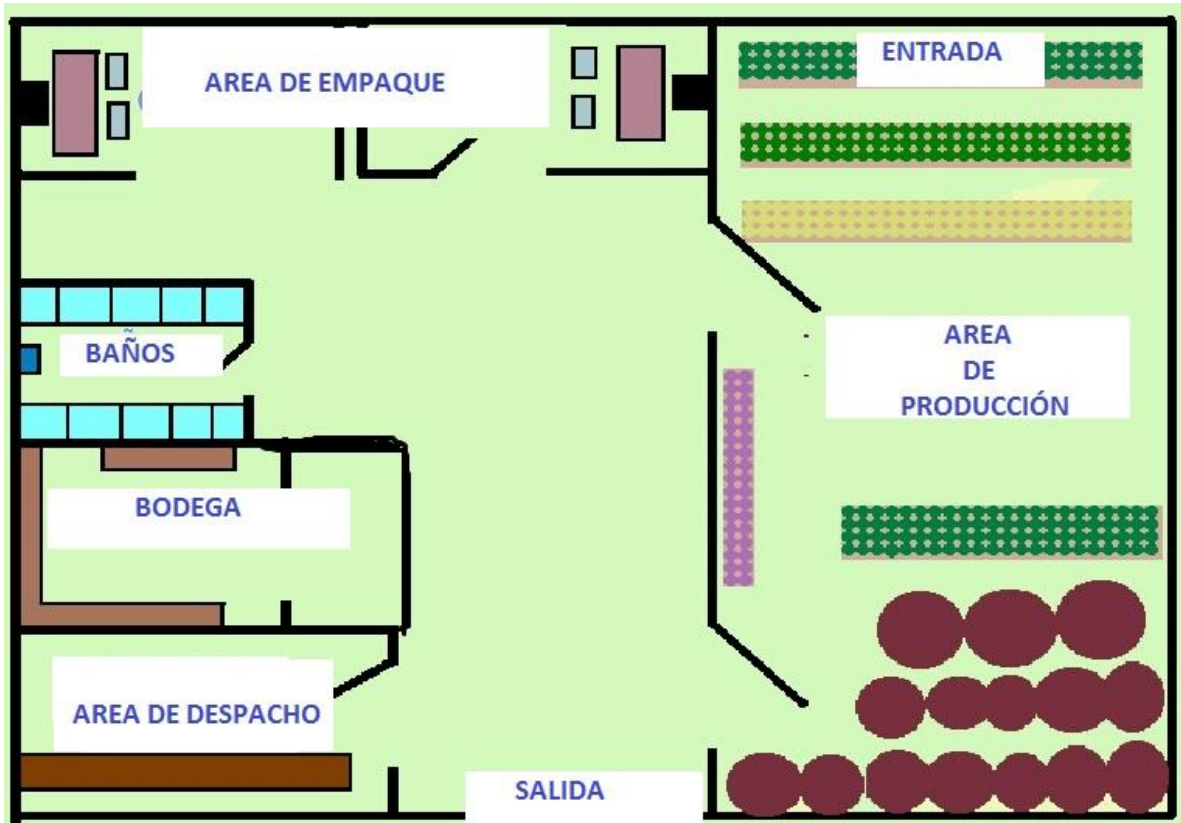
- Maíz
- Queso
- Mantequilla
- Manteca de cerdo
- Sal y especias
- Azúcar
- Hojas de achira
- Harina de maíz amarillo y blanco
- Pasas
- Fundas y etiqueta
- Huevos
- Polvo de hornear
- Carne, pollo

Toda esta materia prima se la adquiere sin problema ya que se encuentran con facilidad en diferentes sitios de la ciudad como lo son mercados, proveedores identificados y centros de distribución.

Generalmente algunos de los insumos se los adquiere semanalmente según los pedidos recibidos, en el caso del maíz que es el insumo más importante lo adquirimos en mazorca y en la planta lo preparamos para que sea la materia prima directa del producto.

3.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Imagen N°7: Plano de instalaciones



Fuente: La autora

Equipos.

Los equipos que se utilizarán en la pequeña industria para la elaboración y comercialización de productos tradicionales serán detallados a continuación:

Cuadro N°19: Equipos.

ACTIVIDAD	EQUIPO	CANTIDAD	VELOCIDAD NOMINAL	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Moler granos	Molino Manual	2	90%	45	90
Cocinar el producto	Cocina Industrial	1	100%	120	120
Colocar la mezcla de ingredientes	Mesa de trabajo	2	80%	40	80
Refrigerar el producto terminado	Refrigeradora	1	80%	320	320
Ordenar y Almacenar	Tamalera	3	90%	50	150
Mezclar ingredientes	Utensilios	5	90%	5	25
TOTAL				580	785

Elaborado: por la autora.

Personal

El personal que se encargara de la elaboración de los productos tradicionales ecuatorianos realiza las siguientes actividades en un determinado tiempo como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N°20: Personal.

ACTIVIDAD	TIEMPO (MIN)	# PERSONAS	COSTO HORA- HOMBRE	TOTAL COSTO HORA- HOMBRE
Verificar Materia prima y pesar ingredientes	20	2	0,47	0.94
Moler y Mezclar los ingredientes	45	2	1,06	2.12
Envolver la masa en Hojas	40	2	0.95	1.90
Retirar el producto terminado	10	1	0.24	0.24
Colocar producto terminado en empaque	30	2	0,71	1.42
Limpiar área de producción	40	1	0.95	0.95
COSTO PROCESO DE PRODUCCIÓN DIARIO	185		4.38	7.57

Elaborado: por la autora.

3.1.3 Tecnología a aplicar.

En la pequeña industria se utiliza equipos manuales para la elaboración de productos artesanales, a largo plazo se utilizara equipos electrónicos como lo son molino eléctrico para moler con mayor rapidez el maíz, optimizando tiempo y recursos, batidora eléctrica para mezclar todos los ingredientes y tener una masa más homogénea, cocina eléctrica a inducción con la que se ahorrara el costo del gas y la tamalera de aluminio será reemplazada por olla tamalera de acero. Con todos estos cambios se ahorrara recursos, se reducirá el tiempo de elaboración de los productos y se mejorara la rapidez de entrega al consumidor.

3.2 Factores que afectan el plan de operaciones

3.2.1 Ritmo de producción.

Cuadro N°21: Ritmo de Producción.

ACTIVIDAD	# PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO	TIEMPO NORMAL	RITMO DE TRABAJO
Verificar Materia prima y pesar ingredientes	2	12 horas	11 horas	Medio
Moler y Mezclar los ingredientes	2	21 horas	20 horas	Alto
Envolver la masa en Hojas	2	18 horas	16 horas	Medio
Retirar el producto terminado	1	5 horas	4 horas	Bajo
Colocar producto terminado en empaque	2	16 horas	15 horas	Medio
Limpiar área de producción	1	19 horas	17 horas	Medio
		91horas	83 horas	

Elaborado: por la autora.

3.2.2 Nivel de inventario promedio.

Esta industria tendrá como inventario la materia prima adquirida y el producto terminado (humitas, quimbolitos y tamales), es importante aclarar que en este caso tenemos materia prima que es considerada como base para la elaboración de nuestros productos como lo es el maíz, por esta razón es importante manejar de una manera correcta el inventario para que así los productos no falten y evitar tener acumulación innecesario de inventario. Se manejara al adquisición de las materias primas en dos periodos, la materia prima más importante y la que se usa en mayor cantidad será adquirida dos veces por semana ya que es un producto que tiene una duración de una a dos semanas dependiendo de las condiciones de conservación mientras que los demás ingredientes serán adquiridos una vez por semana por ocuparse en cantidades menores a la materia prima principal. Cabe indicar que en el caso del producto terminado el inventario no tiene que ser alto ya que este producto empaclado y congelado tiene que ser consumido en un periodo máximo de 8 días. Sera necesario además manejar correctamente el ingreso de los pedidos para elaborar los productos en un tiempo determinado y así evitar sobreproducción y pérdida de recursos.

3.2.3 Número de trabajadores.

Cuadro N°22: Número de Trabajadores.

CANT.	CARGO	FUNCIONES	CARACTERÍSTICAS	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	ESTADO
1	JEFE DE PRODUCCIÓN/CHEF (PROPIETARIO) Estará a cargo de la supervisión y control en el proceso de elaboración de los productos	<ul style="list-style-type: none"> Control de los ayudantes de cocina. Realizar los pedidos de materia prima. Supervisar la cantidad exacta de los insumos. Distribuir funciones al personal a su cargo. 	Habilidad para tomar decisiones, persona con criterio propio, disciplina, auto exigencia, liderazgo y responsabilidad	Alto nivel de conocimientos en culinaria	FIJO
1	EJECUTIVO DE VENTAS/ REPARTIDOR Profesional encargado de manejar el producto, el mercado donde será vendido y su precio.	<ul style="list-style-type: none"> Investigar y aplicar a mercados viables para la venta del producto. Crear estrategias y metas para conseguir contratos conocer a fondo el producto que ofrece al consumidor. Disponer adecuadamente de las herramientas, utensilios y materiales de trabajo. Colaborar en la elaboración del producto según indicaciones del jefe de cocina. Limpiar el área utilizada. Entregar la mercadería en el lugar correcto. Realizar el cobro. Revisar que el producto este completo y que el cliente reciba lo solicitado. 	Habilidad para crear estrategias de venta, seguridad en sí mismo, iniciativa responsabilidad en la realización de pedidos	Conocimiento en marketing	FIJO

Elaborado: por la autora.

3.3 Capacidad de producción

3.3.1 Capacidad de Producción Futura.

La pequeña industria con toda la capacidad de capital, podría implementar según las normas establecidas en el negocio, una nueva tecnología en maquinaria para una mayor velocidad y calidad en producción, mejorar la infraestructura y adecuación de la pequeña industria, además, se vería la forma de competir con un marketing adecuado y ofertado del producto versus la competencia, esto quiere decir, que se encontrara un logotipo para mejorar la presentación, se buscaría el asesoramiento publicitario adecuado, para que la propuesta en el mercado sea llamativa; se abastecería de productos que no necesariamente estén de temporada.

Con estas accesibilidades, el régimen de producción aumentaría así como la mano de obra para superar la producción mensual de 1800 unidades mensuales, llegando a una producción anual de 21600 unidades, tomando en cuenta que para una futura proyección se consideraría tener el plazo de un año para recuperar el capital invertido.

3.4 Definición de materias primas

3.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

Todas las materias primas que se adquiere son de calidad ya que los productos son parte de la alimentación de los clientes que adquieren los mismos, entre las principales sobresalen:

•**Maíz Tierno y Maduro.**- Esta materia prima es el elemento más importante en la elaboración de los productos corresponden al 80% de la receta de las humitas y tamales, muchas veces el maíz por escases o elevación de precios es sustituida con harina Maizsabrosa.

Imagen N°8: Maíz



Fuente: Política digital

• **Verduras frescas.**- el pimiento la cebolla paitaña, zanahoria y el cilantro son utilizados para realizar el relleno de los tamales de pollo carne y camarón. En muchas de las ciudades de Ecuador estas verduras son reemplazadas con aceitunas, cebolla larga, tomate riñón.

Imagen N°9: Verduras Frescas



Fuente: Recetas Book

• **Pechuga de Pollo y Carne de cerdo.**- Estos insumos son utilizados para el relleno de los tamales Lojanos junto a las verduras seleccionadas, en caso de no poseer esta materia prima, los tamales son rellenos de queso.

Imagen N°10: Pollo y Carne



Fuente: Avicultura

• **Queso y mantequilla recién elaborados.**- El queso y la mantequilla son utilizados en su mayoría para la preparación de la masa de las humitas, los tamales y los quimbolitos, sirve además como relleno de las humitas de sal y no pueden ser reemplazados ya que se dañaría la mezcla de estos productos y así su sabor sería completamente diferente al sabor tradicional de los mismos.

Imagen N°11: Queso y mantequilla



Fuente: Cocinista

• **Hojas de maíz y de achira limpias.-** En este caso se realiza la compra del maíz incluido las hojas para limpiarlas y así poder envolver la preparación de las humitas que son cocinadas al vapor, en el caso de las humitas no puede ser reemplazada la hoja porque tradicionalmente su presentación son dentro de las propias hojas del maíz logrando que su sabor sea más consistente.

Las hojas de achira son utilizadas para cocinar al vapor los quimbolitos y los tamales rellenos, cabe recalcar que esta hoja de achira es ornamental y puede ser utilizada para la elaboración de estos productos tradicionales por su tamaño y forma.

Imagen N°12: Hojas de Maíz y Achira



Elaborado: por la autora.

• **Azúcar, sal, pasas, anís.-** Estas especias son utilizadas en la elaboración de todos los productos tradicionales, dando un sabor delicioso y apetecible en muchos casos pueden ser sustituidos por productos procesados como lo son la esencia de vainilla, el polvo de hornear, azúcar gratinada etc.

Imagen N°13: Azúcar, sal y pasas



Elaborado: por la autora.

3.5 Calidad

Para mantener el estándar de calidad de los productos, toda la materia prima utilizada tiene un grado de importancia elevado, porque sin ellos no se podría elaborar correctamente los productos que se ofrece al consumidor, por lo mismo estos insumos no son sustituibles.

3.5.1 Método de Control de Calidad.

Los controles son realizados a lo largo de todo el proceso productivo, supervisando y analizando todos los factores que influyen directamente en la elaboración de los productos, de tal manera que estos dos gráficos dan a conocer cuáles son las principales correcciones o desviaciones que se originan en este proceso.

Cuadro N°23: Diagrama de Pareto 1

FACTORES QUE RETRASAN LA PRODUCCIÓN			
Periodo: Mensual			
Descripción	Cantidad	%	% Acumulación
Precios altos de insumos	10	30,30%	30,30%
Desabastecimiento de gas	6	18,18%	48,48%
Escases de materia prima	5	15,15%	63,63%
Empleados enfermos	4	12,12%	75,75%
Corte de energía eléctrica	3	9,09%	84,84%
Vehículo dañado	2	6,06%	90,90%
Devolución del producto	2	6,06%	96,96%
Daño en equipo de cocina	1	3,04%	100,00%
	33	100,00%	

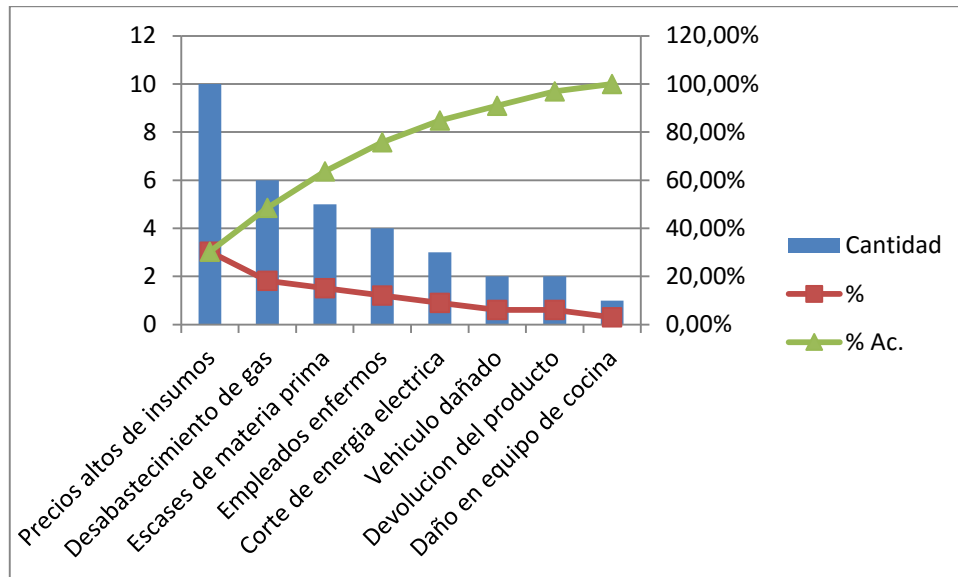
Elaborado: por la autora.

El precio alto de los insumos es una variable que la podemos mitigar buscando directamente a los agricultores ya que es conocido por todos que los proveedores les compran a precios sumamente bajos, con este método suprimimos uno de los intermediarios y así mitigamos en algo el alza de los precios.

Para poder resolver el problema del desabastecimiento de gas siendo una variable que sale de nuestras manos por los diferentes factores que lo afectan como la especulación, contrabando, etc. Se plantea la adquisición de una cocina de inducción la cual podría servir para no parar la producción debido a la falta de gas.

La falta de la materia prima es un problema que tiene muy poca probabilidad de darse, sin embargo, debe tomarse en cuenta mantener un contacto con los fabricantes directos de estos productos para que el abastecimiento de los mismos no sea un problema mayor y sea resuelto inmediatamente.

Gráfico N°4: Causa que afecta a la producción



Elaborado: por la autora.

Interpretación: Según la gráfica anterior se puede concluir que la principal causa que afecta directamente a la producción es la variedad en costos de los insumos o materia prima que se utiliza en la elaboración de nuestros productos.

3.5 Normativas y permisos que afectan su instalación.

3.5.1 Seguridad e higiene ocupacional

Es necesario tener en cuenta cada procedimiento de preparación de alimentos y cada uno de los pasos que conduce al producto terminado, tratando de señalar en ellas las operaciones riesgosas, es decir, interesa considerar el flujo del alimento que es el camino que se recorre desde la recepción de la materia prima hasta el servicio o la comercialización, esto es importante para determinar donde pueden ocurrir peligros potencialmente significativos para la seguridad alimentaria.

Imagen N°12: Seguridad e Higiene ocupacional



Fuente: Sigma

Cuadro N°24: Seguridad e Higiene Ocupacional.

VESTUARIO	<ul style="list-style-type: none"> *Dejar la ropa y zapatos de calle en el vestuario * No usar ropa de calle en el trabajo
VESTIMENTA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none"> *Usar calzado adecuado, cofia y guantes de ser necesario *Procurar que la ropa y los zapatos estén limpios
HIGIENE PERSONAL	<ul style="list-style-type: none"> * Cuidar el aseo personal *Mantener las uñas cortas * Usar el pelo recogido bajo la cofia *Dejar reloj, aros, anillos o cualquier otro elemento que pueda tener contacto con algún producto o equipo
LAVADO DE MANOS	<ul style="list-style-type: none"> *Al ingresar al sector de trabajo, después de usar los servicios sanitarios y después de tocar equipos ajenos al trabajo que está realizando, lavarse las manos con agua caliente, usando cepillo para uñas y secándose con toallas descartables.
LAVADO DE BOTAS	<ul style="list-style-type: none"> * Lavar el calzado cada vez que ingrese al lugar de trabajo
ESTADO DE SALUD	<ul style="list-style-type: none"> *Evitar el contacto con alimentos si padece afecciones de piel, heridas, resfríos o intoxicaciones. *Evitar toser o estornudar sobre los alimentos y equipos de trabajo
HERIDAS	<ul style="list-style-type: none"> * En caso de tener pequeñas heridas, cubrir las mismas con vendajes y envolturas impermeables
RESPONSABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> * Realizar cada tarea de acuerdo a las instrucciones recibidas * Leer con cuidado y atención las señales y carteles indicadores
INSTALACIONES	<ul style="list-style-type: none"> * Cuidar su sector * Mantener los utensilios de trabajo limpios * Arrojar los residuos en el cesto correspondiente *Respetar los "NO" No fumar, no beber, no salivar
LIMPIEZA FÁCIL	<ul style="list-style-type: none"> * Pisos impermeables y lavables *Paredes claras, lisas y sin grietas *Evitar la contaminación cruzada

Elaborado por: la autora.

CAPÍTULO IV

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

4.1 Análisis estratégico y definición de objetivos

4.1.1 Visión de la Empresa.

Lupy`s Delights se proyecta a ser una industria reconocida en la elaboración de productos tradicionales ecuatorianos por poseer productos de calidad, reconocimiento e imagen. Adquiriendo prestigio, rentabilidad y posición en nuevos mercados locales.

4.1.2 Misión de la Empresa:

Satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores, brindando productos elaborados en un proceso de producción adecuado, con personal altamente calificado, con materia prima seleccionada y tecnología que este dentro de los lineamientos que el negocio necesita para así lograr una aceptación entre los clientes.

4.1.3 Análisis FODA

Cuadro N°25: Análisis FODA.

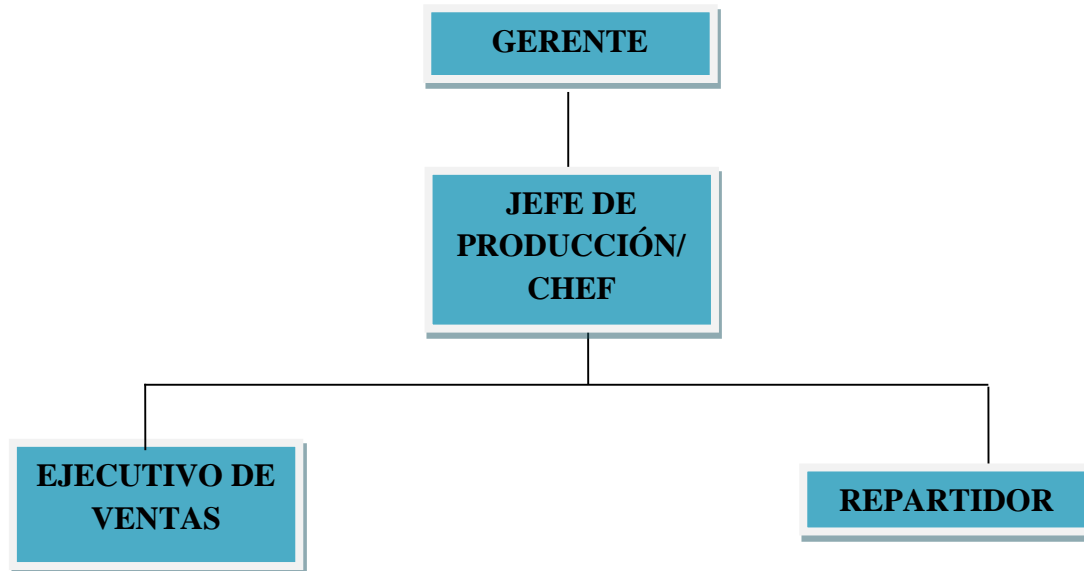
<p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Capital Propio• Buena aceptación de los productos• Bajo costo operativo• Entrega del producto a tiempo• Personal capacitado• Equipo de cocina adecuado• Servicio personalizado• Variedad de Productos	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Buscar nuevos mercados a nivel local.• Ahorro de tiempo de producción para la empresa.• Ofrecer un servicio de calidad a nuevos clientes• Disminución de competencia• Desarrollo de nuevos productos• Crecimiento del negocio
<p style="text-align: center;"><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de espacio físico• Falta de Publicidad• Falta de tecnología para la elaboración de los productos• Costos considerables de empaque• Falta de Proveedores	<p style="text-align: center;"><u>AMENAZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Aumento de precio de la materia prima• Ingreso al mercado de grandes competidores• Productos existente en la ciudad• Incumplimiento de entrega de materia prima por parte de los proveedores

Elaborado: por la autora.

4.2 Organización funcional de la empresa

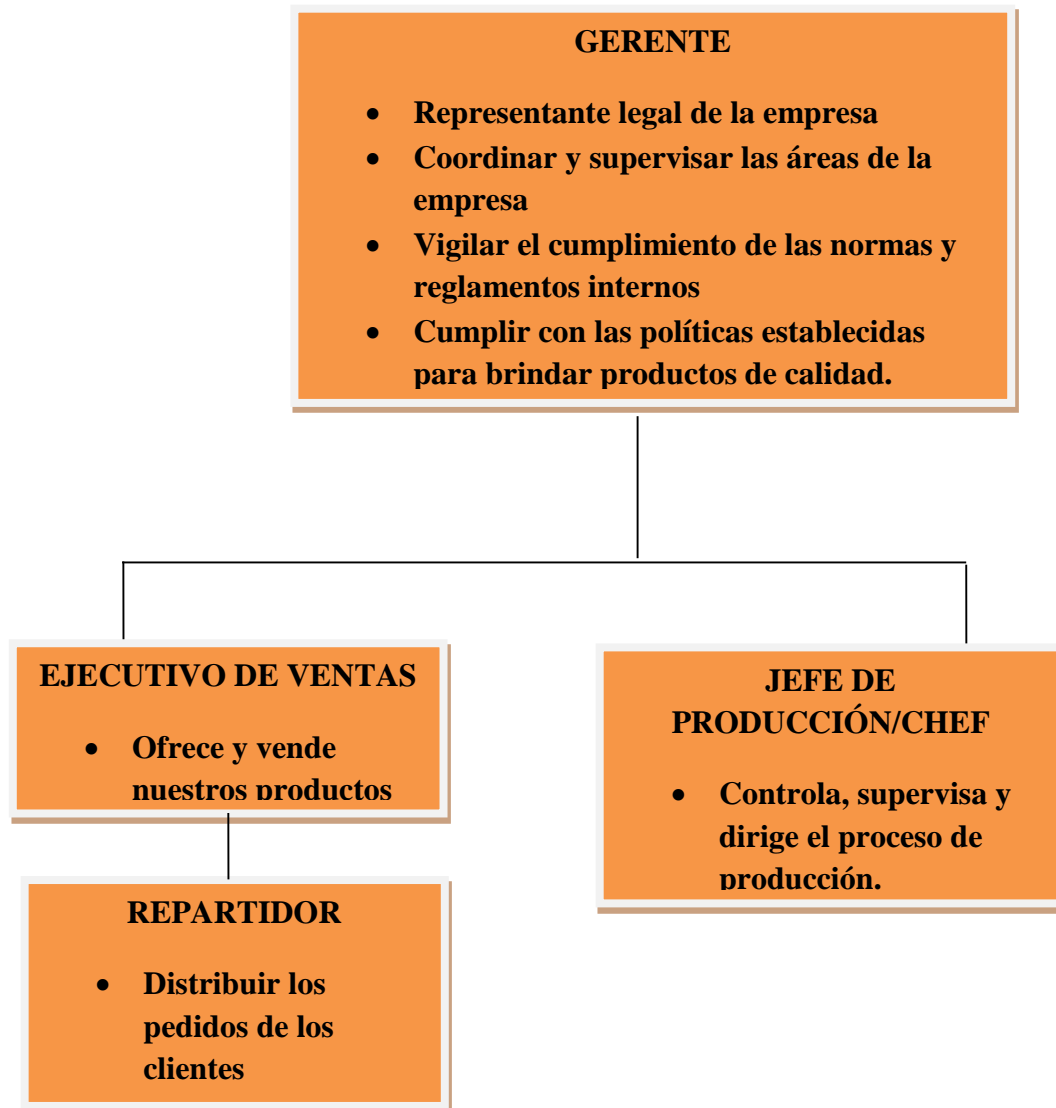
4.2.1 Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.

Organigrama estructural



Organigrama funcional

Cada puesto de trabajo que tiene nuestra empresa está destallado en funciones específicas con el objetivo de tener una organización y control de acuerdo a las actividades designadas al personal, con esto, podemos dar solución a problemas de los trabajadores y así crear un ambiente correcto de trabajo.



4.2.2 Descripción breve los cargos del organigrama.

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Gerente
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Ninguno
SUPERVISA A	Jefe de Producción
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Ser una guía o un líder que represente a la empresa y sus necesidades.	
III. FUNCIONES	
<p>Representante legal de la empresa</p> <p>Coordinar y supervisar las áreas de la empresa</p> <p>Establecer objetivos para cumplirlos a corto y largo plazo</p> <p>Toma de decisiones.</p> <p>Vigilar el cumplimiento de las normas y reglamentos internos</p> <p>Cumplir con las políticas establecidas para brindar productos de calidad.</p>	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Administración de empresas o afines
EXPERIENCIA	5años mínimo
HABILIDADES	Liderazgo, toma de decisiones, supervisión
FORMACIÓN	Universitaria

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Jefe de Producción/Chef
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	N/A
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
<p>Verificar el proceso de elaboración y el producto final. Se encarga de la adquisición de la materia prima y control de calidad del producto.</p>	
III. FUNCIONES	
<p>Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar los Recursos Humanos y materiales que posee la organización para lograr de manera efectiva y eficiente el cumplimiento de las tareas. Cumplir con las tareas específicas dadas a la Gerencia, por el Manual de Gestión de Calidad de la Empresa.</p>	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	N/A
EXPERIENCIA	2 años
HABILIDADES	pro actividad, don de mando, liderazgo
FORMACIÓN	Universitaria

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Ejecutivo de ventas
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Repartidor
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Es el encargado de conseguir clientes en el mercado apropiado para que nuestro producto sea adquirido para el consumo	
III. FUNCIONES	
Ofrece y vende nuestros productos al mercado	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Ingeniería en Marketing o afines
EXPERIENCIA	2 años
HABILIDADES	iniciativa, servicio al cliente, responsabilidad
FORMACIÓN	Universitaria

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Repartidor
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Es el encargado de hacer llegar al cliente los pedidos solicitados a tiempo.	
III. FUNCIONES	
Distribuir los pedidos en toda la ciudad.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Bachiller
EXPERIENCIA	2 años
HABILIDADES	agilidad, cordialidad, buen trato al cliente
FORMACIÓN	Secundaria

4.3 Control de gestión

4.3.1 Indicadores de Gestión

Cuadro N°26: Indicadores de Gestión

ÁREAS	INDICADORES
<u>COMERCIAL</u>	* Ventas mensuales * Calificación de clientes * Cartera * Satisfacción del consumidor
<u>PRODUCCIÓN</u>	* Tiempo efectivo de trabajo * Calidad de materia prima * Eficiencia en el uso de recursos * Control de calidad del producto
<u>DISTRIBUCIÓN</u>	*Tiempo despacho-recepción * Planificación de rutas de despacho *Manejo de Logística
<u>FINANCIERA</u>	*Control de activos y pasivos *Rentabilidad mensual *Costos y gastos de producción *Cumplimiento de presupuesto mensual

Elaborado por: la autora.

4.4 Necesidades de personal

4.4.1 Personal necesario en un horizonte de tres años.

Poniéndose una meta de producción y éxito, con una perspectiva de crecimiento de Lupy`s Delights es necesario un personal compuesto de 2 personas en el área de producción, empaque y despacho, haciendo referencia a la creación de una empresa similar cada año.

CAPÍTULO V

ÁREA JURÍDICO LEGAL

5.1 Determinación de la forma jurídica.

Lupy`s Delights al ser una pequeña industria se registrará bajo la forma de persona natural, debido al pequeño grupo de personas que la conforman y que posee un capital mínimo que cubre los requerimientos primordiales como son: RUC y los permiso de funcionamiento bajo los requerimientos de las autoridades competentes.

5.2 Patentes y Marcas

Para que Lupy`s Delight pueda iniciar sus actividades, debe realizar los siguientes trámites:

Requisitos para sacar el RUC para Personas Naturales

Cuadro N°27: Requisitos RUC personas naturales

Requisito	Presentación
Cédula de identidad o de ciudadanía.	Original
Certificado de votación del último proceso electoral	Original
Extranjeros pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.	Original Copia
Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.	Originales
Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente.	Original
Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o,	Original Copia
Contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.	Copia

Fuente: SRI Ecuador

Requisitos Para Obtención De Patente Por Primera Vez (Persona Natural)

- Formulario de solicitud inscripción en registro de patentes municipales
- Original y copia de la cédula de ciudadanía del contribuyente
- Original y copia legible del RUC. actualizado

Imagen N°13: Logotipo



Elaborado: por la autora.

5.3 Detalle de licencias y permisos de funcionamiento legales.

La LUAE (Licencia única de actividades económicas) es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)

- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento
- Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía.

Cuadro N°28: Requisitos Licencia Única Anual de Funcionamiento

Requisito	Presentación
Formulario único de solicitud de LUAE	Original
RUC	Copia
Cédula de identidad o ciudadanía del representante legal	Cédula
Papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones	Copia
Calificación artesanal de la Junta Nacional de la Defensa del Artesano o MIPRO (sólo para jurídicos)	N/A
En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo (sólo para artesanos)	Original
Para colocar rótulo: En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal. En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local. En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo	Original

Fuente: Municipio de Quito

CAPÍTULO VI
ÁREA FINANCIERA

6.1 Plan de inversiones.

Cuadro N°29: Inversión Fija

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)
Equipos de producción	785.00
Muebles y Enseres	320,00
Equipo de computación	448,33
Vehículo	14.000
Total	15553,33

Elaborado: por la autora.

Cuadro N°30: Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	TOTAL x 3 MESES (USD)
Materia prima	973,65
Mano de obra	1020
Gastos indirectos de fabricación	753
Total	2746,65

Elaborado: por la autora.

Cuadro N°31: Inversión total

Descripción	Total USD
Inversión fija	15553,33
Capital de trabajo	2746,65
Total inversión	18299,98

Elaborado por: la autora.

Cuadro N°32: Formas de financiamiento

Descripción	Total(USD)
Efectivo	2746,65
Bienes	15553,33

Elaborado por: la autora.

6.3 Calculo de Costos y Gastos

a) Detalle de Costos.

Cuadro N°33: Detalle de Costos

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Maíz	Quintal	6	15	90	1080
Mantequilla	Libra	24	2,2	52,8	633,6
Manteca de cerdo	Libra	22	2	44	528
Queso sin sal	Unidad	20	2,2	44	528
Sal	Libra	1	0,29	0,29	3,48
Azúcar	Libra	6,5	0,5	3,25	39
Royal	Onzas	18	0,13	2,34	28,08
Queso con sal	Unidad	7	2,2	15,4	184,8
Huevos	Unidad	280	0,12	33,6	403,2

Harina de maíz cruda	Libra	12	0,5	6	72
Harina flor	Libra	12	0,5	6	72
Pasas	Libra	3	1	3	36
Hojas de achira	paquete x100 unid	6	1	6	72
Arveja	Libra	2	2	4	48
Carne molida	Libra	3	1,5	4,5	54
pechuga de pollo	Libra	3	1,5	4,5	54
Aceite	Litro	1	1,1	1,1	13,2
Zanahorias	Libra	2	0,5	1	12
Cebolla paiteña	Libra	2	0,6	1,2	14,4
Perejil	Racimo	2	0,25	0,5	6
Pimiento	Libra	2	0,4	0,8	9,6
Condimentos	Onzas	2	0,6	1,2	14,4
maíz amarillo	Libra	14	0,5	7	84
Mano de obra	Día	30	11,33	340	4080
gas industrial	Unidad	1		22	264
Luz	quilovatio/hora	1250	0,02	25	300
Agua	Litro	112,5	0,16	18	216
Teléfono	Minuto	3000	0,01	30	360
Combustible Vehículo	Galón	30,7	1,3	40	480
Publicidad		n/a	n/a	60	720
Internet	Megas	n/a	n/a	20	240
cinta stretch	Unidad	1	16	16	192
plancha espuma Flex	Unida	200	0,1	20	240
TOTALES			172,23	747,14	8.964,48

Elaborado por: la autora.

b) Proyección de costos.

Cuadro N°34: Proyección de Costos.

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES				
Maíz	90		90	1080		92,90	1114,78		95,89	1150,67		98,98	1187,72		102,16	1225,97
Mantequilla	52,8		52,8	633,6		54,50	654,00		56,26	675,06		58,07	696,80		59,94	719,23
Manteca de cerdo	44		44	528		45,42	545,00		46,88	562,55		48,39	580,66		49,95	599,36
Queso sin sal	44		44	528		45,42	545,00		46,88	562,55		48,39	580,66		49,95	599,36
Sal	0,29		0,29	3,48		0,30	3,59		0,31	3,71		0,32	3,83		0,33	3,95
Azúcar	3,25		3,25	39		3,35	40,26		3,46	41,55		3,57	42,89		3,69	44,27
Royal	2,34		2,34	28,08		2,42	28,98		2,49	29,92		2,57	30,88		2,66	31,88
Queso con sal	15,4		15,4	184,8		15,90	190,75		16,41	196,89		16,94	203,23		17,48	209,78
Huevos	33,6		33,6	403,2		34,68	416,18		35,80	429,58		36,95	443,42		38,14	457,69
Harina de maíz cruda	6		6	72		6,19	74,32		6,39	76,71		6,60	79,18		6,81	81,73
Harina flor	6		6	72		6,19	74,32		6,39	76,71		6,60	79,18		6,81	81,73
Pasas	3		3	36		3,10	37,16		3,20	38,36		3,30	39,59		3,41	40,87
Hojas de achira	6		6	72		6,19	74,32		6,39	76,71		6,60	79,18		6,81	81,73
Chocolate en polvo	4		4	48		4,13	49,55		4,26	51,14		4,40	52,79		4,54	54,49
Fresas	4,5		4,5	54		4,64	55,74		4,79	57,53		4,95	59,39		5,11	61,30
pechuga de pollo	4,5		4,5	54		4,64	55,74		4,79	57,53		4,95	59,39		5,11	61,30

aceite	1,1		1,1	13,2		1,14	13,63		1,17	14,06		1,21	14,52		1,25	14,98
Zanahorias	1		1	12		1,03	12,39		1,07	12,79		1,10	13,20		1,14	13,62
Cebolla paiteña	1,2		1,2	14,4		1,24	14,86		1,28	15,34		1,32	15,84		1,36	16,35
Perejil	0,5		0,5	6		0,52	6,19		0,53	6,39		0,55	6,60		0,57	6,81
Pimiento	0,8		0,8	9,6		0,83	9,91		0,85	10,23		0,88	10,56		0,91	10,90
Condimentos	1,2		1,2	14,4		1,24	14,86		1,28	15,34		1,32	15,84		1,36	16,35
maíz amarillo	7		7	84		7,23	86,70		7,46	89,50		7,70	92,38		7,95	95,35
mano de obra	340	340		4080	350,95		4211,38	362,25		4346,98	373,91		4486,96	385,95		4631,44
gas industrial	22	22		264	22,71		272,50	23,44		281,28	24,19		290,33	24,97		299,68
Luz	25	25		300	25,81		309,66	26,64		319,63	27,49		329,92	28,38		340,55
Agua	18	18		216	18,58		222,96	19,18		230,13	19,80		237,54	20,43		245,19
Teléfono	30	30		360	30,97		371,59	31,96		383,56	32,99		395,91	34,05		408,66
Combustible Vehículo	40	40		480	41,29		495,46	42,62		511,41	43,99		527,88	45,41		544,87
Publicidad	60	60		720	61,93		743,18	63,93		767,11	65,98		791,82	68,11		817,31
Internet	20	20		240	20,64		247,73	21,31		255,70	21,99		263,94	22,70		272,44
cinta stretch	16	16		192	16,52		198,18	17,05		204,56	17,60		211,15	18,16		217,95
plancha espuma Flex	20	20		240	20,64		247,73	21,31		255,70	21,99		263,94	22,70		272,44
TOTAL				8965,68			11438,59			11806,92			12187,10			12579,52

Elaborado: por la autora.

c) Detalle de Gastos.

Cuadro N°35: Detalle de Gastos.

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
útiles de limpieza	Unidad	15,00	1	15,00	180,00
Luz	Kilovatio	25,00	1	25,00	300,00
Agua	Litro	18,00	1	18,00	216,00
Teléfono	Minutos	30,00	1	30,00	360,00
Internet	Megas	20,00	1	20,00	240,00
Impuestos	-	6,00	1	6,00	72,00
Útiles de oficina	Unidad	20,00	1	20,00	240,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		134,00		134,00	1608,00
GASTOS DE VENTAS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	-	60	1	60	720
Combustible	Galón	1,32	1	40	480
Mantenimiento de Vehículo	-	80	1	80	960
TOTAL GASTOS DE VENTAS		141,32		180	2160,00
<u>TOTAL DE GASTOS</u>					<u>3768,00</u>

Elaborado: por la autora.

d) Proyección de Gastos.

Cuadro N°36: Proyección de gastos

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	GASTOS		TOTAL AÑO 1	GASTOS		TOTAL AÑO 2	GASTOS		TOTAL AÑO 3	GASTOS		TOTAL AÑO 4	GASTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Útiles de limpieza	15		15	180		15,483	185,80		15,98	191,74		16,49	197,92		17,02	204,29
Luz	25	25		300	25,805		309,66	26,64		319,63	27,49		329,92	28,38		340,55
Agua	18	18		216	18,5796		222,96	19,18		230,13	19,80		237,54	20,43		245,19
Teléfono	30	30		360	30,966		371,59	31,96		383,56	32,99		395,91	34,05		408,66
Internet	20	20		240	20,644		247,73	21,31		255,70	21,99		263,94	22,70		272,44
Impuestos	6	6		72	6,1932		74,32	6,39		76,71	6,60		79,18	6,81		81,73
Útiles de Oficina	20		20	240		20,644	247,73		21,31	255,70		263,94	3167,26		263,97	3167,65
Publicidad	60		60	720		61,932	743,18		63,93	767,11		65,98	791,82		68,11	817,31
Combustible	40	40		480	41,288		495,46	42,62		511,41	43,99		527,88	45,41		544,87
Mant. Vehículo	80		80	960		81,6	979,20		84,23	1010,73		86,94	1043,28		89,74	1076,87
TOTAL				3768			3877,62			4002,44			7034,64			7159,56

Elaborado: por la autora.

Mano de Obra.

Cuadro N°37: Mano de Obra

ORD.	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
			SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL	
1	BASTIDAS GUADALUPE	Ejecutivo de Ventas / Repartidor	340	-	340	-	32,13	32,13	307,70
	PROVISIONES								
	PATRONAL 11,15%	SECAP 0,5%	IECE 0,5%	XIII	XVI	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL PROVIS.	COSTO MO.
	37,91	1,70	1,70	28,33	28,33	38,33	14,17	112,14	
					COSTO MENSUAL MANO DE OBRA				419,84

Elaborado: por la autora.

Depreciación.

Cuadro N°38: Depreciación.

DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles y enseres	10 años	320,00	10%	32,00
Equipo de Computación	3 años	448,33	33,33%	149,43
Equipo de Fabricación	10 años	580,00	10%	58,00
TOTAL		1.348,33		239,43

Elaborado: por la autora.

Cuadro N°39: Proyección de la Depreciación.

DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y enseres	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00
Equipo de Computación	149,43	149,43	149,43	0	0
Equipo de Fabricación	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00
TOTAL	239,43	239,43	239,43	90,00	90,00

Elaborado: por la autora.

6.2 Cálculo de Ingresos.

Cuadro N°40: Proyección de Ingresos.

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO POR UNIDAD	MARGEN DE UTILIDAD		UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA UNITARIO	INGRESOS MENSUALES
			%	\$			
Humitas de Sal rell. de Queso	unidad	0,61	31%	0,28	1000	0,89	890,6
Humitas de dulce con pasas.	unidad	0,61	31%	0,28	200	0,89	178,12
Quimbolito con pasas	unidad	0,61	24%	0,19	400	0,80	319,64
Tamal Lojano de Pollo	unidad	0,67	34%	0,34	100	1,01	100,5
Tamal Lojano de Carne	unidad	0,67	34%	0,34	100	1,01	100,5
TOTALES					1800		

Elaborado: por la autora.

Cuadro N°41: Proyección de gastos

PRODUCTOS	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 1	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 2	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 3	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 4	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 5
Humitas de Sal rell. de Queso	12000	0,89	10.687,20	12.386,40	0,92	11.386,54	12.785,24	0,95	12.131,64	13.196,93	0,98	12.925,49	13.621,87	1,01	13.771,29
Humitas de dulce con pasas.	2400	0,89	2.137,44	2.477,28	0,92	2.277,31	2.557,05	0,95	2.426,33	2.639,39	0,98	2.585,10	2.724,37	1,01	2.754,26
Quimbolito con pasas	4800	0,80	3.835,68	4.954,56	0,82	4.086,67	5.114,10	0,85	4.354,09	5.278,77	0,88	4.639,01	5.448,75	0,91	4.942,57
Tamal Lojano de Pollo	1200	1,01	1.206,00	1.238,64	1,04	1.284,92	1.278,52	1,07	1.369,00	1.319,69	1,11	1.458,58	1.362,19	1,14	1.554,03
Tamal Lojano de Carne	1200	1,01	1.206,00	1.238,64	1,04	1.284,92	1.278,52	1,07	1.369,00	1.319,69	1,11	1.458,58	1.362,19	1,14	1.554,03
TOTALES			19.072,32			20.320,35			21.650,05			23.066,76			24.576,18

Elaborado: por la autora.

6.3 Punto de Equilibrio

Cuadro N°42: Cálculo precio promedio de los productos.

Descripción	Precio unitario	% de participación De ventas	Participación al precio promedio
Humitas de Sal rell. de Queso	\$0,90	33,33%	\$0,30
Humitas de dulce con pasas.	\$0,80	19,05%	\$0,15
Quimbolito con pasas	\$0,90	28,57%	\$0,26
Tamal Lojano de Pollo	\$1,10	9,52%	\$0,10
Tamal Lojano de Carne	\$1,10	9,52%	\$0,10
	Precio Promedio	100%	\$0,92

Elaborado: por la autora.

Cuadro N°43: Cálculo costo variable promedio general

Descripción	costo variable	% de participación	Participación al costo promedio
Humitas de Sal rell. de Queso	\$0,17	33,33%	\$0,06
Humitas de dulce con pasas.	\$0,17	19,05%	\$0,03
Quimbolito con pasas	\$0,14	28,57%	\$0,04
Tamal Lojano de Pollo	\$0,27	9,52%	\$0,03
Tamal Lojano de Carne	\$0,27	9,52%	\$0,03
	Costo variable promedio	100%	\$0,18

Elaborado: por la autora.

Aplicamos la siguiente formula

$$PE = \frac{CF}{P - CV}$$

Donde:

CF= Costo fijo

P= Precio promedio

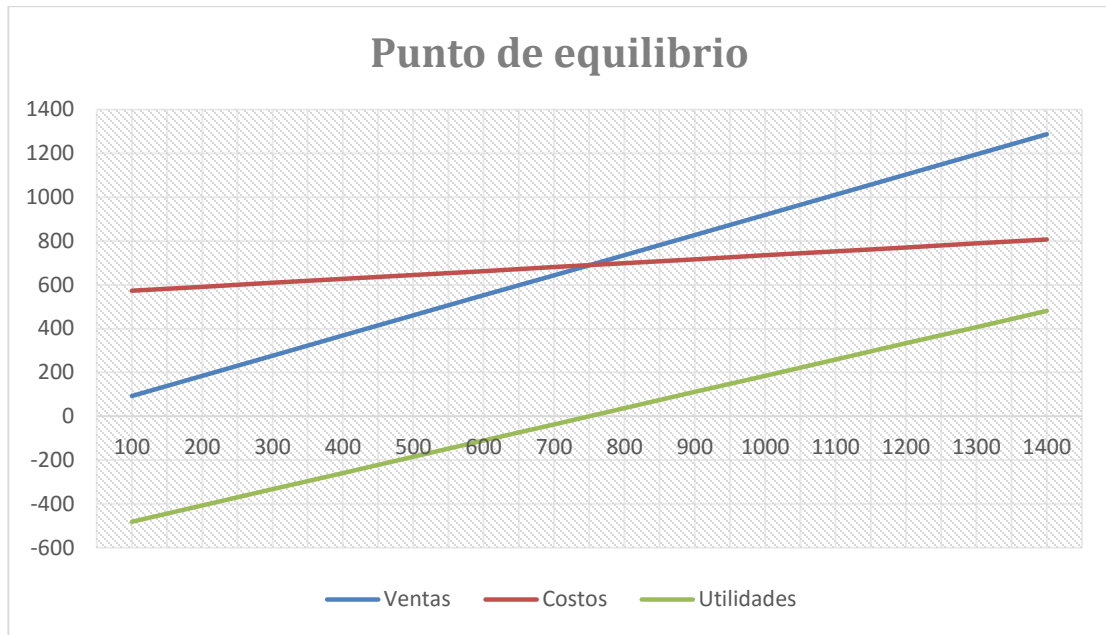
CV= Costo Variable promedio

Costo fijo	555
Precio	0,92
Costos Variables	0,18
P.E.	750,00

Explicación: En la tabulación de datos se tiene entendido que con la venta de 100 unidades nuestras utilidades son negativas, pero cuando llegamos a las 750 unidades que esta entre 700 y 800 según la tabulación habremos alcanzado el punto de equilibrio es decir empezaremos a generar utilidades.

Unidades	Ventas	Costos	Utilidades
100	92	573	-481
200	184	591	-407
300	276	609	-333
400	368	627	-259
500	460	645	-185
600	552	663	-111
700	644	681	-37
800	736	699	37
900	828	717	111
1000	920	735	185
1100	1012	753	259
1200	1104	771	333
1300	1196	789	407

Gráfico N°5: Punto de equilibrio gráfico



Elaborado: por la autora.

Conclusión:

Se necesitan al menos 750 unidades para alcanzar el punto de equilibrio.

6.4 Estado de Resultados Proyectado

Cuadro N°44: Estado de Resultados Proyectado.

DESCRIPCIÓN		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingreso por ventas	19.072,32	20.320,35	21.650,05	23.066,76	24.576,18
(-)	costos	4134,30	4259,43	4388,87	4373,05	4510,96
(=)	utilidad bruta en ventas	14.938,02	16.060,92	17.261,18	18.693,71	20.065,22
(-)	gastos de ventas	2.160,00	2.229,55	2.301,34	2.375,45	2.451,94
(=)	utilidad neta en ventas	12.778,02	13.831,37	14.959,84	16.318,26	17.613,28
(-)	gastos administrativos	1.608,00	1.659,78	1.713,22	1.768,39	1.825,33
(=)	utilidad operacional	11.170,02	12.171,59	13.246,61	14.549,87	15.787,95
(-)	gastos financieros	-	-	-	-	-
(+)	otros ingresos	-	-	-	-	-
(-)	otros egresos	4080	4211,38	4346,98	4486,93	4631,44
(=)	utilidad antes de participaciones	7.090,02	7.960,21	8.899,63	10.062,94	11.156,51
(-)	15% participación trabajadores	-	-	-	-	-
(=)	utilidad antes de impuestos	-	-	-	-	-
(-)	impuesto a la renta	72	74,32	76,71	79,18	81,73
(=)	UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	7.018,02	7.885,89	8.822,92	9.983,76	11.074,78
	Gastos de depreciación	239,43	239,43	239,43	90	90
	FLUJO DE CAJA	7.257,45	8.125,32	9.062,35	10.073,76	11.164,78

Elaborado: por la autora.

6.5 Evaluación Financiera

a) Indicadores.

a.1) Valor actual neto

<u>Flujo de ingresos</u>		<u>Flujo de egresos</u>		<u>Flujo neto efectivo</u>	
	A		B		A-B
Año	Valor	Año	Valor	Año	Valor
1	19072,32	1	12054,03	1	7018,29
	20320,35		12434,46		7885,89
2		2		2	
	21650,05		12827,13		8822,92
3		3		3	
	23066,76		13083,00		9983,76
4		4		4	
	24576,18		13501,40		11074,78
5		5		5	
	108685,66		63900,01		44785,65
Total		Total		Total	

Formulación de datos	
Año 1=	7018,29
Año 2=	7885,89
Año 3=	8822,92
Año 4=	9983,76
Año 5=	11074,78
No. Años=	5 años
Tasa de descuento=	10%
Inversión Inicial=	15553,33

Formula VAN:

$$VAN = \frac{f1}{(1+i)^{n1}} + \frac{f2}{(1+i)^{n2}} + \frac{f3}{(1+i)^{n3}} + \frac{f4}{(1+i)^{n4}} + \frac{f5}{(1+i)^{n5}} - I_0$$

Donde:

f1= Flujo de cada periodo

i= Tasa de descuento

n= Numero de periodo

Io= inversión inicial

La tasa de descuento es generalmente utilizada por criterio propio. Para este caso se utilizó la tasa de interés pasiva del Banco Central a Abril 2016 que está al 5.86%. Y adicionó mi riesgo personal que lo sumo para llegar al 10%.

VAN=	\$17.668,61
------	-------------

El Valor Actual Neto del proyecto es de \$17.668,61, teniendo un beneficio mayor a cero, donde se determina que el proyecto es viable.

a.2) Tasa interna de retorno

Formula:

$$0 = \frac{f1}{(1 + i)^{n1}}$$

Para calcular el TIR se asigna valores arbitrarios al interés en forma de prueba y error hasta que el resultado sea 0.

TIR=	45%
------	-----

La Tasa Interna de Retorno para este proyecto es el 45%, es decir, el proyecto se considera rentable ya que este porcentaje puede interpretarse como la tasa de interés máxima a la que es posible adquirir una deuda, sin que se genere ninguna clase de pérdida económica.

a.3) Beneficio Costo B/C

$$B/C = \frac{\text{Total flujo de ingresos}}{\text{Total flujo de egresos}}$$

$$B/C = \frac{108685,66}{63900,01}$$

$$B/C = 1,70$$

El proyecto debe ser considerado ya que por cada \$1.00 que invertimos en la empresa, tenemos el \$0.70 de beneficio.

a.4) Periodo de Recuperación.

	Flujo anual	Flujo acumulado
Año 1	7497,15	7497,15
Año 2	8364,75	15861,9
Año 3	9301,78	25163,68

Inversión inicial: \$15553,33

Flujo año 2: \$8364,75 / 12 = \$697,06 mensuales

Tiempo de recuperación año 2: \$7497,15 / 697,06 = 10,7 meses

CONCLUSIÓN: Se recuperará la inversión en 1 año, 10 meses.

b) Razones.

Lupy's Delight Balance General Analítico Acumulado al 31 de Diciembre del 2014			
<u>ACTIVO</u>	9856,92	<u>PASIVO</u>	92,25
Activo Corriente	8543,02	Pasivo Corriente	92,25
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	7257,45	Ctas. y documentos por pagar	48,00
Caja	50,00	Locales (com. y man.)	48,00
Banco Pichincha	7207,45		
		Otras obligaciones corrientes	44,25
Activos Financieros	450,00	Con la Administración	
Doc. y Cuentas por cobrar	450,00	Tributaria (RISE)	6,00
		Con el Iess	38,25
Inventarios	763,57		
Inventario de Productos Terminados	763,57	<u>CAPITAL</u>	9764,67
		Capital de Trabajo	2746,65
Activos por impuestos corr.	72,00	Resultado del Ejercicio	7018,02
Impuesto a la Renta	72,00	Utilidad del Ejercicio	7018,02
Activo No Corriente	1313,90	PASIVO + PATRIMONIO	9856,92
Propiedades, Planta y Equipo	1313,90		
Muebles y Enseres	320,00		
Equipo de Producción	785,00		
Equipo de Computación	448,33		
(-) Depreciación Acumulada	239,43		

Elaborado: por la autora.

b.1) Liquidez.

Se establece el cociente entre el total del Activo Corriente y el total del Pasivo Corriente:

$$\text{RAZÓN CORRIENTE} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

$$\text{RAZÓN CORRIENTE} = 8543,02 / 92,25$$

$$\text{RAZÓN CORRIENTE} = \mathbf{92.6}$$

Se interpreta que por cada dólar que la empresa tiene en deudas en el corto plazo, va a disponer de \$92.6 para pagarlo.

b.2) Rentabilidad.

$$\text{RENTABILIDAD} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{CAPITAL O PATRIMONIO}} = \%$$

$$\text{RENTABILIDAD} = \frac{5893.32}{9764,67}$$

$$\text{RENTABILIDAD} = \mathbf{60.35\%}$$

Como podemos apreciar mediante este índice financiero la utilidad del proyecto es del 60,35% gracias a que el capital del negocio era propio y los gastos eran mínimos.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones.

- El estudio de mercado determino la existencia de una necesidad en la Parroquia de Calderón en la elaboración y comercialización de comida tradicional ecuatoriana como lo son: humitas de sal, humitas de dulce, quimbolitos, tamales de carne y pollo, con las respuestas positivas obtenidas es factible la creación de una microempresa para satisfacer la demanda de los consumidores con el valor agregado del mismo como lo es el sistema de reparto a domicilio.
- Mediante el respectivo análisis de aceptación de los productos expuestos, se logró determinar que el quimbolito de fresa, quimbolito de chocolate y tamal de camarón no tuvieron aceptación entre los encuestados, con este resultado se concluyó en la eliminación de estos productos en la producción establecida del negocio.
- En el plan de negocio se demostró que es necesario atender un 13% de la demanda insatisfecha, es decir una producción mensual de 1800 unidades mensuales para cumplir con los objetivos iniciales del negocio.
- El estudio financiero del negocio demostró que el proyecto es rentable ya que recuperaremos la inversión a corto plazo, obteniendo además un beneficio considerable por cada dólar invertido.

7.2 Recomendaciones.

- Ejecutar el proyecto para cubrir la necesidad del cliente y obtener una respuesta positiva en la demanda insatisfecha.
- Eliminar los productos que no tengan rotación.
- Para que la empresa siga creciendo, y esté posicionada en el mercado, se elaborará nuevos productos en base al maíz.
- Luego de 5 años la empresa comercializará sus productos a nivel nacional.

BIBLIOGRAFÍA.

- AMADOR, J. (2012). Manuales Administrativos, disponible en www.elprisma.com
- BACA, URBINA GABRIEL (2012), Formulación y Evaluación de Proyectos Informáticos, primera edición. McGraw Hill
- FERNÁNDEZ, AVELLA, (2012) Estrategias de producción. McGraw Hill
- GALINDO, M. (2011). Fundamentos de Administración, Casos y Prácticas Segunda Edición. Editorial Trillas. México.
- GARCÍA CASA NUEVA. (2015). Gestión de Empresas. Enfoques y Técnicas en la Práctica Ediciones Pirámides. Madrid - España.
- KOONTZ, H-WEIHRICH, H. (2014). Administración: Una Perspectiva Global, McGraw Hill, México.
- Municipio de Quito (2015). Requisitos para el Luae obtenido de: <http://www.QUITO.GOB.EC>
- ROBBINS, S., & DE CENZO, D. (2012). Fundamentos de administración: Conceptos esenciales y aplicaciones. México: Pearson Educación
- SAPAG, N. (2012). Proyectos de inversión, formulación y evaluación. Primera Edición. México: Pearson Educación de México S.A
- Servicio de Rentas Internas (2015). Requisitos impuesto RISE, obtenido de <http://www.sri.gob.ec>
- Superintendencia de Compañías (2014). Requisitos para la constitución de Compañías Obtenido de: <https://www.supercias.gob.ec>
- VERA D. (2010). Resultados Censo 2010, obtenido de: www.ecuadorencifras.gob.ec/

