



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y
DERECHO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA-CPA

EMPRENDIMIENTO

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DE QUESADILLAS MULTISABORES EN EL CANTÓN MILAGRO

Autores:

Srta. Carlina Corayma Villalva Yance
Srta. Alexandra Victoria Guallasaca Mosquera

Tutor:

Phd. Erika Jadira Romero Cardenas

Milagro, Octubre 2019

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

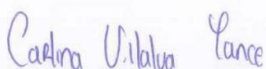
Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, Villalva Yance Carlina Corayma en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Emprendimiento, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 28 de Octubre de 2019



Villalva Yance Carlina Corayma
Autor 1
C.I: 0942285214

DERECHOS DE AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, Guailasaca Mosquera Alexandra Victoria en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Emprendimiento , de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 28 de Octubre de 2019

Alexandra Guailasaca

Guailasaca Mosquera Alexandra Victoria
Autor 2
C.I: 0928543834

APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO

APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO

Yo, PhD. Erika Jadira Romero Cardenas en mi calidad de tutor del Emprendimiento, elaborado por los estudiantes Villalva Yance Carlina Corayma y Guailasaca Mosquera Alexandra Victoria , cuyo tema de trabajo de Titulación es Plan de Negocio para la creación de una Microempresa de Quesadillas Multisabores en el Cantón Milagro , que aporta a la Línea de Investigación Emprendimiento previo a la obtención del Grado Ingeniero En Contaduría Pública Y Auditoría-CPA ; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 28 de Octubre de 2019



PhD. Erika Jadira Romero Cárdenas
Tutor
C.I: 0916577067

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. Erika Jadira Romero Cárdenas

MAE. Medina Hinojosa Deysi Janet

MAE. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA EN CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA-CPA presentado por la estudiante Villalva Yance Carlina Corayma

Con el tema de trabajo de Titulación: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE QUESADILLAS MULTISABORES EN EL CANTÓN MILAGRO** .



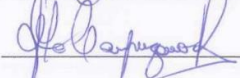
Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

Estructura	[70]
Defensa oral	[30]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADA

Fecha: 31 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Phd. Erika Jadira Romero Cárdenas	
Secretario (a)	MAE. Medina Hinojosa Deysi Janet	
Integrante	MAE. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. Erika Jadira Romero Cárdenas

MAE. Medina Hinojosa Deysi Janet

MAE. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA-CPA presentado por la estudiante Alexandra Victoria Guailasaca Mosquera

Con el tema de trabajo de Titulación: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE QUESADILLAS MULTISABORES EN EL CANTÓN MILAGRO**.



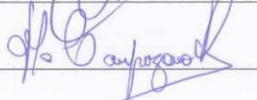
Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

Estructura	[40]
Defensa oral	[30]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADA

Fecha: 31 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Phd. Erika Jadira Romero Cárdenas	
Secretario (a)	MAE. Medina Hinojosa Deysi Janet	
Integrante	MAE. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora	

DEDICATORIA

A Dios por darme vida, salud y sabiduría a lo largo del estudio.

A mi Mami Maria Mosquera y Mami Rosa Mosquera por ser el pilar más importante en mi vida por el apoyo incondicional, sus enseñanzas y su infinito amor.

A mi Familia que sin ellos no hubiera logrado esta meta en mi vida, gracias por estar siempre a mi lado por el apoyo moral y el entusiasmo que me brindaron para seguir adelante, a Ti por escucharme y compartir tus experiencias, conocimientos y consejos.

Alexandra Guailasaca Mosquera

A mi Mamá por su apoyo incondicional desde que empezó esta hermosa travesía, por haberme forjado para ser la persona que soy hoy en día, muchos de mis logros se los debo a ella entre los que se incluye este, a mi abuelita puesto a que gracias a su carácter sentó en mi las bases de responsabilidad y deseos de superación, va dedicado también a mis sobrinas Nicolle y Ahinoa por ser ellas las causantes de que cada decisión que tomo en mi vida sea con la mayor precaución, a Tayron Mite por su ayuda absoluta en cada etapa de este proceso.

Calina Villalva Yance

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme fuerza así superar los obstáculos en el largo camino de mis estudios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera.

A mis Madres que con sus demostraciones me enseñaron a no flaquear ni rendirme y constantemente perseverar.

A mis hermanos por el apoyo fundamental ya que con sus ejemplos y consejos me encaminaron a seguir con mis estudios.

Alexandra Guailasaca

A Dios por su infinita misericordia.

Doy gracias a mi motor Juana Yance por todo su esfuerzo impresionante y su amor invaluable, a Tayron Mite por su paciencia, ayuda, y comprensión, a mi hermana por su apoyo en cada momento importante en mi vida a lo más bonitos del hogar muchas gracias por sus demostraciones de amor, las amo.

Han sido muchas las personas que fueron parte de esta etapa en mi vida entre ellos mis formadores en estos cinco años de estudio a los cuales agradezco por sus enseñanzas y experiencias, a mis compañeros de clase por los buenos momentos compartidos y a los amigos que me regaló la universidad.

Carlina Villalva Yance

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR	II
DERECHOS DE AUTOR	III
APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	V
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	X
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	4
1. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	7
2. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS.....	22
6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	28
3. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL	32
6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO	35
7. ESTUDIO FINANCIERO	40
CONCLUSIONES	45
RECOMENDACIONES.....	46
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1 Análisis FODA.....	5
Gráfico 2 Análisis de las Fuerzas de Porter	9
Gráfico 3 Encuesta Sexo	10
Gráfico 4 Encuesta	11
Gráfico 5 Encuesta	11
Gráfico 6 Encuesta	12
Gráfico 7 Encuesta	13
Gráfico 8 Encuesta	14
Gráfico 9 Encuesta	15
Gráfico 10 Encuesta	15
Gráfico 11 Encuesta.....	16
Gráfico 12 Encuesta.....	17
Gráfico 13 Logo.....	19
Gráfico 14 Proceso del Canal de Distribución.....	20
Gráfico 15 Proceso del Canal de Comunicación.....	21
Gráfico 16 Proceso de Elaboración de Quesadillas Gráfico 17 Proceso de Relleno de Quesadillas	22
<i>Gráfico 18 Entrada del Local D' Brunette Quesadillas</i>	<i>24</i>
Gráfico 19 Espacio para Clientes D' Brunette Quesadillas.....	24
Gráfico 20 Mostrador D' Brunette Quesadillas	24
Gráfico 21 Entrada a la Cocina y Gerencia D' Brunette Quesadillas	25
Gráfico 22 Cocina D' Brunette Quesadillas	25
Gráfico 23 Localización Macro	26
Gráfico 24 Localización Micro	27
Gráfico 25 Estructura Organizacional.....	28

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Matriz FA-FO-DO-DA.....	6
Tabla 2	Descripción de la oferta	8
Tabla 3	Encuesta	10
Tabla 4	Encuesta	10
Tabla 5	Encuesta	11
Tabla 6	Encuesta	12
Tabla 7	Encuesta	12
Tabla 8	Encuesta	13
Tabla 9	Encuesta	14
Tabla 10	Encuesta	15
Tabla 11	Encuesta	16
Tabla 12	Encuesta	17
Tabla 13	Análisis de Marketing Mix.....	18
Tabla 14	Gastos de Publicidad.....	19
Tabla 15	Materia Prima a Utilizarse	23
Tabla 16	Maquinaria y Equipo a Utilizarse Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera.....	26
Tabla 17	Proceso Administrativo.....	30
Tabla 18	Equipos y Maquinarias para el Personal Administrativo	31
Tabla 19	Equipos y Maquinaria para el Personal Administrativo	31
Tabla 20	Control Ambiental	34
Tabla 21	Inversiones del Proyecto	35
Tabla 22	Tabla de Amortización	36
Tabla 23	Proyección de Ingresos	37
Tabla 24	Materia Prima	38
Tabla 25	Proyección de Ingresos	39
Tabla 26	Estado de Situación Financiera.....	40
Tabla 27	Estados Financieros Proyectados	41
Tabla 28	Estado de resultado Proyectado	42
Tabla 29	Flujo de Caja	43
Tabla 30	Análisis de la Rentabilidad	44
Tabla 31	ROE – ROA - ROS	44
Tabla 32	Análisis de sensibilidad	44

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE QUESADILLAS MULTISABORES EN EL CANTÓN MILAGRO

RESUMEN

En la actualidad dentro del Cantón Milagro comúnmente se encuentra panaderías con variedad de productos en diferentes presentaciones, pero cabe recalcar que pese a ser de varias formas, tamaño en su mayoría todas son del sabor tradicional que es la vainilla mas no se cuenta con sabores como Whisky, cerveza, oreo, que contengan frutos secos, por eso se lanza al mercado la microempresa D´ Brunette Quesadillas donde su objetivo es producir y comercializar un producto con variedad de sabores, el cual permita diferenciarse de la competencia naciendo las quesadillas de diferentes sabores teniendo mayor demanda la que contiene chispas de chocolate al igual que la de oreo y coco que tienen el mismo nivel de aceptación, esto se da puesto a que el mercado no se enfoca en el límite de edad, todo esto se llevara a cabo mediante el financiamiento bancario estimado en \$15.204,18 centavos, mismo que será liquido en el tercer año, se consideró el incremento de las ventas en 5% donde se refleja que el emprendimiento es un negocio sostenible.

PALABRAS CLAVE: Sabores, variedad, calidad.

BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A MICRO-ENTERPRISE OF MULTISABORAL QUESADILLAS IN THE MILAGRO CANTÓN

ABSTRACT

Currently in the Miracle Canton there are commonly bakeries with a variety of products in different presentations, but it should be noted that despite being in various ways, mostly they are all of the traditional flavor that is vanilla but there are no flavors such as Whiskey, beer, Oreo, containing nuts, that's why the D' Brunette Quesadillas microenterprise is launched to the market where its objective is to produce and market a product with a variety of flavors, which allows differentiating from the competition by creating quesadillas of different flavors having greater demand for the one that contains chocolate chips as well as the one for Oreo and coconut that have the same level of acceptance, this is because the market does not focus on the age limit, all this will be carried out through the Bank financing estimated at \$ 15,204.18 cents, which will be liquid in the third year, the increase in sales was considered in 5% where It reflects that entrepreneurship is a sustainable business.

KEY WORDS: Flavors, variety, quality.

INTRODUCCIÓN

Las primeras quesadillas del Ecuador fueron elaboradas en San Juan de Quito, lugar donde una familia vio la oportunidad de superación económica sin imaginar que esta idea se convertiría en un emprendimiento, que no solo fue su estilo de vida si no también se convirtió en una tradición la elaboración de este producto que con el tiempo se fue dando a conocer en las distintas partes del país

Actualmente en Milagro se han elaborado las tradicionales quesadillas en varias de las panaderías ubicadas en el Cantón, cada una de ellas le han dado un toque diferente ya sea en sabor, tamaño y textura, así tener variedad de producto y acogida al cliente, pero dentro de la localidad no existe un lugar que se enfoque únicamente en la comercialización de quesadillas

La comercialización de quesadillas capto su mercado por ser un producto diferente, pero el cliente siempre busca variedad debido a que solo conocen la quesadilla de vainilla es por eso que nace la idea de crear una nueva línea de quesadillas logrando de esta manera cubrir la necesidad de las personas en probar algo distinto.

La microempresa D' Brunette Quesadillas creará novedosas líneas de quesadillas en las cuales se encuentra la línea saludable que esta direccionada a aquellas personas que por temas de salud se limitan en consumir un dulce, la línea infantil para satisfacer los gustos de los más pequeños del hogar y la línea con un grado de alcohol para los más grandes que deseen cambiar el complemento para sus fiestas.

CAPÍTULO 1

1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

1.1. Descripción del negocio

D' Brunette Quesadillas es una microempresa enfocada a la producción y comercialización de quesadillas en diferentes líneas haciendo de lo tradicional un producto diferente al de la competencia, donde en conjunto de la creatividad e innovación se realiza una serie de cambios en la materia prima que se utiliza en el mismo al momento de su elaboración.

Presenta cambios tales como:

- **Quesadillas Saludables:** Son elaboradas de productos que contienen proteínas como, café, semillas de chía, frutos secos (almendras, nueces), ciruela pasa.
- **Quesadillas de Licores:** Ron, Whisky, cerveza.
- **Quesadillas Infantiles:** Como materia prima para la elaboración de aquellas se tiene el coco, vainilla, chocolate, oreo, vainilla con chispas de chocolate.

1.2. Misión

Somos una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de quesadillas en variedad de sabores, con el fin consentir los gustos y necesidades de los más pequeños hasta el más grande del hogar, mismo que considera el estándar de calidad requerido.

1.3. Visión

Ser una empresa líder en la elaboración de distintas líneas de quesadillas logrando expandir nuestro producto en todos los mercados a nivel nacional.

1.4. Objetivo General

Producir y comercializar una nueva línea de quesadillas incorporando la creatividad en cada uno de sus procesos de manera que brinde la posibilidad a los propietarios de generar ingresos

1.5. Objetivos Específicos

- Elaborar productos con variedad de sabores.
- Identificar cual es la línea de mayor tendencia en aceptación
- Análisis económico y financiero de la producción de las quesadillas.
- Establecer estrategias de mercado para incrementar los niveles de ventas.
- Realizar un estudio situacional de la empresa.

1.6. FODA



Gráfico 1 Análisis FODA

Elaborado por: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

1.7 Matriz FA-FO-DO-DA

<p style="text-align: center;">MATRÍZ</p> <p style="text-align: center;">FOFA – DODA</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio al cliente 2. Personal capacitado 3. Variedad de sabores 4. Publicidad 5. Precios accesibles 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ser nuevos en el mercado 2. Bajos recursos financieros 3. No contar con una cartera de clientes
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevos nichos de mercado 2. Nueva tecnología 3. Maquinaria 4. Ferias artesanales 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FO</p> <p>(10-3F) Considerar un sabor nuevo enfocado en los gustos y preferencias del mercado a expandirse</p> <p>(20-2F) Implementar un software de capacitación al personal que permita su desarrollo laboral</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DO</p> <p>(04-D1) Promocionar los productos mediante ferias(Stand) con la finalidad de obtener mayor conocimiento de la marca</p> <p>(04-D3) Solicitar información de los asistentes (correo, número de celular) que permita tener comunicación directa con los mismos</p>
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de costos en la materia prima 2. Competencia 3. Inseguridad social 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FA</p> <p>(A2-F3) Contar con variedad de sabores diferentes al del mercado local</p> <p>(A3-F2) Brindar capacitación en relación del riesgo laboral y social de manera que el personal se sienta apto ante casos fortuitos</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DA</p> <p>(A2-D1) Aplicar estrategias de marketing que permitan la comercialización del producto y fidelización del cliente</p> <p>(A1-D2) Aprobación de crédito bancario que beneficie la inversión sin afectar la rentabilidad</p>

Tabla 1 Matriz FA-FO-DO-DA

Elaborado por: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

CAPÍTULO 2

1. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

1.1. Análisis del mercado

Con el estudio de mercado se determinará la oferta y demanda con el uso de una política adecuada en el precio de las quesadillas, por lo que se espera una buena acogida del consumidor, analizando una estrategia apropiada para la comercialización del producto confirmando la probabilidad cercana a la acción y saber la hospitalidad que se tendrá en el mercado.

D' Brunette Quesadillas se encuentra dentro del mercado de consumo de alimentos perecibles, debido a que es un producto que debe ser consumido hasta tres días luego de su elaboración siendo en la vida de cada persona una satisfacción única ante la necesidad de probar una quesadilla con un toque diferente y para todos los gustos.

1.2. Mercado de la demanda

En el segmento de mercado se reconoce que los consumidores actualmente son más exigentes y difíciles puesto a que no se deciden con facilidad, y los clientes que van en busca de un producto diferente que deleiten los paladares de los mismos con una agradable sensación de textura y variedad de sabores.

El mercado al cual se dirige la microempresa es directamente a las personas mayores porque al consumir el producto repercute a los más pequeños, además para los que tengan una vida laboral activa es decir en una entidad ya sea pública o privada pero que el entorno les permita deleitar el producto en una media tardes o una mañana entre compañeros, es decir que es puede ser consumido por las personas indistintamente su edad o clase.

D' Brunette Quesadillas es la primera microempresa en ofrecer variedad de sabores en la línea de producción de quesadilla la misma que cumple con aquellas exigencias que el consumidor o cliente solicita.

Existe un mercado de consumo de preferencia los clientes solo conocen la quesadilla de vainilla debido a que es la tradicional desde la existencia de las misma, ya que su sabor y textura es delicada; seguida de la quesadilla de ron que ha tenido una acogida favorable debido a la mayor parte de nuestros demandantes son personas adultas, misma que se comprueba mediante encuesta que se realiza en la investigación de mercado.

D' Brunette Quesadillas se encuentra ubicado en la Cantón de Milagro provincia del Guayas en la ciudadela Villas IESS la cual abarca a la ciudadanía en forma general porque las

quesadillas son un producto que pueden ser consumidas entre comidas o como un piqueo por las tardes para adultos y niños, de esta manera se desea llegar a abarcar el mercado de la Ciudad de Guayaquil.

La microempresa oferta variedad en sabores de quesadillas entre ellos tenemos:

LÍNEAS DE QUESADILLAS	SABORES
SALUDABLES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Avena ➤ Ciruela Pasa ➤ Chía ➤ Almendra ➤ Nuez ➤ Naranja ➤ Limón ➤ Café ➤ Vainilla
INFANTILES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Oreo ➤ Marmoleada ➤ Chispas de chocolate ➤ Coco ➤ Grageas ➤ Chocolate
LICORES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ron ➤ Cerveza ➤ Whisky ➤ Vino

Tabla 2 Descripción de la oferta

Elaborado por: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

Análisis de las Fuerzas de Porter

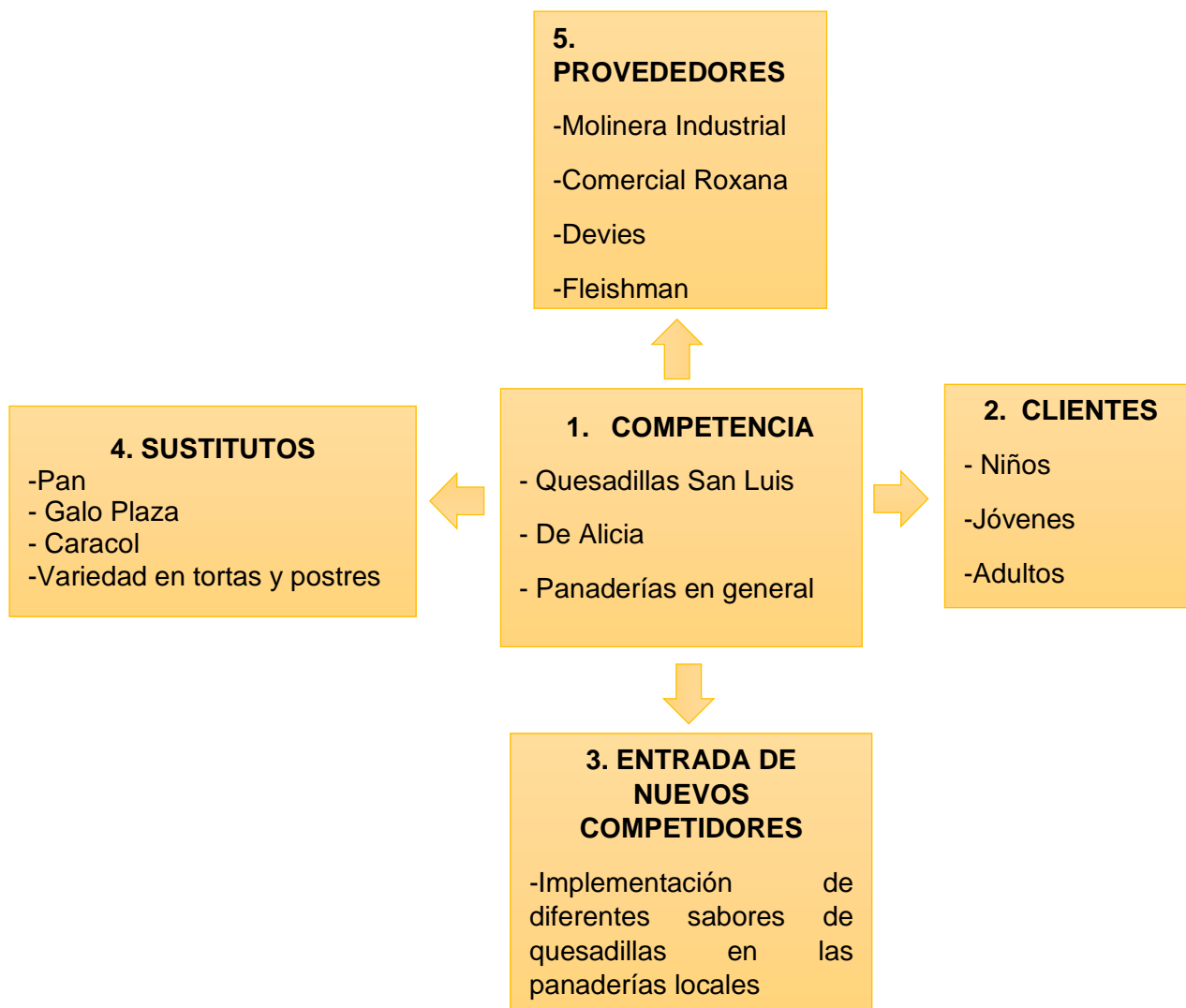


Gráfico 2 Análisis de las Fuerzas de Porter

Fuente: (Estrategias Competitivas, 2008)

Elaborado por: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guillasaca Mosquera

1.3. Investigación de Mercado

D' Brunette Quesadillas está ubicado en el Cantón de Milagro perteneciente a la provincia del guayas tiene 166.634 habitantes de los cuales el 25.0% de la población es comercial el 24,2% pertenece al área agrícola y el 50.9% está entre industrias manufactureras,

construcción, transporte y otros según el censo (INEC, 2010) por lo tanto nuestra microempresa busca llegar a ese mercado potencial.

Se definirá con la recopilación y análisis de datos basada en el medio que se utiliza a nivel de investigación de mercado denominada encuesta, de manera que se estratificará la muestra aplicando la encuesta a un número determinado de 333 habitantes del Cantón de Milagro para conocer sus preferencias y gustos relacionados con las quesadillas.

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LA CIUDADANÍA DEL CANTÓN MILAGRO

Sexo

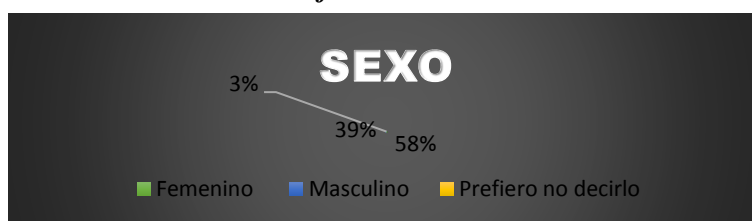
Tabla 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Femenino	194	58,08
Masculino	129	38,62
Prefiero no decirlo	11	3,29
Total	334	100,00

Fuente: Ciudadanía del Cantón Milagro

Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

Gráfico 3



Edad

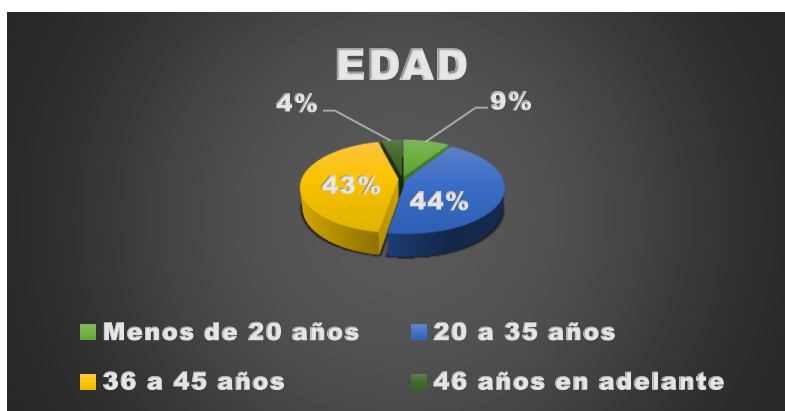
Tabla 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 20 años	47	9,1
20 a 35 años	225	43,5
36 a 45 años	224	43,3
46 años en adelante	21	4,1
Total	517	100,0

Fuente: Ciudadanía del Cantón Milagro

Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

Gráfico 4



Pregunta 1

1. ¿Son preferencia de su hogar los productos diferentes al pan que son elaborados en las panaderías?

Tabla 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mucho	178	53,3
Poco	150	44,9
Nada	6	1,8
Total	334	100,0

Fuente: Ciudadanía del Cantón Milagro

Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

Gráfico 5



Análisis: Del total de encuestados el 53% de ellos al momento de ir a una panadería no solo van por un pan sino por variedad de productos, además solo el 45% compra productos diferentes y el 2% no compra nada más que pan.

Pregunta 2

2. ¿Con qué frecuencia realiza el consumo de quesadillas?

Tabla 6

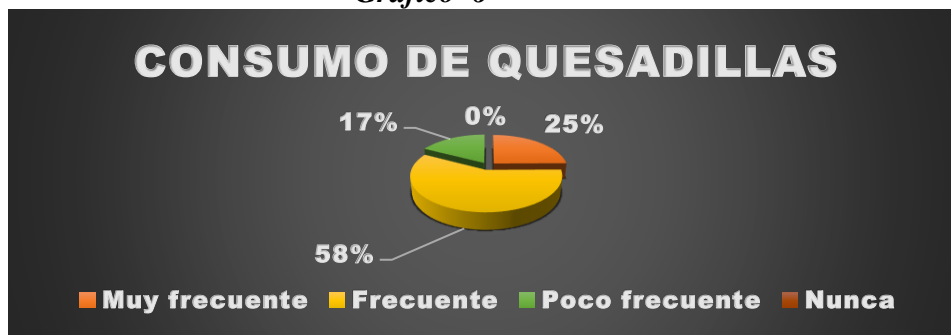
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy frecuente	83	24,9
Frecuente	58	17,4
Poco frecuente	193	57,8
Nunca	0	0,0
Total	334	100,0

Ciudadanía
Milagro

Fuente:
del Cantón

Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guallasaca Mosquera

Gráfico 6



Análisis: A través de la encuesta realizada a la ciudadanía del Cantón Milagro se puede visualizar que el 58% de la población consume quesadillas muy frecuentemente, mientras que el 25% lo hace frecuentemente, además el 17% hace el consumo muy poco, es decir que en su mayoría de los encuestados consumen las quesadillas como un dulce habitual.

Pregunta 3

3. ¿En el Cantón Milagro ha encontrado usted un lugar donde se oferte únicamente quesadillas?

Tabla 7

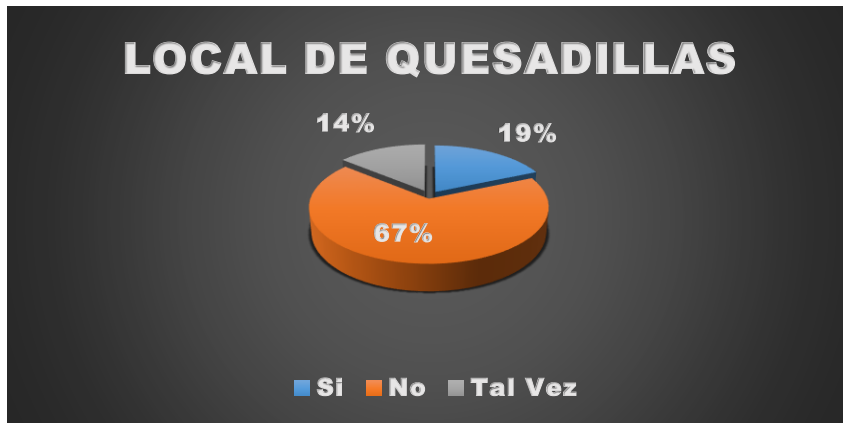
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	62	18,6
No	225	67,4
Tal Vez	47	14,1
Total	334	100,0

Ciudadanía del
Elaborado:

Fuente:
Cantón Milagro
Carlina Villalva

Yance, Alexandra Guallasaca Mosquera

Gráfico 7



Análisis: Del total de personas encuestadas en su mayoría con un 67% de personas que no conocen un lugar donde se oferte únicamente quesadillas, representando una ventaja al ser nuevos en el mercado, mientras que un 14% indica conocer de un lugar donde se oferte netamente el producto y el 14% denota duda al momento de responder.

Pregunta 4

4. ¿Sería de su agrado consumir una quesadilla diferente al del sabor tradicional?

Tabla 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	263	78,7
No	19	5,8
Tal Vez	52	15,5
Total	334	100,0

Ciudadanía
Milagro

Fuente:
del Cantón

Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

Gráfico 8



Análisis:

los

El 79% de

encuestados está de acuerdo en consumir una quesadilla de sabores diferentes, es decir que en su mayoría están dispuestos a probar algo diferente, además el 15% indica que no está de acuerdo en consumirlas y el 6% refleja que tal vez las degustaría.

Pregunta 5

5. De la siguiente lista de sabores, cuál sería de su agrado degustar:

Tabla 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Frutos Secos	30	9,0
Ron	27	8,1
Linaza	14	4,2
Coco	35	10,5
Chispas de chocolate	73	21,9
Limón	15	4,5
Naranja	22	6,6
Cerveza	26	7,8
Whisky	15	4,5
Chocolate	35	10,5
Café	28	8,4
Ciruela Pasa	11	3,3
Chía	3	0,9
Total	334	100

Ciudadanía del
Elaborado:
 Yance,
 Guaillasaca

Fuente:
 Cantón Milagro
 Carlina Villalva
 Alexandra
 Mosquera

Gráfico 9



Análisis: Según la información recolectada mediante encuestas se visualiza que la quesadilla que tiene mayor acogida ante el público es la de chispas de chocolate con un 21.9% de la población, seguida del sabor de chocolate y la que tiene poco acogida es la de ciruela pasa.

Pregunta 6

6. ¿Le gustaría encontrar en el Cantón Milagro un lugar donde se oferte variedad en sabor de quesadillas?

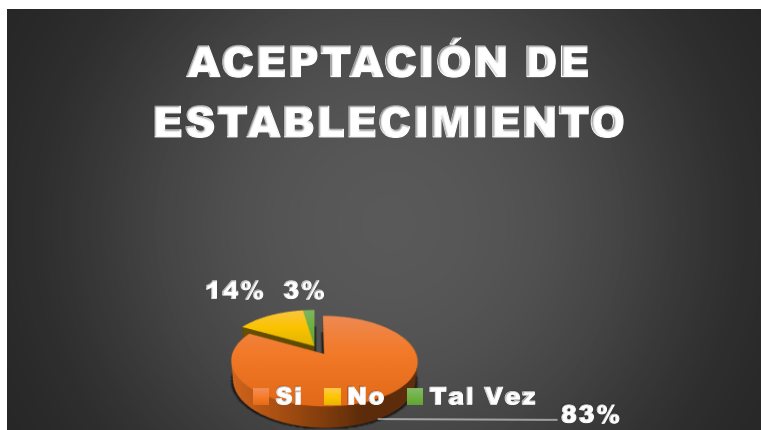
Tabla 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	278	83,2
No	48	14,4
Tal Vez	8	2,4
Total	334	100,0

Fuente: Ciudadanía del Cantón Milagro

Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guallasaca Mosquera

Gráfico 10



Pregunta 7

7. ¿Al momento de consumir una quesadilla, usted considera?

Tabla 11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Textura Delicada	142	42,5
Precio	42	12,6
Fresca	115	34,4
Presentación	35	10,5
Total	334	100,0

Fuente:
Ciudadanía
Milagro

del Cantón

Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

Gráfico 11



Análisis: El 43% de los encuestados tiene en consideración que es de gran importancia la textura de las quesadillas, el 34% revela que a ellos consideran de calidad una quesadilla fresca, mientras que el 13% le es indispensable el precio y 10% les gusta que el producto tenga una buena presentación

Pregunta 8

8. ¿A qué hora del día usted consume quesadilla?

Tabla 12

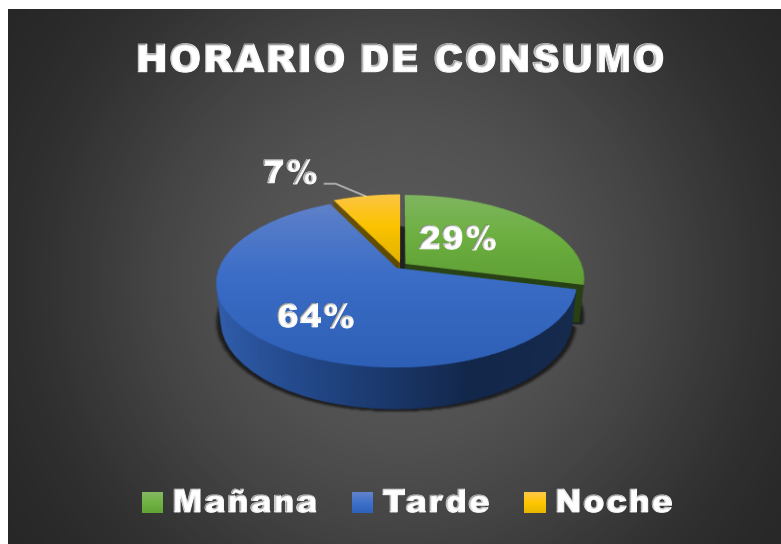
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mañana	97	29,0
Tarde	213	63,8
Noche	24	7,2
Total	383	100,0

Fuente:
Ciudadanía

del Cantón Milagro

Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

Gráfico 12



Análisis: Del total de encuestados el 64% prefiere consumir quesadillas en la tarde, puesto a que es considerado como un postre, el 29% lo adquiere en la noche y el 7% en la mañana, es decir que la mayor atracción de las quesadillas es en horarios de la tarde.

1.4. Plan de Marketing

Objetivo

Diseñar una campaña agresiva para dar a conocer las quesadillas elaboradas en diferentes líneas del producto dentro del Cantón Milagro.

Misión

Lograr el posicionamiento de nuestro producto en mercados locales como nacionales, con la debida aceptación del cliente.

Análisis del Marketing Mix

PRECIO

- **Variación de precios por eventos especiales**
- **Pecios acordes a la calidad del producto**
- **Fijación de precio por aniversario**

PLAZA

- Apertura de sucursales en otras ciudades
- Alianzas con nuevos socios
- Establecer los canales de distribución dentro de la ciudad.

PRODUCTO

- **Pañuelo más fino**
- **Quesadillas bien formadas**
- **Sabor y textura**

PROMOCIÓN

- Premio a la fidelidad
- Promociones por fin de mes
- Rebajas al por mayor

PUBLICIDAD

- **Video publicitario**
- **Trípticos**
- **Anuncios en páginas Web**

PARTICIPACIÓN

- Apertura a sugerencia por clientes
- Interactuar a través de redes sociales con los clientes.

Tabla 13 Análisis de Marketing Mix

Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

LOGO



D' Brunette Quesadillas

Como lo indica su nombre es una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de quesadillas en variedad de sabores, D' Brunette proviene del inglés que significa morena debido a que las socias son de tal raza.

SLOGAN

'Una tradición artesanal'

La elaboración de las quesadillas se ha dado como algo tradicional dentro de la familia de panificadores, es por esto que se le considera un producto artesanal.

GASTOS DE PUBLICIDAD

DETALLE	VALOR
Video publicitario	\$50,00
Flayers	\$25,00
Redes Sociales	\$30,00
Logo	\$10,00
Suscripción en páginas	\$20,00
TOTAL GASTO DE PUBLICIDAD	\$135,00

Tabla 14 Gastos de Publicidad

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

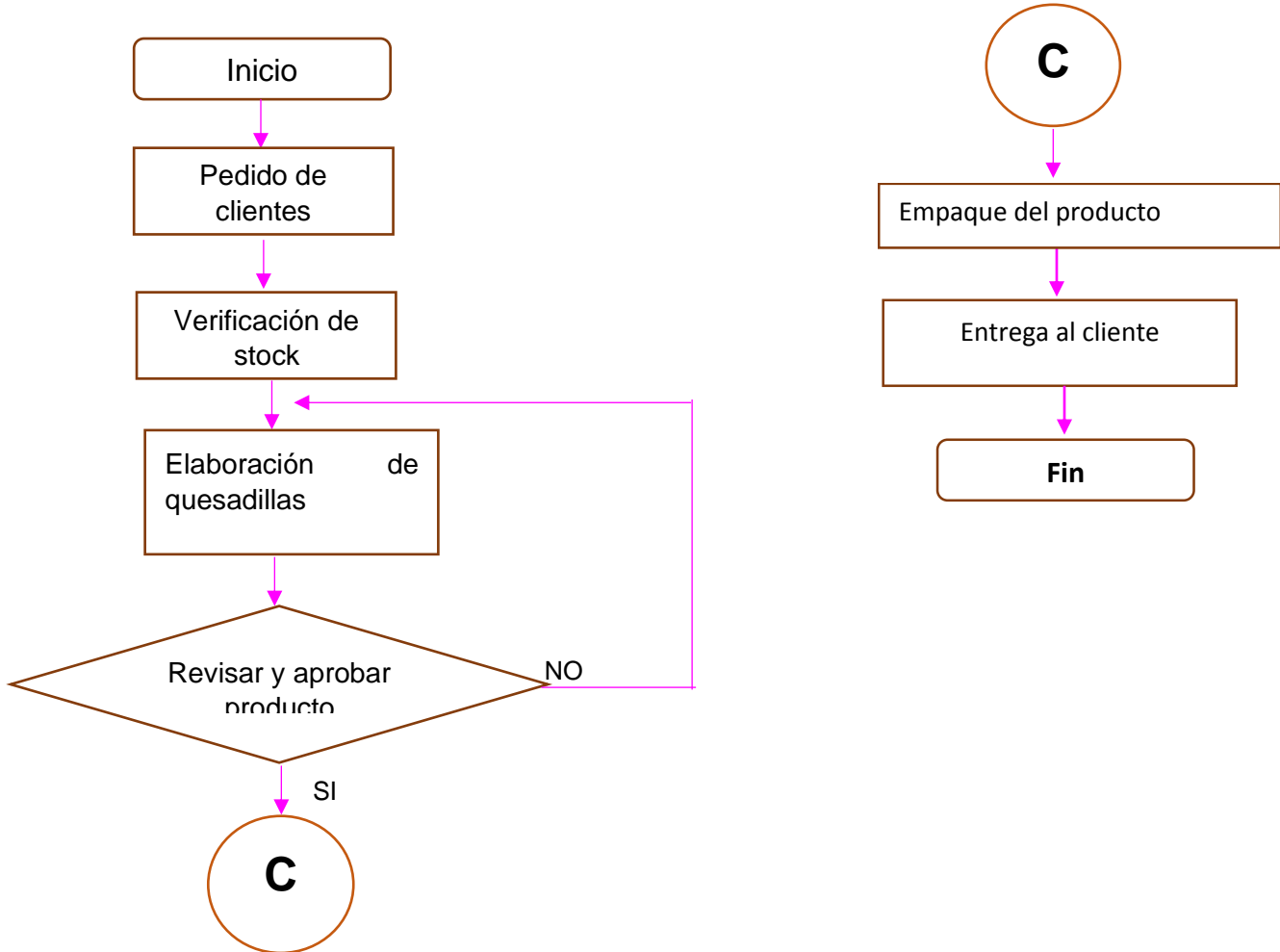


Gráfico 14 *Proceso del Canal de Distribución*

Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

CANALES DE COMUNICACIÓN

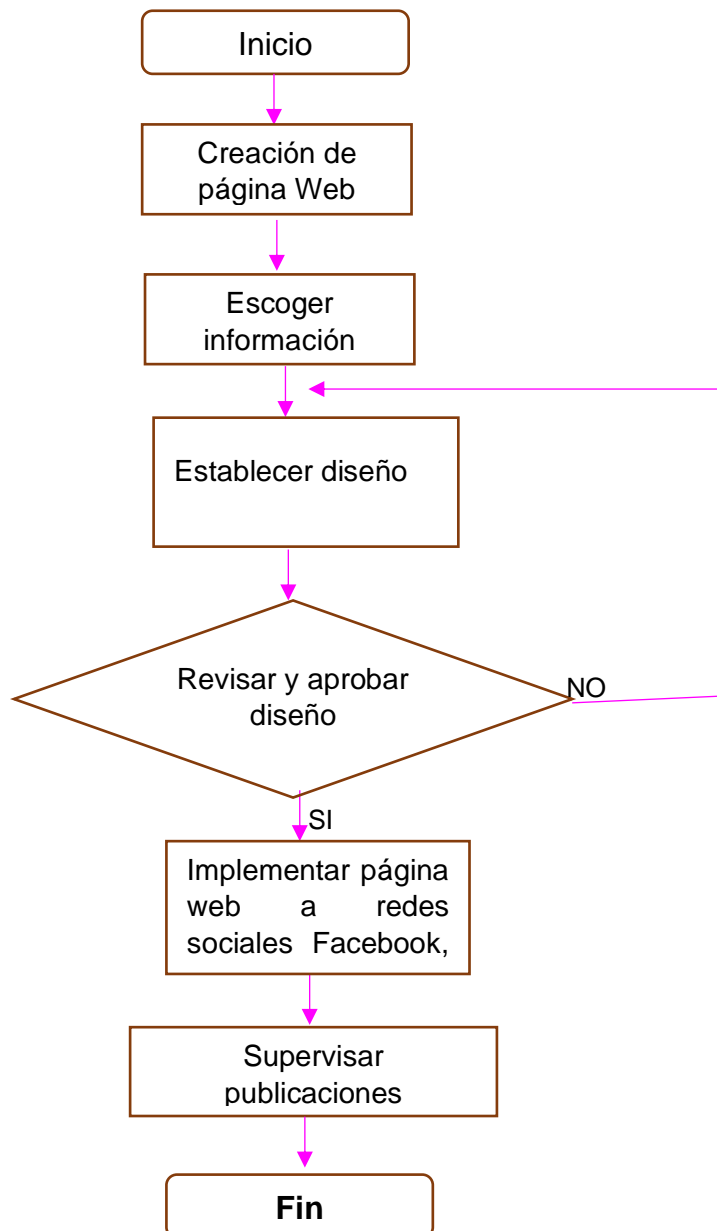


Gráfico 15 Proceso del Canal de Comunicación

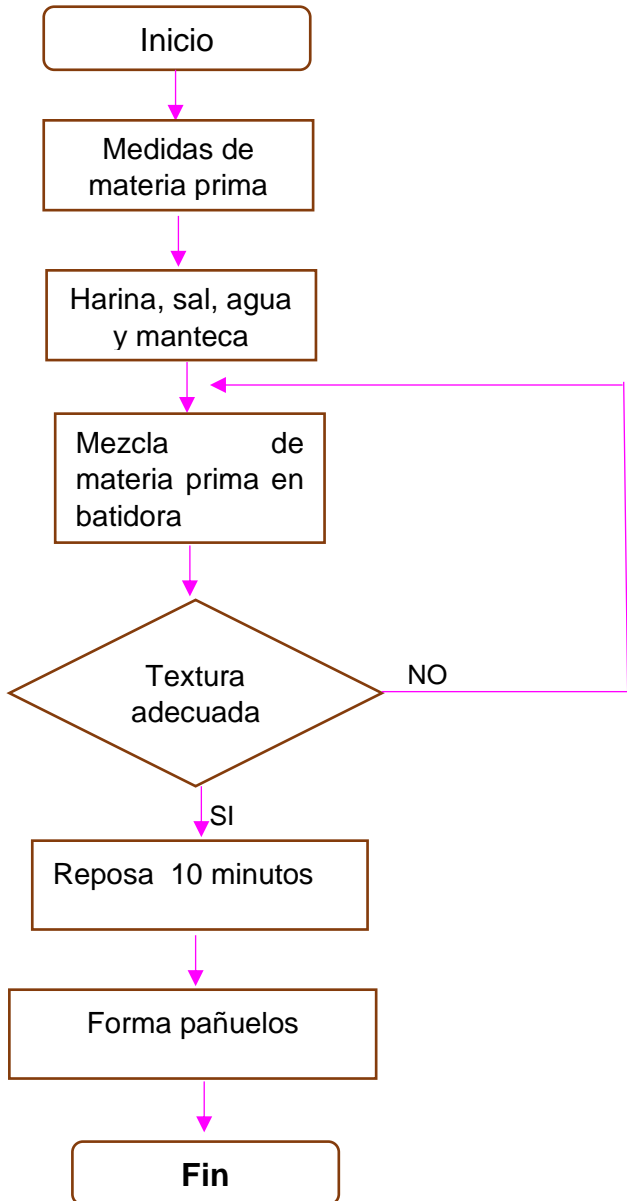
Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guallasaca Mosquera

CAPÍTULO 3

2. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS

2.1. Diagrama del flujo del proceso del bien

Proceso: Elaboración de pañuelos para las quesadillas



Proceso: Elaboración de masa relleno de las quesadillas

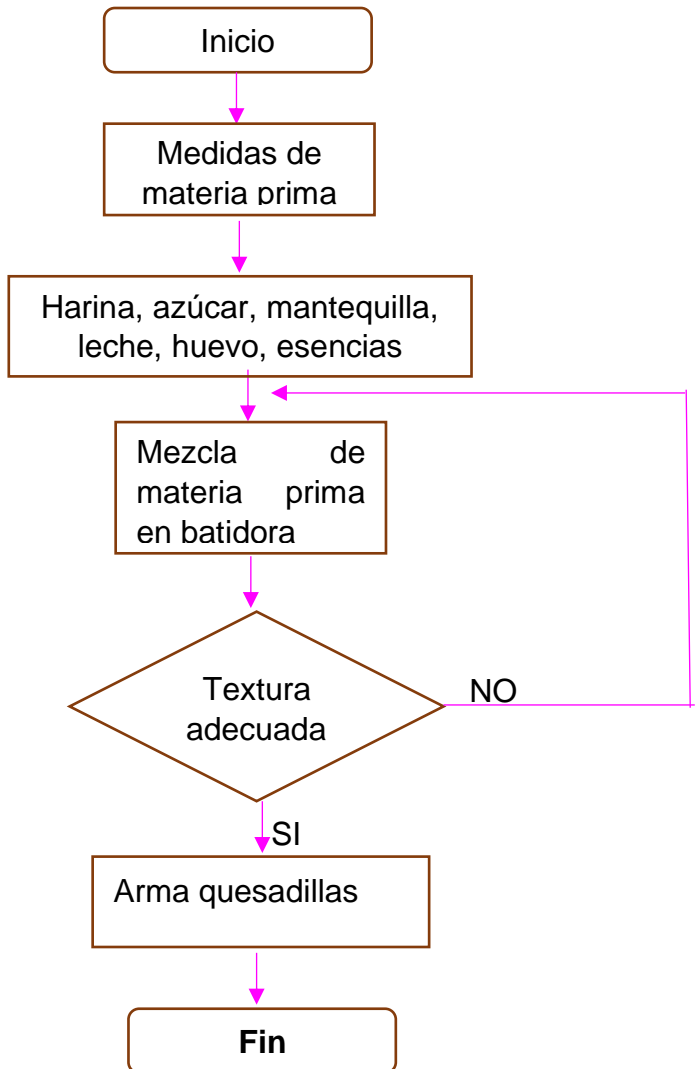


Gráfico 16 Proceso de Elaboración de Quesadillas **Gráfico 17** Proceso de Relleno de Quesadillas
Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

2.2. Especificaciones de materia prima a utilizarse

PRODUCTOS	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
HARINA	4	48	\$ 35,50	\$ 1.704,00
MANTEQUILLA	8	96	\$ 10,50	\$ 1.008,00
AZUCAR	3	36	\$ 38,71	\$ 1.393,56
LECHE	100	1.200	\$ 0,65	\$ 780,00
HUEVOS	40	480	\$ 2,60	\$ 1.248,00
POLVO ROYAL	3	36	\$ 3,80	\$ 136,80
SAL	2	24	\$ 0,80	\$ 19,20
ESENCIAS	1	12	\$ 3,60	\$ 43,20
AVENA	3	36	\$ 0,95	\$ 34,20
CIRUELA PASA	6	72	\$ 2,00	\$ 144,00
CHIA	6	72	\$ 2,50	\$ 180,00
LINAZA	6	72	\$ 1,30	\$ 93,60
ALMENDRA	6	72	\$ 3,75	\$ 270,00
NUEZ	6	72	\$ 3,75	\$ 270,00
ESENCIA DE RON	3	36	\$ 4,00	\$ 144,00
RON	2	24	\$ 20,00	\$ 480,00
CERVEZA	6	72	\$ 1,25	\$ 90,00
WHISKY	2	24	\$ 23,00	\$ 552,00
VINO	2	24	\$ 25,00	\$ 600,00
OREO	6	72	\$ 3,30	\$ 237,60
CHISPA DE CHOCOLATE	2	24	\$ 5,60	\$ 134,40
COCO	3	36	\$ 1,35	\$ 48,60
GRAGEAS	2	24	\$ 1,50	\$ 36,00
ESENCIA DE COCO	2	24	\$ 3,00	\$ 72,00
CAFÉ	2	24	\$ 8,00	\$ 192,00
CHOCOLATE	3	36	\$ 2,42	\$ 87,12
MANTECA	1	12	\$ 81,00	\$ 972,00
TOTALES	230	2.760	\$ 289,83	\$ 10.970,28

Tabla 15 Materia Prima a Utilizarse

Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guallasaca Mosquera

2.3. Instalaciones

D' Brunette Quesadillas



Gráfico 18 Entrada del Local D' Brunette Quesadillas



Gráfico 19 Espacio para Clientes D' Brunette Quesadillas



Gráfico 20 Mostrador D' Brunette Quesadillas



Gráfico 21 Entrada a la Cocina y Gerencia D' Brunette Quesadillas



Gráfico 22 Cocina D' Brunette Quesadillas

D' Brunette Quesadillas cuenta con alrededor de 8 metros por 13 metros, mismos que son distribuidos para bodega, mostrador, espacio a clientes, oficina de gerencia, baños para los clientes y un segundo baño para los colaboradores del establecimiento, además se consideró en los exteriores de las instalaciones un espacio para el descanso de clientes previo al consumo de nuestro producto.

2.4. Maquinarias y equipo con sus respectivos costos

PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
HORNO	1	\$ 740,00	\$ 740,00
BATIDORA	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
COCINA	1	\$ 200,00	\$ 200,00
BALANZA	1	\$ 72,00	\$ 72,00
VITRINA	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
REFRIGERADORA VITRINA	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
MESA METÁLICA	1	\$ 700,00	\$ 700,00
LATAS	10	\$ 14,00	\$ 140,00
PERCHA	1	\$ 200,00	\$ 200,00
GAS	1	\$ 50,00	\$ 50,00
LICUADORA	1	\$ 76,00	\$ 76,00
LAVADEROS NIQUELADOS	1	\$ 100,00	\$ 100,00
RODILLO	1	\$ 20,00	\$ 20,00
REPISA/PIE DE AMIGO	1	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL			\$6.698,00

Tabla 16 Maquinaria y Equipo a Utilizarse

Elaborado: Carlina Villalva Yance, Alexandra

2.5. Localización del negocio: macro y micro localización

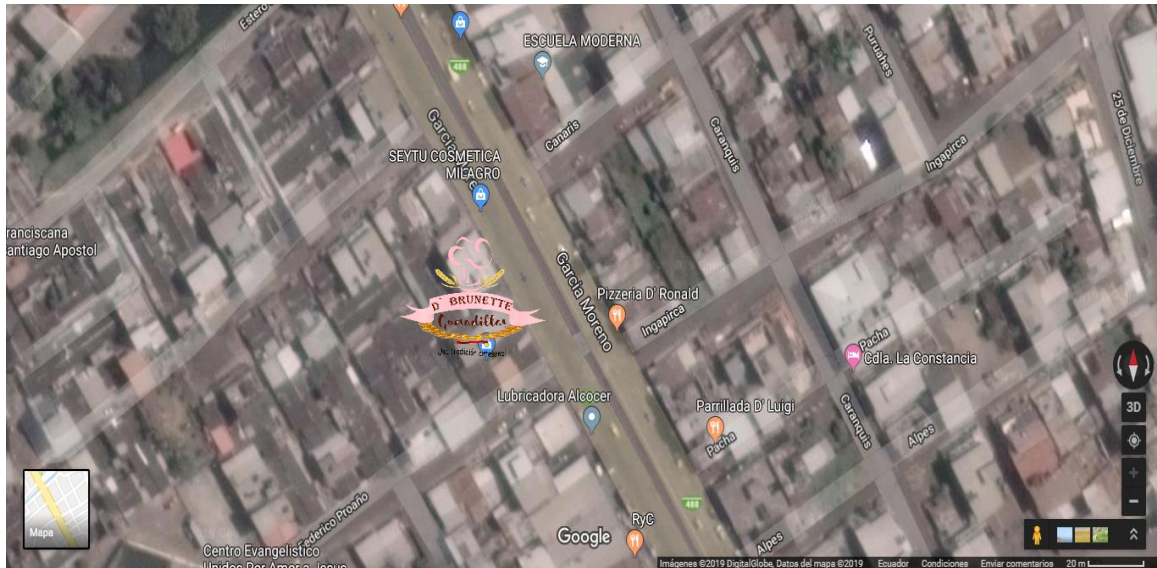
3. MACRO



Gráfico 23 Localización Macro

(Maps, 2019)

4. MICRO



(Maps, 2019)

Gráfico 24 Localización Micro

D´ Brunette Quesadillas está ubicado en el Noroeste del Cantón Milagro en la Ciudadela Villas I.E.S.S Calle García Moreno y Federico Proaño.

5. TAMAÑO

D´ Brunette Quesadillas es una microempresa que contara con 3 personas las mismas que será 1 jefe administrativo, 1 maestro panificador y 1 cajera misma que se encargara de la atención al cliente, el personal aumentara acorde valla creciendo la microempresa.

El lugar donde está situado el local es una zona donde hay mayor afluencia de personas por lo tanto se estima que las ventas tengan un crecimiento considerado y aceptación del producto.

CAPÍTULO 4

6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

6.1. Tipo de organización

D´Brunette quesadilla es una microempresa que será registrada en el SRI como persona natural no obligada a llevar contabilidad, clase de contribuyente RISE con una actividad económica de ventas al por menor de productos de panadería. (SRI, www.sri.gob.ec, s.f.)

Registrado en el sistema integrado de información artesanal de la Junta Nacional de Defensa del Artesano. (JNDA, s.f.)

Cumpliendo con los requisitos para el funcionamiento de la microempresa que establece el Municipio, Arcsa, Cuerpo de Bombero y Ministerio del Interior. (Interior, www.ministeriointerior.gob.ec, s.f.)

2.1. Estructura organizacional



Gráfico 25 Estructura Organizacional

Elaborado por: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

JEFE ADMINISTRATIVO	
PERFIL	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tercer nivel de estudios administrativos. ➤ Un año de experiencia en cargos similares ➤ Proactivo ➤ Capacidad de trabajar en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de análisis orientada a resultados ➤ Ejercer el control interno de los procesos a su cargo ➤ Unir a los colaboradores para su óptimo desempeño ➤ Toma de decisiones para alcanzar los objetivos

PERFIL	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación Secundaria ➤ Sin experiencia ➤ Buena presencia ➤ Edad 18 y 30 años ➤ Responsable, atento, cordial ➤ Interacción con el cliente ➤ Disponibilidad de medio tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener la caja y su entorno de trabajo en condiciones óptimas. ➤ Atender y orientar al cliente ➤ Capacidad para trabajar en equipo ➤ Cuadre y cierre de caja diario ➤ Facturación

2.2. Funciones y responsabilidades

MAESTRO PANIFICADOR	
PERFIL	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestro artesano calificado ➤ Experiencia en cargos similares ➤ Edad / indistinta ➤ Responsable ➤ Interacción con jefaturas ➤ Disponibilidad de medio tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaboración de quesadillas ➤ Limpieza del área de trabajo ➤ Control de materia prima

2.3. Flujo de procesos administrativo

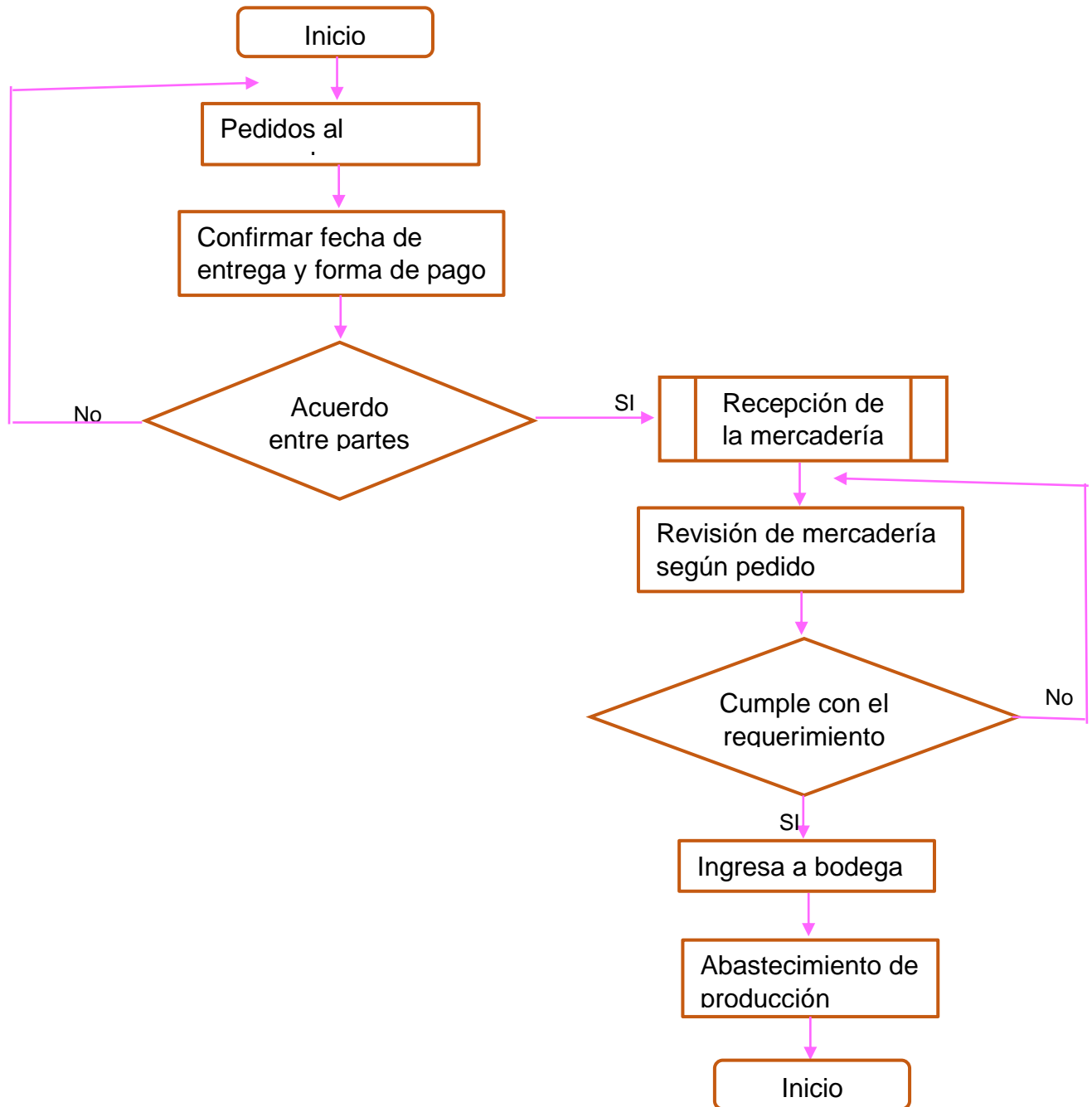


Tabla 17 Proceso Administrativo

Elaborado por: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

2.4. Instalación, equipos y maquinarias para el personal administrativo

EQUIPO DE COMPUTO	MARCA	CANTIDAD	VALOR TOTAL	TOTAL
CAJA REGISTRADORA	CASIO	1	435,00	435,00
ESTACIÓN DE TRABAJO ADMINISTRATIVO		1	150,00	150,00
TOTALES			\$585,00	\$585,00

Tabla 18 Equipos y Maquinarias para el Personal Administrativo

Elaborado por: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

SUMINISTRO DE OFICINA	MARCA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
HOJAS A5	BON XEROX	1	3,50	3,50
ESFEROS CJA	BIC	1	0,25	1,00
GRAPADORA	CASTELL	2	1,50	3,00
CLIPS	APLI	1	0,50	0,50
LAPIZ CJA	FABER CASTELL	3	0,25	0,75
BORRADOR CJA	PELIKAN	3	0,25	0,75
ROLLOS TÉRMICOS	BROTHER 2K-2205	2	1,50	3,00
FOLDERS	LASER	1	4,00	4,00
SEPARADOR DE HOJAS	FABER CASTELL	1	1,25	1,25
TOTALES			\$13,00	\$17,75

Tabla 19 Equipos y Maquinaria para el Personal Administrativo

Elaborado por: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

CAPÍTULO 5

3. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

3.1. Normativa relacionada con el emprendimiento

D' Brunette Quesadillas es una microempresa con una producción de menor escala de característica personal que tiene tres empleados máximo, la misma que será registrada como persona natural.

“Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento” (Solidaria, 2019).

Se realizara la inscripción de la microempresa en el SRI como la ley lo indica.

“Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyente” (SRI, www.sri.gob.ec, 2016).

“Los contribuyentes inscritos en el Régimen Impositivo Simplificado, que cumplan con sus obligaciones tributarias serán autorizados por el SRI únicamente para emitir notas o boletas de venta; o, tiquetes de máquina registradora, sin que en ellos se desglose el IVA y en los que deberá consignar obligatoriamente y de manera pre impreso la leyenda: "Contribuyente sujeto a Régimen Impositivo Simplificado” (LORTI, 2015).

“Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieron posteriormente” (Artesano, 2008).

“Para los efectos de esta Ley, se definen lo siguiente Actividad Artesanal: La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas” (Artesano, 2008).

Es una microempresa que ofrece productos alimenticios lo cual está regulado por la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria.

“La Ley Orgánica de Salud prescribe que los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional, el mismo que tendrá vigencia de un año calendario” (ARCSA, 2017).

Para el funcionamiento de la microempresa en la Ciudad de Milagro se debe sacar los permisos correspondientes

“Solamente las personas que tengan el permiso del Cuerpo de Bomberos y de la autoridad policial, podrán realizar las ventas y a quienes se encuentren realizando ventas clandestinas no autorizadas, serán incautadas sus mercaderías, las mismas que serán inventariadas y destruidas por la Policía en presencia de autoridades respectivas” (Bombero, s.f.).

“Impuesto de patente municipal y 1,5 por mil personas naturales y jurídicas, impuestos municipales a todas las personas que ejercen una actividad económica en el cantón, comprar tasas, adjuntando todos los requisitos y entregarlos en la jefatura de rentas” (Milagro, 2017).

“El Ministerio rector de la seguridad ciudadana, protección interna y orden público, a través de las Intendencias Generales de Policía, otorgará el permiso de funcionamiento de los locales y establecimientos donde se prestan servicios de alojamiento a huéspedes, permanentes o transeúntes, restaurantes, o en general lugares donde se consuman alimentos y/o bebidas alcohólicas, que no estén regulados por la Ley de Turismo y su reglamento” (Interior, www.ministeriointerior.gob.ec, 2018).

2.1. Descripción del impacto ambiental

Reducir el impacto de los plásticos sobre el medio ambiente, mediante el uso de procesos y materiales más amigables para ello se buscara de manera continua la reducción de fundas plásticas así aportar al cuidado del medioambiente, conservando la protección de los productos.

2.2. Plan de control ambiental (COMPENSACIÓN Y/O MITIGACIÓN)

PROBLEMA	COMPENSACIÓN	VALOR
FUNDAS PLÁSTICAS	Siembra de arboles	\$80
PROBLEMA	MITIGACIÓN	VALOR
FUNDAS PLÁSTICAS DEMORA EN DEGRADARSE	Se cambiara a fundas biodegradable	\$20,00

Tabla 20 Control Ambiental

Elaborado por: Carlina Villalva Yance, Alexandra Guailasaca Mosquera

CAPÍTULO 6

6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO

6.1. Inversión y fuente de financiamiento

INVERSIONES DEL PROYECTO

ACTIVOS FIJOS	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	\$173
MAQUINARIAS	\$6.698,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$585
EXTINTORE	\$60,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$7.515,89

APORTE DE LOS ACCIONISTAS	VALOR
SOCIA CARLINA VILLALVA	\$3.000
ALEXANDRA GUAILLASACA	\$10.515,89
APORTE SOCIOS	\$13.515,89

Inversión Total	\$28.737,57
Activos Fijos	\$7.515,89
Capital de Trabajo	\$239,48

Tabla 21 Inversiones del Proyecto

Inversión Total	\$28.737,57	100%
Financiamiento	\$15.221,68	53%
Aporte Propio	\$13.515,89	47%

Cuadro de los activos fijos refleja lo que se necesitara para iniciar las actividades de la microempresa dando como monto total de \$7515,89 el mismo que serán aporte de socio. Tenemos una inversión total de 28.737,57 de lo cual el 53% será cubierto por un préstamo bancario de 15.221,68

TABLA DE AMORTIZACION				
Capital		\$15.221,68		
Tasa de interés mensual		0,93%		11,2% anual
Plazo en años		5		
Forma de Pago		MENSUAL		
Total Periodos		60		
Periodos de Gracia		0		
Periodos Normales		60		
Valor Dividendo		\$332		
No. de Dividendos	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor del Dividendo	Saldo de Capital
0				15.221,68
1	\$141,56	\$190,61	\$332,17	15.031,07
2	\$139,79	\$192,38	\$332,17	14.838,68
3	\$138,00	\$194,17	\$332,17	14.644,51
4	\$136,19	\$195,98	\$332,17	14.448,53
5	\$134,37	\$197,80	\$332,17	14.250,73
6	\$132,53	\$199,64	\$332,17	14.051,09
7	\$130,68	\$201,50	\$332,17	13.849,60
8	\$128,80	\$203,37	\$332,17	13.646,23
9	\$126,91	\$205,26	\$332,17	13.440,96
10	\$125,00	\$207,17	\$332,17	13.233,79
11	\$123,07	\$209,10	\$332,17	13.024,69
12	\$121,13	\$211,04	\$332,17	12.813,65
13	\$119,17	\$213,01	\$332,17	12.600,65
14	\$117,19	\$214,99	\$332,17	12.385,66
15	\$115,19	\$216,99	\$332,17	12.168,68
16	\$113,17	\$219,00	\$332,17	11.949,67
17	\$111,13	\$221,04	\$332,17	11.728,63
18	\$109,08	\$223,10	\$332,17	11.505,54
19	\$107,00	\$225,17	\$332,17	11.280,37
20	\$104,91	\$227,26	\$332,17	11.053,10
21	\$102,79	\$229,38	\$332,17	10.823,72
22	\$100,66	\$231,51	\$332,17	10.592,21
23	\$98,51	\$233,66	\$332,17	10.358,55
24	\$96,33	\$235,84	\$332,17	10.122,71
25	\$94,14	\$238,03	\$332,17	9.884,68
26	\$91,93	\$240,24	\$332,17	9.644,43
27	\$89,69	\$242,48	\$332,17	9.401,96
28	\$87,44	\$244,73	\$332,17	9.157,22
29	\$85,16	\$247,01	\$332,17	8.910,21
30	\$82,86	\$249,31	\$332,17	8.660,90
31	\$80,55	\$251,63	\$332,17	8.409,28
32	\$78,21	\$253,97	\$332,17	8.155,31
33	\$75,84	\$256,33	\$332,17	7.898,99
34	\$73,46	\$258,71	\$332,17	7.640,27
35	\$71,05	\$261,12	\$332,17	7.379,16
36	\$68,63	\$263,55	\$332,17	7.115,61
37	\$66,18	\$266,00	\$332,17	6.849,61
38	\$63,70	\$268,47	\$332,17	6.581,14
39	\$61,20	\$270,97	\$332,17	6.310,18
40	\$58,68	\$273,49	\$332,17	6.036,69
41	\$56,14	\$276,03	\$332,17	5.760,66
42	\$53,57	\$278,60	\$332,17	5.482,06
43	\$50,98	\$281,19	\$332,17	5.200,87
44	\$48,37	\$283,80	\$332,17	4.917,07
45	\$45,73	\$286,44	\$332,17	4.630,62
46	\$43,06	\$289,11	\$332,17	4.341,52
47	\$40,38	\$291,80	\$332,17	4.049,72
48	\$37,66	\$294,51	\$332,17	3.755,21
49	\$34,92	\$297,25	\$332,17	3.457,96
50	\$32,16	\$300,01	\$332,17	3.157,95
51	\$29,37	\$302,80	\$332,17	2.855,15
52	\$26,55	\$305,62	\$332,17	2.549,53
53	\$23,71	\$308,46	\$332,17	2.241,07
54	\$20,84	\$311,33	\$332,17	1.929,73
55	\$17,95	\$314,23	\$332,17	1.615,51
56	\$15,02	\$317,15	\$332,17	1.298,36
57	\$12,07	\$320,10	\$332,17	978,26
58	\$9,10	\$323,07	\$332,17	655,19
59	\$6,09	\$326,08	\$332,17	329,11
60	\$3,06	\$329,11	\$332,17	0,00
Totales	\$4.708,64	\$15.221,68	\$19.930,32	

Tabla 22 Tabla de Amortización

6.2. Proyección de Ingresos

**Tabla
23**

VENTAS										
PRODUCTO	SABORES	UNIDADES DIARIAS	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	PRECIO DE VENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
QUESADILLAS	AVENA	25	300	3.600	0,45	1.620,00	1.701,00	1.786,05	1.875,35	1.969,12
	CIRUELA PASA	25	300	3.600	0,45	1.620,00	1.701,00	1.786,05	1.875,35	1.969,12
	CHÍA	15	180	2.160	0,45	972,00	1.020,60	1.071,63	1.125,21	1.181,47
	LINAZA	15	180	2.160	0,45	972,00	1.020,60	1.071,63	1.125,21	1.181,47
	ALMENDRA	25	300	3.600	0,45	1.620,00	1.701,00	1.786,05	1.875,35	1.969,12
	NUEZ	25	300	3.600	0,45	1.620,00	1.701,00	1.786,05	1.875,35	1.969,12
	NARANJA	10	120	1.440	0,45	648,00	680,40	714,42	750,14	787,65
	LIMÓN	10	120	1.440	0,45	648,00	680,40	714,42	750,14	787,65
	RON	25	300	3.600	0,45	1.620,00	1.701,00	1.786,05	1.875,35	1.969,12
	CERVEZA	20	240	2.880	0,45	1.296,00	1.360,80	1.428,84	1.500,28	1.575,30
	WHISKY	20	240	2.880	0,45	1.296,00	1.360,80	1.428,84	1.500,28	1.575,30
	VINO	20	240	2.880	0,45	1.296,00	1.360,80	1.428,84	1.500,28	1.575,30
	OREO	30	360	4.320	0,45	1.944,00	2.041,20	2.143,26	2.250,42	2.362,94
	CHISPA DE CHOCOLATE	100	1.200	14.400	0,45	6.480,00	6.804,00	7.144,20	7.501,41	7.876,48
	COCO	80	960	11.520	0,45	5.184,00	5.443,20	5.715,36	6.001,13	6.301,18
GRAJEAS	20	240	2.880	0,45	1.296,00	1.360,80	1.428,84	1.500,28	1.575,30	
CHOCOLATE	50	600	7.200	0,45	3.240,00	3.402,00	3.572,10	3.750,71	3.938,24	
VAINILLA	125	1.500	18.000	0,45	8.100,00	8.505,00	8.930,25	9.376,76	9.845,60	
CAFÉ	50	600	7.200	0,45	3.240,00	3.402,00	3.572,10	3.750,71	3.938,24	
TOTALES		690	8.280	99.360		44.712,00	46.947,60	49.294,98	51.759,73	54.347,72

Proyección de Ingresos

SABORES	UNIDADES DIARIAS	UNIDADES MENSUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AVENA	25	300	3.600	3.780	3.969	4.167	4.376
CIRUELA PASA	25	300	3.600	3.780	3.969	4.167	4.376
CHÍA	15	180	2.160	2.268	2.381	2.500	2.625
LINAZA	15	180	2.160	2.268	2.381	2.500	2.625
ALMENDRA	25	300	3.600	3.780	3.969	4.167	4.376
NUEZ	25	300	3.600	3.780	3.969	4.167	4.376
NARANJA	10	120	1.440	1.512	1.588	1.667	1.750
LIMÓN	10	120	1.440	1.512	1.588	1.667	1.750
RON	25	300	3.600	3.780	3.969	4.167	4.376
CERVEZA	20	240	2.880	3.024	3.175	3.334	3.501
WHISKY	20	240	2.880	3.024	3.175	3.334	3.501
VINO	20	240	2.880	3.024	3.175	3.334	3.501
OREO	30	360	4.320	4.536	4.763	5.001	5.251
CHISPA DE CHOCOLATE	100	1.200	14.400	15.120	15.876	16.670	17.503
COCO	80	960	11.520	12.096	12.701	13.336	14.003
GRAJEAS	20	240	2.880	3.024	3.175	3.334	3.501
CHOCOLATE	50	600	7.200	7.560	7.938	8.335	8.752
VAINILLA	125	1.500	18.000	18.900	19.845	20.837	21.879
CAFÉ	50	600	7.200	7.560	7.938	8.335	8.752
TOTAL	690	8.280	99.360	104.328	109.544	115.022	120.773

En este cuadro podemos visualizar el ingreso que tendremos anual por las ventas de quesadillas incrementado un 5% cada año, por lo cual en el año 5 obtendremos un ingreso de \$54347,72

PRODUCTOS	MATERIA PRIMA/COSTO PROMEDIO X UNID.			
	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	COSTO UNITARIO	AÑO 0
HARINA	4	48	35,50	1.704,00
MANTEQUILLA	8	96	10,50	1.008,00
AZUCAR	3	36	38,71	1.393,56
LECHE	100	1.200	0,65	780,00
HUEVOS	40	480	2,60	1.248,00
POLVO ROYAL	3	36	3,80	136,80
SAL	2	24	0,80	19,20
ESENCIAS	1	12	3,60	43,20
AVENA	3	36	0,95	34,20
CIRUELA PASA	6	72	2,00	144,00
CHIA	6	72	2,50	180,00
LINAZA	6	72	1,30	93,60
ALMENDRA	6	72	3,75	270,00
NUEZ	6	72	3,75	270,00
ESENCIA DE RON	3	36	4,00	144,00
RON	2	24	20,00	480,00
CERVEZA	6	72	1,25	90,00
WHISKY	2	24	23,00	552,00
VINO	2	24	25,00	600,00
OREO	6	72	3,30	237,60
CHISPA DE CHOCOLATE	2	24	5,60	134,40
COCO	3	36	1,35	48,60
GRAGEAS	2	24	1,50	36,00
ESENCIA DE COCO	2	24	3,00	72,00
CAFÉ	2	24	8,00	192,00
CHOCOLATE	3	36	2,42	87,12
MANTECA	1	12	81,00	972,00
TOTALES	230	2.760		10.970,28

PRODUCTOS	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	COSTO UNITARIO	4%					
				AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LUZ (KW HORA) COMERCIAL	1	12	\$65,00	780,00	811,20	843,65	877,59	912,49	948,99
TELÉFONO (CATEGORÍA C)	1	12	\$10,00	120,00	124,80	129,79	134,98	140,38	146,00
TIRAS DE SERVILLETAS X12	4	48	\$1,80	86,40	89,86	93,45	97,19	101,08	105,12
FUNDAS DINA 5 PAQUETE	10	120	\$1,00	120,00	124,80	129,79	134,98	140,38	146,00
FUNDAS ROLLOS 9x14	10	120	\$2,20	264,00	274,56	285,54	296,96	308,84	321,20
TOTALES				1.370,40	1.425,22	1.482,22	1.541,51	1.603,17	1.667,30

MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD	Salario	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESCRIPCION								
MAESTRO PANIFICADOR	1	\$240,00	\$4.669,92	\$5.008,02	\$5.108,18	\$5.210,34	\$5.314,55	\$5.420,84
TOTALES			\$4.669,92	\$5.008,02	\$5.108,18	\$5.210,34	\$5.314,55	\$5.420,84

Tabla
24

Materia Prima

COSTO PRODUCCION	RESUMEN					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima	\$5.485,14	\$11.409,09	\$12.458,73	\$13.604,93	\$14.856,58	\$16.223,39
Insumos Directos	1.370,40	1.425,22	1.482,22	1.541,51	1.603,17	\$1.667,30
Mano de Obra Directa	\$4.669,92	\$5.008,02	\$5.108,18	\$5.210,34	\$5.314,55	\$5.420,84
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$11.525,46	\$17.842,33	\$19.049,13	\$20.356,79	\$21.774,31	\$23.311,53

En los cuadros de costos de producción se considera la compra de materia prima para el año 0 es de \$10970,28 creciendo en el año 5 a un total de \$16223,39 los insumos directos se aumentan a un 4% cada año siendo en el año de inicio \$1370,40 y en el año 5 \$1667,30, el sueldo se consideró un aumento del 2% a partir del año 2

6.3. Proyección de egresos

GASTOS								
GASTOS ADMINISTRATIVOS								
DESCRIPCION	CANTIDAD	INGRESO MENSUAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
JEFE ADMINISTRATIVO	1	300,00	7.705,37	8.263,23	8.428,50	8.597,07	8.769,01	8.944,39
CAJERA	1	280,00	5.448,24	5.842,69	5.959,54	6.078,74	6.200,31	6.324,32
TOTALES			13.153,61	14.105,92	14.388,04	14.675,80	14.969,32	15.268,71

SUMINISTRO DE OFICINA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
HOJAS A5 RESMA	1	3,50	3,50	3,64	3,79	3,94	4,09	4,26
ESFEROS CAJAX24	1	0,25	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29	0,30
GRAPADORA UNIDAD	1	1,50	1,50	1,56	1,62	1,69	1,75	1,82
CLIPS CAJITA	1	0,50	0,50	0,52	0,54	0,56	0,58	0,61
LAPIZ CAJA X12	1	0,25	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29	0,30
BORRADOR CAJA X12	1	0,25	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29	0,30
ROLLLOS TÉRMICOS PAQUETE X12	4	4,00	16,00	16,64	17,31	18,00	18,72	19,47
FOLDERS UNIDAD	2	4,00	8,00	8,32	8,65	9,00	9,36	9,73
SEPARADOR DE HOJAS PAQUETE X12	1	1,25	1,25	1,30	1,35	1,41	1,46	1,52
TOTALES		\$16	\$32	\$33	\$34	\$35	\$37	\$38

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	ENTIDAD	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PATENTE MUNICIPAL	GAD MILAGRO	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	CUERPO DE BOMBERO	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	MINISTERIO DEL INTERIOR	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
REGISTRO ARTESANAL	JNDA	250	250,00	250	250,00	250	250
PERMISO DE SALUD	ARCSA	-	-	-	-	-	-
TOTAL		\$312	\$312	\$312	\$312	\$312	\$312

PUBLICIDAD	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VIDEO PUBLICITARIO	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50
FLAYERS	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25
REDES SOCIALES	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30
LOGO	\$10					
SUSCRIPCION EN PAGUINAS WEB	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20
TOTAL	\$135	\$125	\$125	\$125	\$125	\$125

COMPENSACIÓN Y MITIGACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100

ALQUILER	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	3.480,00	3.840,00	4.200,00	4.440,00	4.800,00	5.040,00

RESUMEN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Administrativos	13.185,11	14.138,68	14.422,11	14.711,24	15.006,17	15.307,03
Gastos Generales	4.027,00	4.377,00	4.737,00	4.977,00	5.337,00	5.577,00
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	17.212,11	18.515,68	19.159,11	19.688,24	20.343,17	20.884,03

Tabla 25 Proyección de Ingresos

En los cuadros de gastos se consideran todos los gastos administrativo y operativo viendo las proyecciones se inicia con un valor de \$17212,11 llegando al año 5 por un valor de \$20884,03 se consideró en los sueldos un aumento del 2% a partir del año 2 los suministros de oficina un 4% y el arriendo se aumentó entre 20,00 a 30,00 cada año

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1. Estado de situación inicial

D'BRUNETTE QUESADILLAS
ESTADO DE SITUACION INICIAL
27/7/2019
EN DOLARES

ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja	6.000,00	Préstamos Bancarios	15.221,68
Banco	15.221,68	Total Corriente	15.221,68
Total Corriente	21.221,68		
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO	
Maquinaria	6.698,00	Aporte Socios	
Equipo de Computo	585,00	Capital	13.767,89
Muebles y Enseres	172,89	Total Patrimonio	13.767,89
Gasto de Organización	312,00		
Total Activo no corriente	7.767,89		
TOTAL ACTIVO	<u>28.989,57</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>28.989,57</u>

Tabla 26 Estado de Situación Financiera

Refleja el efectivo con lo que inicia el negocio el préstamo bancario los activos fijos, el préstamo bancario cuadrando el balance inicial con \$29989,57

7.2. Estados financieros proyectados

D'BRUNETTE QUESADILLAS
ESTADO DE SITUACION INICIAL
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE
EN DOLARES

ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA	477,02	477,02	477,02	477,02	477,02
BANCO	25.424,58	29.578,14	34.243,61	39.692,74	45.263,19
SUMINISTRO DE OFICINA	32,76	34,07	35,43	36,85	38,32
TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE	25.934,36	30.089,23	34.756,07	40.206,62	45.778,54
ACTIVO NO CORRIENTE					
ACTIVO FIJOS					
MAQUINARIA	6.698,00	6.698,00	6.698,00	6.698,00	6.698,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE ACTIVOS FIJOS	-669,80	-669,80	-669,80	-669,80	-669,80
EQUIPO DE COMPUTACION	585,00	585,00	585,00		
DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE EQUIPO DE COMPUTO	-195,00	-195,00	-195,00		
MUEBLES Y ENSERES	172,89	172,89	172,89	172,89	172,89
DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE MUEBLES Y ENSERES	-17,29	-17,29	-17,29	-17,29	-17,29
GASTO DE ORGANIZACIÓN	312,00	312,00	312,00	312,00	312,00
AMORTIZACIÓN DE GASTOS DE ORGANIZACIÓN	-62,40	-62,40	-62,40	-62,40	-62,40
TOTAL DE ACTIVO NO CORRIENTE	6.823,40	6.823,40	6.823,40	6.433,40	6.433,40
TOTAL DE ACTIVOS	32.757,76	36.912,64	41.579,47	46.640,02	52.211,94
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
PRESTAMO BANCARIO	12.813,65	10.122,71	7.115,61	3.755,21	
TOTAL DE PASIVO	12.813,65	10.122,71	7.115,61	3.755,21	-
CAPITAL					
CAPITAL	13.767,89	13.767,89	13.767,89	13.767,89	13.767,89
PERDIDAS Y GANANCIAS	6.176,22	6.845,82	7.673,93	8.420,95	9.327,13
UTILIDADES RETENIDAS		6.176,22	13.022,04	20.695,97	29.116,92
PATRIMONIO	19.944,11	26.789,93	34.463,86	42.884,81	52.211,94
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	32.757,76	36.912,64	41.579,47	46.640,02	52.211,94
DIFERENCIA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Tabla 27 Estados Financieros Proyectados

El pasivo tenemos el pago del préstamo bancario visualizando el movimiento del pago cada año los valores correspondientes de la utilidad del estado de resultado las utilidades retenidas de cada año obteniendo en el año 5 un total de \$29116,92

Estado de resultado Proyectado

D'BRUNETTE QUESADILLAS
ESTADO DE RESULTADO
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE
EN DOLARES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas	99.360	104.328	109.544	115.022	120.773
Dólares	\$ 44.712,00	\$ 46.947,60	\$ 49.294,98	\$ 51.759,73	\$ 54.347,72
Precio Unitario	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45
Costo Ventas					
Materias Primas	11.409,09	12.458,73	13.604,93	14.856,58	16.223,39
Insumos Directos	489,22	508,78	529,14	550,30	572,31
Mano Obra	5.008,02	5.108,18	5.210,34	5.314,55	5.420,84
Depreciación Acum. Activos de producción	669,80	669,80	669,80	669,80	669,80
Total	17.576,13	18.745,49	20.014,21	21.391,24	22.886,35
Utilidad Bruta	27.135,87	28.202,11	29.280,77	30.368,49	31.461,37
Total de Gastos	19.381,61	20.061,17	20.627,87	21.321,88	21.903,38
Gastos Administrativo					
teléfono	124,80	129,79	134,98	140,38	146,00
energía eléctrica	811,20	843,65	877,39	912,49	948,99
Sueldos	14105,92	14388,04	14.675,80	14969,32	15.268,71
Total de Gastos Administrativo	15.041,92	15.361,48	15.688,18	16.022,19	16.363,69
Gastos Operativos					
Gasto de Publicidad	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
Gasto de Mitigación y Compensación	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Depreciación Acumulada	212,29	212,29	212,29	212,29	212,29
amortización de gasto de organización	62,40	62,40	62,40	62,40	62,40
Gasto de Alquiler	3.840,00	4.200,00	4.440,00	4.800,00	5.040,00
Total de Gastos Operativo	4.339,69	4.699,69	4.939,69	5.299,69	5.539,69
Utilidad Operativa	7.754,26	8.140,94	8.652,90	9.046,61	9.557,99
Gastos Financieros	1.578,04	1.295,12	\$ 978,97	\$ 625,66	230,85
Utilidad	\$ 6.176,22	\$ 6.845,82	\$ 7.673,93	\$ 8.420,95	\$ 9.327,13

Tabla 28 Estado de resultado Proyectado

En el estado de resultado podemos visualizar el giro del negocio observando así el ingreso y todos los gastos que incurren obteniendo en el primer año una utilidad de \$6176,22 incrementado en los siguientes años dando una utilidad en el año 5 de \$9327,13

7.3. Flujo de Caja

D'BRUNETTE QUESADILLAS
FLUJO DE CAJA PROYECTADO
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE
EN DOLARES

INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		99.360	104.328	109.544	115.022	120.773
Precios		0,45	0,45	0,45	0,45	0,45
TOTAL INGRESOS		44.712,00	46.947,60	49.294,98	51.759,73	54.347,72
COSTOS						
Materia Prima		11409,09	12458,73	13604,93	14856,58	16223,39
Insumos Directos		489,22	508,78	529,14	550,30	572,31
Mano de Obra		5008,02	5108,18	5210,34	5314,55	5420,84
Depreciación Acum. Activos de producción		669,8	669,8	669,8	669,8	669,8
TOTAL COSTOS		17576,13	18745,49	20014,21	21391,24	22886,35
GASTOS ADMINISTRATIVO						
teléfono		124,80	129,79	134,98	140,38	146,00
energía eléctrica		811,20	843,65	877,39	912,49	948,99
Sueldos		14105,92	14388,04	14675,80	14969,32	15268,71
TOTAL GASTOS AMINISTRATIVO		15041,92	15361,48	15688,18	16022,19	16363,69
GASTOS OPERATIVOS						
Gasto de Publicidad		125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
Gasto de Mitigación y Compensación		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Depreciación Acumulada		212,29	212,29	212,29	212,29	212,29
amortización de gasto de organización		62,40	62,40	62,40	62,40	62,40
Gasto de Alquiler		3840,00	4200,00	4440,00	4800,00	5040,00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		4339,69	4699,69	4939,69	5299,69	5539,69
Inversión Inicial	28737,57					
Préstamo	19930,32					
Interés		1.578,04	1295,12	978,97	625,66	230,85
Amortización		2.408,03	2690,94	3.007,10	3.360,40	3.755,21
Capital de Trabajo	-239,48					
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		3.986,06	3.986,06	3.986,06	3.986,06	3.986,06
FLUJO DE CAJA	-9046,72	3768,20	4154,87	4666,84	5060,55	5571,92
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		-5278,53	-1123,66	3543,18	8603,73	14175,65

Tabla 29 Flujo de Caja

En el flujo de caja se aprecia la liquidez con la que cuenta la empresa, a pesar que en el flujo acumulado refleje los dos primeros años en negativo hay un flujo positivo si genera ganancia por lo tanto podemos cumplir todos los gastos obteniendo así un tir de 39% con una tasa de riesgo del 16% haciendo al proyecto rentable.

7.4. Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros)

TIR	39%
VAN	5727,07
TASA DE RIESGO	16%

Tabla 30 Análisis de la Rentabilidad

En el flujo de caja de aprecia la liquidez con la que cuenta la empresa, a pesar que en el flujo acumulado refleje los dos primeros años en negativo hay un flujo positivo si genera ganancia por lo tanto podemos cumplir todos los gastos obteniendo así un tir de 39% con una tasa de riesgo del 16% haciendo al proyecto rentable

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROE	0,31	0,36	0,41	0,46	0,51
ROA	0,19	0,20	0,22	0,24	0,26
ROS	0,14	0,15	0,16	0,16	0,17

Tabla 31 ROE – ROA - ROS

Cómo podemos observar el ROE en el año 1 es de 0,31 en el año 5 se llegará a 0,51 el ROA en el año 1 tenemos 0,19 en el año 5 obtendremos 0,26 cada año va aumentando la rentabilidad en el negocio.

7.5. Análisis de sensibilidad

Tasa de Riesgo	20%
VAN	\$ 4.359,18
TIR	39%

Tasa de Riesgo	12%
VAN	\$ 7.329,47
TIR	39%

Tabla 32 Análisis de sensibilidad

Se realiza el análisis y conocer que pasaría en el negocio si la tasa de riesgo disminuye seguirá siendo rentable para el negocio por lo cual se puede incrementar más sabores de quesadillas así generar ingresos al flujo económico.

CONCLUSIONES

- La implementación de la microempresa D' Brunette Quesadillas se presenta como una gran oportunidad dentro del mercado local puesto a que se cuenta con variedad de sabores dentro del Cantón Milagro y brinda plazas de trabajo a la población dinamizando la economía del país.
- D' Brunette Quesadillas busca potencializarse dentro del mercado obteniendo el reconocimiento por parte del mismo a través de la implementación de las estrategias de mercado planteadas dentro de nuestro plan de negocio, con la finalidad de cumplir la meta de ventas proyectadas.
- En base a los datos financieros obtenidos se puede interpretar que la microempresa cuenta con factores positivos, donde se logra cubrir el préstamo en el año 3 pese a su tiempo de recuperación se cuenta con un flujo positivo por lo tanto genera ganancia y se puede cumplir con el total del mismo e incrementar la materia prima.

RECOMENDACIONES

- Para la elaboración de las quesadillas se debe evaluar de manera constante el personal que estará a cargo de la producción de las mismas, para contar con altos estándares de calidad en el producto logrando así el desarrollo y fidelización del cliente.
- Establecer alianzas estratégicas con los proveedores de la materia prima de manera que se reduzcan los costos de producción permitiendo que la rentabilidad del negocio incremente cada año de forma considerable.
- Realizar evaluaciones (encuestas) que permitan conocer el comportamiento de compra de los consumidores así como implementar el servicio pos-venta del producto de manera que se pueda mejorar los procesos de la elaboración hasta la entrega del producto terminado de la microempresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARCSA. (FEBRERO de 2017). *www.controlsanitario.gob.e*.
- Artesano, J. N. (2008). *www.artesanos.gob.ec*.
- Bombero, B. C. (s.f.). *http://www.bomberoscalvas.gob.ec*.
- INEC. (2010).
- Interior, M. d. (12 de 2018). *www.ministeriointerior.gob.e*.
- Interior, M. d. (s.f.). *www.ministeriointerior.gob.ec*.
- JNDA. (s.f.). *http://www.artesanos.gob.ec*.
- LORTI. (2015). *www.sri.gob.ec*.
- Maps, G. (2019). *Google Maps*.
- Milagro, G. M. (2017). *http://milagro.gob.ec*.
- Porter, M. E. (2008). Estrategias Competitivas. En M. E. Porter, *Estrategias Competitivas*. Mexico : grupo editorial patria.
- Solidaria, L. d. (2019). *www.seps.gob.ec*.
- SRI. (MAYO de 2016). *www.sri.gob.ec*.
- SRI. (s.f.). *www.sri.gob.ec*.