



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
WAFFLES DE MASHWAS, EN LA PARROQUIA ANGOCHAGUA,
CIUDAD DE IBARRA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A

AUTORA: SONIA KARINA MATANGO
DIRECTOR: ING. FERNANDO VALENZUELA

IBARRA, FEBRERO 2014

RESUMEN EJECUTIVO

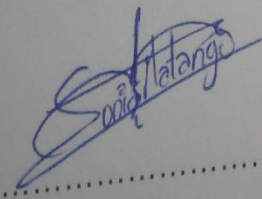
El informe corresponde a un estudio de factibilidad que contiene las pautas para la creación de una microempresa productora y comercializadora de Waffles de Mashwas. Se han seguido las condiciones técnicas y metodológicas sugeridas para la elaboración del proyecto productivo. El primer paso fue realizar un diagnóstico situacional, donde se aplicó una entrevista al Ing. Agrónomo Manuel Ruiz para conocer el cultivo, propiedades nutritivas y medicinales de las mashwas. Posteriormente, se desarrolló el marco teórico, el mismo que contiene conceptos teóricos que se tomaron en cuenta en todo el proceso de elaboración del proyecto. En el desarrollo del estudio y análisis del mercado se aplicaron encuestas a 44 posibles clientes de la microempresa, con lo que se determinó la aceptación del producto ya que existe demanda insatisfecha con relación a la oferta existente. En el estudio técnico se logró determinar que el proyecto se ubicará en la parroquia Angochagua, con una adecuada infraestructura necesaria para la normal operación de la microempresa. En el estudio financiero se justifica la inversión mediante la elaboración de los estados financieros en los cuales se reflejan los resultados positivos ya que se considera que la inversión no es alta; también se realizaron los indicadores financieros obligatorios, donde el VAN es positivo con un 11,88%, mientras que la rentabilidad del negocio es 0,38 centavos; estos datos nos permiten seguir con la ejecución de este proyecto. En la estructura organizacional consta la misión, visión, objetivos, políticas y las funciones a desempeñar por el personal de la empresa. Finalmente se establecieron los posibles impactos que tendrá la realización de este nuevo proyecto en el aspecto económico, social, educativo, y ambiental cuyo resultado en su impacto general es calificado como positivo alto. Se concluye la exposición del trabajo de grado con las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

SUMMARY

The report corresponding to a study, the which contains guidelines for the creation of a microenterprise producer and marketer of Waffles of Mashwas. Been followed the conditions technical and methodological suggested for the elaboration of project productive. The first step went perform a diagnostic situational, when apply an interview to the Engineer. Agronomist Manuel Ruiz for know properties nutritional and medicinal of the Mashwas. Later was developed the framework theoretical the same that contains concepts theoretical that theoretical took note in all the process of elaboration of project. In the developed of study and analysis of market applied surveys to 44 possible clients of the microenterprise thus it was determined the acceptance the product due to demand unmet with relationship to the supply existing. In the study technical was achievement determine that the project was located parish Angochagua with an adequate infrastructure necessary for the normal operation of the microenterprise. In the study financial is justified by investment the elaboration of the states financial in the which reflected the results positives because it is considered that investment is not high, also were made indicators financial required when the VAN is positive with a 11,88%, while that profitability of deal is 0,38 cents these data enables us go with the execution of project. in the structure organizational includes the mission, vision, objectives, policies and the functions to play by the personal of the company. Finally settled, the possible impacts that will the realization of this new project in the aspect economic social, educational, and environmental resulting in its impact general is qualified with impact positive high we conclude exposure of work of grade with the conclusions and recommendations of the investigation performed.

AUTORÍA

Yo, Matango Sandoval Sonia Karina, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100324266-4, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mí autoría: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE WAFFLES DE MASHWAS, EN LA PARROQUIA ANGOCHAGUA, CIUDAD DE IBARRA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA"; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



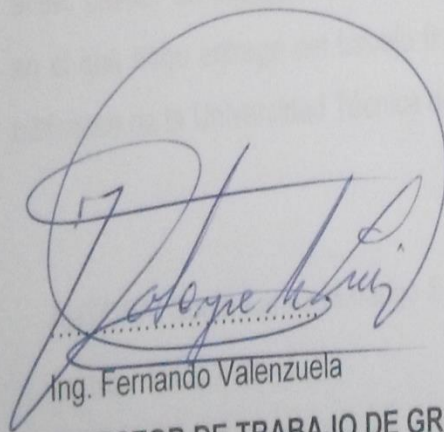
Sonia Karina Matango Sandoval

CI: 100324266-4

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada, Sonia Karina Matango Sandoval, para optar el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE WAFFLES DE MASHWAS, EN LA PARROQUIA ANGOCHAGUA, CIUDAD DE IBARRA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA", certifico que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 7 días del mes de Agosto del 2013.



Ing. Fernando Valenzuela

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Sonia Karina Matango Sandoval, con cédula de ciudadanía N° 100324266-4, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5, 6 en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE WAFFLES DE MASHWAS, EN LA PARROQUIA ANGOCHAGUA, CIUDAD DE IBARRA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar el título de: Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A , en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento en el que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



AUTORA: Sonia Karina Matango Sandoval
Cédula: 100324266-4

Ibarra, a los 27 días del mes de Febrero del 2014

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100324266-4	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Matango Sandoval Sonia Karina	
DIRECCIÓN:	Calle Huaquillas 1-106 y Galápagos, sector Huertos Familiares		
EMAIL:	soniamsandoval@yahoo.com		
TELÉFONO FIJO	2558356	TELÉFONO MÓVIL	0982743694

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de waffles de mashwas, en la parroquia Angochagua, ciudad de Ibarra de la provincia de Imbabura”
AUTOR (ES):	Matango Sandoval Sonia Karina
FECHA: AAAAMMDD	2014-02-27
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A
ASESOR / DIRECTOR	Ing. Fernando Valenzuela

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, MATANGO SANDOVAL SONIA KARINA, con cédula de ciudadanía Nro. 100324266-4, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

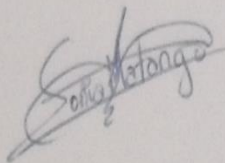
3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo

tanto, la obra es original, y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

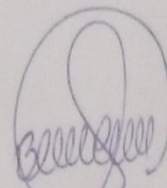
Ibarra, a los 27 días del mes de febrero 2014.

LA AUTORA:



Sonia Karina Matango Sandoval
C.I: 100324266-4

ACEPTACIÓN



Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

A Dios,

Quien guía mis pasos por el sendero correcto siempre conmigo, quien con su amor me brinda las fuerzas necesarias para seguir plasmando cada uno de mis sueños.

A mis Padres,

Por darme la oportunidad de vivir y disfrutar de las cosas maravillosas del mundo, por haberme formado con ejemplos de superación llenos de valores humanos. En especial a mi madre que con infinito amor y confianza supo comprenderme en los momentos difíciles de mi vida, por el apoyo brindado día tras día, el orgullo que siente por mí; me incentivó a culminar la carrera universitaria.

A mi hija,

Mi razón de vivir, cualquier esfuerzo o sacrificio nunca será suficiente para compensar la felicidad que traes a mi vida.

Sonia.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte,

Que me acogió durante los cinco años de estudio y puso todos los recursos para concluir la carrera universitaria.

A todos los docentes,

Que día a día sin egoísmo compartieron sus conocimientos y experiencias.

A mi Madre,

Más que madre, Amiga; quien con sus consejos sabios me enseña que con amor y paciencia se va forjando la vida en este mundo; que si mil veces caes, mil veces hay que levantarse, nunca darse por vencido hasta conseguir lo que uno quiere.

A mis hermanos por haber fomentado en mí el deseo de superación, perseverancia y el anhelo de triunfo en la vida.

A mis amigos que siempre me dieron aliento para continuar y llegar hasta el final y cumplir las metas planteadas.

Sonia.

PRESENTACIÓN

El presente proyecto, tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Microempresa productora y comercializadora de waffles de mashwas, en la parroquia Angochagua, ciudad de Ibarra de la Provincia de Imbabura, a continuación se muestra siete capítulos, conclusiones y recomendaciones finales.

El primer capítulo, parte del diagnóstico situacional, objetivos, determinación de variables diagnósticas e indicadores, metodología de la investigación utilizada, técnicas de recopilación de la información como observación directa y entrevista al Ing. Manuel Ruiz.

En el segundo capítulo se realizó un marco teórico que cimienta la investigación mediante el soporte conceptual de temas relacionados con el proyecto como microempresa, contabilidad, estados financieros, técnicas de evaluación de proyecto y datos generales de las mashwas.

En el estudio de mercado se realizó encuestas a los propietarios de los bares escolares en las diferentes unidades educativas de la ciudad de Ibarra ya que ellos conforman el mercado meta del proyecto, donde se concluyó que existe aceptación favorable del nuevo producto y ayudó a definir la presentación en función de los gustos y preferencias del consumidor.

En el estudio técnico se logró determinar el tamaño y ubicación del proyecto, con una infraestructura adecuada a las necesidades que éste lo requiere, distribución de las áreas y espacios que se requieran para la realización de las actividades en los que emprenda el proyecto, como también procesos de generación del producto, costos y requerimiento de personal.

La inversión que necesita el proyecto se especifica en el capítulo Estudio Financiero detallado en los estados financieros pro-forma proyectados, como: Estado de Resultados, Estado de Situación Financiera y Flujo de Efectivo, éste último sirviendo de base para la evaluación financiera del proyecto y determinar la rentabilidad del mismo.

La estructura organizacional, normas legales, misión, visión, políticas y funciones del personal, se establecen en el sexto capítulo, estos aspectos fueron considerados como elementos importantes para alcanzar la calidad del producto y la excelencia como microempresa.

El capítulo siete determina los posibles impactos que tiene la implementación del proyecto, y finalmente se plantean las conclusiones y recomendaciones que permitirán un mejor desarrollo del proyecto.

ÍNDICE GENERAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	i
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO.....	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE GENERAL	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
OBJETIVOS DEL PROYECTO	24
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	24
ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.....	24
CAPÍTULO DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	25
Antecedentes.....	25
Objetivo del Diagnóstico	25
Objetivo General	25
Objetivos Específicos	25
Identificación de las Variables e Indicadores	26
Mecánica Operativa del Diagnóstico	27
Diseño de Instrumentos	27
Fuentes de Información	28
Análisis de las Variables.....	28
Angochagua.....	29
Datos Generales:	31
Ubicación:.....	32

Límites:.....	32
Geografía:.....	33
Flora y Fauna	33
Determinar la situación socio económica de los habitantes de Angochagua	34
Población general de la parroquia de Angochagua.....	34
Actividad económica:.....	34
Determinar la producción de mashwas en la provincia de Imbabura	37
Matriz AOOD	40
CAPÍTULO BASES TEÓRICAS.....	41
Marco Teórico	41
Empresa.....	41
Concepto.....	41
Importancia	41
Clasificación	42
Empresas del Sector Alimenticio	44
Mashwas	45
Antecedentes	45
Importancia Nutricional y Medicinal.....	45
Características de las Mashwas	46
Producción y Consumo	46
Mercado	47
Concepto de Mercado	47
Segmentación del Mercado	47
Mercado Potencial.....	47
Mercado Meta	48
Conceptos Básicos del Estudio de Mercado	48
Demanda	48
Oferta.....	49
Demanda Insatisfecha	49
Precios	49
Comercialización	50

Macro y Micro Localización	50
Mano de Obra Directa e Indirecta	50
Materia Prima Directa e Indirecta.....	51
Costos y Gastos	52
Gastos Generales de Fabricación.....	52
Gastos de Administración.....	52
Gastos Financieros.....	53
Capital de Trabajo.....	53
Valor Actual Neto	53
Tasa Interna de Retorno	54
Estados Financieros	55
Concepto	55
Objetivo.....	55
Clasificación de estados financieros.....	55
Estado de Situación Financiera	56
Estados de Resultados	56
Estados en el Cambio de Patrimonio de los Accionistas o Socios.....	56
Estado de Flujo de Efectivo.....	57
Flujo de Caja.....	57
Punto de Equilibrio.....	57
Base Filosófica	58
Misión.....	58
Visión	58
Organigrama Estructural.....	59
Manual de Funciones	59
CAPÍTULO ESTUDIO DE MERCADO	63
Introducción	63
Objetivos del Estudio de Mercado	63
Objetivo General	63
Características.....	65
Productos Existentes en el Mercado	67
Beneficios del Producto	68

Productos Complementarios	68
Variables utilizadas en la segmentación del mercado	68
Segmentación del mercado	68
Mercado Potencial y Mercado Meta	71
Mercado Meta	71
Segmento de Mercado	71
Identificación de la población	71
Análisis de la Demanda.....	83
Demanda Actual del Producto.....	83
Oferta Actual	85
Proyección de la oferta.....	85
Estimación de la Demanda Insatisfecha	86
Demanda a captar por el Proyecto.....	88
Precios	88
Proyección del precio	90
Comercialización	91
CAPÍTULO ESTUDIO TÉCNICO.....	93
Introducción.....	93
Objetivos	93
Localización.....	94
Macro-localización.....	94
Micro-localización	95
Diseño de instalaciones	97
Tamaño del Proyecto.....	99
Mercado	99
Disponibilidad de Recursos Financieros.....	100
Materia Prima e Insumos	101
Disponibilidad de Mano de Obra.....	101
Capacidad de Producción	101
Disponibilidad Tecnológica	102
Proceso Productivo	104
Diagrama de Procesos.....	104

Presupuesto Técnico.....	107
Inversión Fija	107
Infraestructura Civil	107
Muebles y Enseres.....	108
Equipo de Computación.....	108
Equipo de Oficina.....	109
Vehículo	109
Maquinaria	109
Resumen de Propiedad Planta y Equipo	110
Gastos de Constitución	110
Costos de Producción	110
Materia Prima Directa.....	110
Mano de Obra Directa.....	111
Costos Indirectos de Fabricación.....	112
Gastos Administrativos	113
Gasto publicidad	114
Capital de trabajo	115
CAPÍTULO ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	117
Ingresos	117
Inversión del Proyecto.....	117
Capital de trabajo.....	119
Estructura de la Inversión	120
Financiamiento de la Inversión	120
Estructura del Financiamiento	120
Presupuestos de Costos y gastos.....	121
Materia prima directa.....	121
Mano de obra directa	122
Costos Indirectos de Fabricación	123
Sueldos Administrativos.....	124
Sueldo Ventas	125
Estados Financieros Proforma	125
Estado de Situación Financiera Inicial	126

Estado de Resultados.....	127
Flujo del Efectivo	128
Evaluación Financiera	128
Determinación del Costo Capital	128
Valor Actual Neto (VAN).....	129
Tasa Interna de Retorno (TIR)	130
Relación Costo Beneficio	131
Recuperación de la Inversión	132
Punto de equilibrio.....	133
CAPÍTULO: PROPUESTA ESTRATÉGICA	135
La Empresa	135
Nombre de la Empresa.....	135
Base Filosófica.....	135
Misión	135
Visión	136
Políticas	136
Principios y Valores.....	137
La Organización	138
Imagen Corporativa.....	139
Documentación de la Microempresa.....	140
Manual de funciones.....	143
Estrategias Mercadológicas de Posicionamiento.....	148
Producto	148
Precio	148
Plaza	148
Promoción	149
CAPÍTULO IMPACTOS.....	150
Impactos del Proyecto	150
Impacto Económico.....	151
Impacto Social	152
Impacto Educativo	154
Impacto Ambiental.....	155

Impacto General.....	156
CONCLUSIONES	158
RECOMENDACIONES	160
FUENTES BIBLIOGRAFICAS	161
LINKOGRAFÍA	162
ANEXOS.....	163

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Matriz de Variables.....	27
Cuadro N° 2 Datos Generales.....	31
Cuadro N° 3 Población Angochagua	34
Cuadro N° 4 Matriz AOOD.....	40
Cuadro N° 5 Nombres comunes en los países de América Latina.....	45
Cuadro N° 6 Matriz de variables Estudio de Mercado	64
Cuadro N° 7 Información Nutricional	67
Cuadro N° 8 Criterios de Segmentación de Mercado.....	69
Cuadro N° 9 Población Estudiantil de la Ciudad de Ibarra.....	69
Cuadro N° 10 Escuelas y Colegios de la ciudad Ibarra.....	70
Cuadro N° 11 Pregunta 1.....	73
Cuadro N° 129 Pregunta 9.....	81
Cuadro N° 13 Pronóstico de Ventas.....	88
Cuadro N° 14 Precio Waffles de Mashwas	89
Cuadro N° 15 Inflación Promedio.....	90
Cuadro N° 16 Proyección del Precio	90
Cuadro N° 17 Matriz de Ponderación de Factores.....	95
Cuadro N° 18 Distribución de la Planta	98
Cuadro N° 19 Disponibilidad de Recursos Financieros	100
Cuadro N° 20 Capacidad Productiva.....	102
Cuadro N° 21 Principales actores de “Tanta mashwas”	103
Cuadro N° 22 Proceso de compra de la materia prima.....	104
Cuadro N° 23 Proceso de elaboración del producto	105
Cuadro N° 24 Requerimiento de terreno.....	107
Cuadro N° 25 Infraestructura civil	107

Cuadro N° 26 Muebles y Enseres.....	108
Cuadro N° 27 Equipo de computación	108
Cuadro N° 28 Equipo de oficina	109
Cuadro N° 29 Vehículo.....	109
Cuadro N° 30 Maquinaria de producción	109
Cuadro N° 31 Total propiedad planta y equipo.....	110
Cuadro N° 32 Gastos de constitución.....	110
Cuadro N° 33 Materia prima directa.....	111
Cuadro N° 34 Requerimiento mano de obra directa	111
Cuadro N° 35 Beneficios Sociales MOD	112
Cuadro N° 36 Resumen costos indirectos de fabricación	112
Cuadro N° 37 Gastos sueldos administrativos	113
Cuadro N° 38 Suministros de oficina.....	113
Cuadro N° 39 Servicios básicos.....	114
Cuadro N° 40 Gastos sueldos de ventas	114
Cuadro N° 41 Gasto publicidad.....	115
Cuadro N° 42 Capital de trabajo	115
Cuadro N° 43 Inversión total.....	116
Cuadro N° 44 Financiamiento	116
Cuadro N° 45 Proyección de ventas.....	117
Cuadro N° 46 Terreno	118
Cuadro N° 47 Resumen de propiedad planta y equipo	118
Cuadro N° 48 Capital de trabajo	119
Cuadro N° 49 Estructura de la inversión	120
Cuadro N° 50 Distribución de la inversión.....	120
Cuadro N° 51 Tabla de amortización por años.....	121
Cuadro N° 52 Materia prima consolidado	121
Cuadro N° 53 Evolución del SBU.....	122
Cuadro N° 54 Mano de obra directa	122
Cuadro N° 55 Costos indirectos de fabricación	123
Cuadro N° 56 Depreciación de propiedad planta y equipo	124
Cuadro N° 57 Proyección salario personal administrativo.....	124
Cuadro N° 58 Proyección salario personal de ventas.....	125
Cuadro N° 59 Proyección sueldos administrativos.....	125
Cuadro N° 60 Estado de situación financiera inicial.....	126
Cuadro N° 61 Estado de resultados	127
Cuadro N° 62 Flujo del efectivo.....	128

Cuadro N° 63 Costo de capital	129
Cuadro N° 64 Valor actual neto.....	129
Cuadro N° 65 calificación del VAN.....	130
Cuadro N° 66 Cálculo valor actual neto (inferior)	130
Cuadro N° 67 Cálculo valor actual neto (superior).....	131
Cuadro N° 68 Período de recuperación de la inversión.....	132
Cuadro N° 69 Cálculo período de recuperación	133
Cuadro N° 70 Punto de equilibrio.....	134
Cuadro N° 71 Gerente.....	143
Cuadro N° 72 Secretaria	144
Cuadro N° 73 Jefe de Comercialización.....	145
Cuadro N° 74 Jefe de Producción.....	146
Cuadro N° 75 Contador.....	147
Cuadro N° 76 Matriz de medición de impactos	150
Cuadro N° 77 Matriz de impacto económico.....	151
Cuadro N° 78 Matriz de impacto social	153
Cuadro N° 79 Matriz de impacto educativo.....	154
Cuadro N° 80 Matriz de impacto ambiental	155
Cuadro N° 81 Matriz de impacto general	156

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Angochagua	30
Gráfico N° 2 Ubicación	32
Gráfico N° 3 Límites.....	33
Gráfico N° 4 Agricultura.....	35
Gráfico N° 5 Bordados.....	36
Gráfico N° 6 Símbolos ANSI.....	62
Gráfico N° 7 Etiqueta Waffles de Mashwas	65
Gráfico N° 8 Pregunta 1	73
Gráfico N° 9 Pregunta 2	74
Gráfico N° 10 Pregunta 3	75
Gráfico N° 11 Pregunta 4	76
Gráfico N° 12 Pregunta 5	77
Gráfico N° 13 Pregunta 6	78
Gráfico N° 14 Pregunta 7	79
Gráfico N° 15 Pregunta 8	80
Gráfico N° 16 Pregunta 9	81
Gráfico N° 17 Pregunta 10.....	82
Gráfico N° 18 Demanda Insatisfecha.....	87
Gráfico N° 19 Canal de Distribución	92
Gráfico N° 20 Mapa de la ubicación de la parroquia de Angochagua.....	94
Gráfico N° 21 Angochagua dentro del cantón Ibarra	96
Gráfico N° 22 Macro y micro localización de Angochagua.....	97
Gráfico N° 23 Plano de la Microempresa	99
Gráfico N° 24 Diagrama de procesos de producción	106
Gráfico N° 25 Valores institucionales.....	138
Gráfico N° 26 Organigrama Estructural	138
Gráfico N° 27 Etiqueta del producto final	139

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Elaborar el Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de Waffles de Mashwas, en la parroquia de Angochagua, ciudad de Ibarra de la Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Desarrollar el Diagnóstico del entorno del sector donde se ubicará el proyecto.
- 2) Elaborar el Marco Teórico que sustente técnica y científicamente el proyecto a través de la investigación.
- 3) Estructurar el Estudio de Mercado para determinar la oferta y demanda que tiene el proyecto.
- 4) Realizar un Estudio Técnico y de ingeniería que sustente la macro y micro-localización de la empresa del proyecto.
- 5) Diseñar un Estudio Económico Financiero para establecer la rentabilidad del proyecto.
- 6) Elaborar la Estructura Organizacional de la empresa.
- 7) Determinar los principales impactos económicos, sociales, culturales y educativos que generará este proyecto.

ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

El método es el cómo se utiliza las estrategias para cumplir una meta, los instrumentos, herramientas que se utiliza para lograr un objetivo trazado.

En el presente proyecto se utiliza metodología inductiva para recopilar información, la deductiva permite visualizar de manera general el problema, analítica para comprender la información adquirida y síntesis de la información y proponer alternativas de solución logrando mejores resultados en la investigación.

1. CAPÍTULO DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

Uno de los factores primordiales para el desarrollo del país, es la alimentación del principal motor de toda la actividad económica que son los ciudadanos y las ciudadanas del Ecuador, y con más razón si son platos típicos y con ingredientes de alto contenido nutritivo y medicinal como los cultivos ancestrales: el amaranto, la mashwa, la jícama, las achojchas, la oca, el camote; es por ello que para el presente proyecto se ha considerado al cabildo de Angochagua, para cultivar las mashwas y producir las waffles constituyéndose en una nueva forma de consumo de uno de los cultivos ancestrales.

1.2 Objetivo del Diagnóstico

1.2.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra y de forma específica a la Parroquia Angochagua de tal manera que a través del análisis AOOD se pueda identificar: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, a fin de determinar la oportunidad de inversión para la producción y comercialización de waffles de mashwas.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Estructurar datos geográficos y generales de la ciudad Ibarra y la parroquia Angochagua.

- Determinar la situación socio económica de los habitantes de la comunidad donde se va a implantar el proyecto.
- Determinar la producción de Mashwas en la provincia de Imbabura.

1.3 Identificación de las Variables e Indicadores

Con el afán de lograr los objetivos propuestos anteriormente, se han identificado indicadores directamente relacionados con los objetivos específicos del diagnóstico.

- Datos Generales de la ciudad de Ibarra y la parroquia Angochagua
- Datos generales
- Ubicación
- Límites
- Geografía
- Flora y Fauna
- Situación Socio-Económica
- Población general
- Actividades económicas
- Producción de Mashwas
- Cantidad de producción
- Variedades
- Tiempo de cosecha

Cuadro N° 1 Matriz de Variables

Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Información	Técnicas
Estructurar datos geográficos y generales de la ciudad Ibarra y la parroquia Angochagua.	Geografía y datos generales	Datos generales Ubicación Límites Geografía Flora y Fauna	Secundaria	Bibliográfica Internet
Determinar la situación socio económica de los habitantes de Angochagua.	Nivel Socio Económico	Población general Actividades económicas	Secundaria	Bibliográfica Internet
Determinar la producción de Mashwas en la provincia de Imbabura.	Producción	Cantidad de producción Variedades Tiempo de cosecha	Primaria Secundaria	Entrevista Bibliográfica Internet

Elaborado por: La autora
Año: 2013

1.4 Mecánica Operativa del Diagnóstico

Para realizar el presente diagnóstico situacional, se considera necesario aplicar la técnica de investigación, entrevista, investigación bibliográfica, linkográficas y observación directa con el fin de recopilar información veraz que exponga la realidad del entorno.

1.4.1 Diseño de Instrumentos

El diseño de los instrumentos de investigación se realizó con la finalidad de disponer de las variables y los indicadores del diagnóstico a través de los cuales es factible observar y recolectar aspectos de la realidad que se quiere conocer de los bares de las escuelas y colegios de la ciudad Ibarra.

1.4.2 Fuentes de Información

1.4.2.1 Información primaria

Observación directa.- Utilizada para determinar la disponibilidad de tiempo que tienen las amas de casa de la comunidad de Angochagua quienes conformarán el equipo de mano de obra para la elaboración de waffles de Mashwas.

Entrevista.- con el Ing. Agrónomo Manuel Ruiz, para que amplíe el conocimiento acerca de las mashwas y sus propiedades nutritivas y medicinales.

1.4.2.2 Información secundaria

Para la presente investigación se utilizó: fuente bibliográfica y linkográficas para la consulta de aspectos de la Mashwa y datos del INEC, para la información geográfica de Ibarra y Angochagua, así como la ubicación, límites, flora y fauna.

1.5 Análisis de las Variables

Datos geográficos generales de la ciudad Ibarra y la parroquia Angochagua
Ibarra

La Provincia de Imbabura, según el último decreto territorial forma parte de la Zona 1 del norte del Ecuador; conocida como Provincia de los Lagos, situada a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán, está conformada por seis cantones: Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo,

Pimampiro y Urcuquí; también es conocida por sus contrastes poblacionales, es así que la población está marcada por diferentes factores demográficos.

Imbabura cuenta con maravillosos sitios turísticos muy conocidos a nivel nacional e internacional. Uno de los lugares más visitados y reconocidos es el cantón de Ibarra.

La Villa de San Miguel de Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, conocida históricamente como "La Ciudad Blanca"; son muy comunes las frases: "ciudad a la que siempre se vuelve" por su pintoresca campiña, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes; "la bohemia del norte" por su gente conservadora, amable, abierta al arte y a la música, y tan creyente de la religión.

Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso por su paisajismo, cultura e historia. Ibarra por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la Zona 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura.

El cantón Ibarra tiene 181.175 habitantes (INEC 2010) con cinco parroquias urbanas: la Dolorosa del Priorato, San Francisco, Caranqui, El Sagrario, Alpachaca y siete parroquias rurales: Ambuquí, San Antonio, Lita, la Esperanza, Carolina, Salinas y Angochagua.

1.6 Angochagua

Parroquia que pertenece a dicha jurisdicción por decreto del 6 de julio de 1861 dictado durante el primer gobierno del Dr. Gabriel García Moreno, debido a la bondad y diversidad del clima; sitio elegido por los incas para levantar aposentos reales y fortalezas que sirvieron de fundamentos al pueblo colonial.

Gráfico N° 1 Angochagua



Elaborado por: La autora
Año: 2013

La gente que habita en esta parroquia mantienen tradiciones arraigadas como: pedidos de mano, rituales de matrimonios, bautizos, defunciones, fiestas del Inti Raymi y San Juan que se celebran en los meses de junio y julio, Semana Santa, entre otras.

Poseen formas de trabajo muy tradicionales como las mingas; hasta ahora, la cooperación simple de “cambia mano” continúa como la principal forma de organización del trabajo; el arado lo realizan con yunta de bueyes; y para las siembras y cosechas, aún se guían por las estaciones de la luna.

Por ser una parroquia muy antigua y poseer una población mayoritariamente indígena, sus raíces ancestrales influyen para la conservación de su lengua nativa, el kichwa, el mismo que es practicado por los habitantes más antiguos; lamentablemente, en las nuevas generaciones se ha ido perdiendo, enfatizando más el idioma castellano. Sin embargo, hay que resaltar que los habitantes conservan aún la vestimenta tradicional confeccionada por manos de las mujeres del lugar, con pintorescos colores que combinan la naturaleza con la amabilidad de la gente.

El diario vivir de los adultos mayores es la agricultura; en su mayoría los hombres salen a las ciudades a trabajar como albañiles, las mujeres

realizan trabajo desde casa tal como los bordados a mano y otras se dedican a la crianza de animales como gallinas, cuyes, ganado vacuno, ovejas, mismo que no requiere de tiempo completo.

Se puede definir que dentro de la comunidad sí existe mano de obra disponible ya que no todas las mujeres tienen el mismo oficio.

1.6.1 Datos Generales:

Cuadro N° 2 Datos Generales

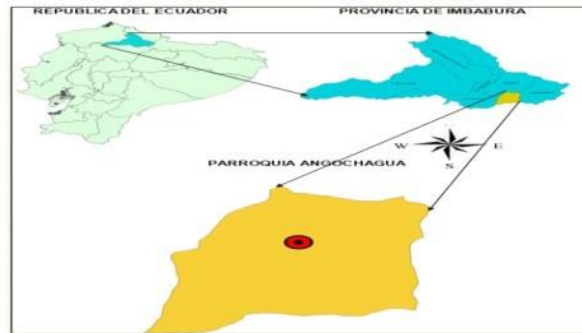
Nombre	Parroquia Angochagua
Comunidades	Magdalena, Rinconada, Angochagua, Chilco, Zuleta y Cochas
Idioma	Kichwa
Población	3.263 habitantes
Clima	Frío
Fiestas	Inti Raymi, San Juan, Semana Santa, Festividades de Parroquialización.
Gastronomía	La alimentación se basa en cultivos de la zona como: maíz, fréjol, arveja, quinua, cebada, papas. Chochos, mellocos y hortalizas.
Expresiones Culturales	El idioma, la vestimenta, costumbres y tradiciones del pueblo kichwa karanqui.

Elaborado por: La autora
Año: 2013

1.6.2 Ubicación:

Se encuentra aproximadamente a una hora de la ciudad de Ibarra.

Gráfico N° 2 Ubicación



Fuente: Municipio de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

1.6.3 Límites:

La Parroquia de Angochagua se encuentra limitada:

Al norte por la Parroquia La Esperanza del cantón Ibarra de la Provincia de Imbabura.

Al sur por la Parroquia de Olmedo del cantón Cayambe de la Provincia de Pichincha.

Al oriente por la Parroquia Mariano Acosta del cantón Pimampiro de la Provincia de Imbabura.

Al poniente por la Parroquia San Pablo del cantón Otavalo de la Provincia de Imbabura.

Gráfico N° 3 Límites



Fuente: Municipio de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

1.6.4 Geografía:

La parroquia rural de Angochagua se ubica a 10,30 km de la ciudad de Ibarra. La cabecera parroquial consta con las siguientes coordenadas geográficas:

026.589 de latitud norte y 825.385 de longitud este.

1.6.5 Flora y Fauna

1.6.5.1 Flora:

Suro (*Chusquea scandens*), pumamaqui (*Oreopanax sp.*), chilca (*Baccharis sp.*), mora (*Rubus sp.*), arrayán (*Eugenia sp.*), helechos (*Adiantum sp.*), bromelias (*Tillandsia sp.*), guanto (*Bugmansia aura*), cordoncillo (*Piper sp.*), pandala (*Prunus sp.*), cholán (*Tecoma sp.*), colca (*Miconia sp.*), gualicones (*Macleanea sp.*), moco (*Saurauia sp.*), cerote (*Hesperomeles heterophylla*), lechero (*Euphorbia sp.*), orquídeas, guayusa de monte (*Hedyosmun cumbalense*), paja (*Stipa ichu*).

1.6.5.2 Fauna:

Conejos (*Sylvilagus brasiliensis*), torcazas (*Zenaida auriculata*), mirlos (*Turdus fuscater*), gorriones (*Zonotrichia capensis*), tangaras (*Euphonia xantogaster*), sacha cuy (*Agouti taczanowski*), ardillas (*Sciurus granatensis*), mirlos (*Turdus fuscater*), entre otros.

1.7 Determinar la situación socio económica de los habitantes de Angochagua

1.7.1 Población general de la parroquia de Angochagua

Cuadro N° 3 Población Angochagua

Área # 100152	Angochagua	Porcentaje
Sexo	Casos	
Hombre	1510	46,28%
Mujer	1753	53,72%
Total	3263	100,00%

Fuente: Municipio de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

1.7.2 Actividad económica:

1.7.2.1 Agricultura

El sistema agropecuario de la Parroquia de Angochagua, se basa principalmente en áreas de potrero con pastos nativos e introducidos dedicados al pastoreo de ganado bovino y además sitios de cultivos agrícolas como: papa, maíz, haba, arveja y hortalizas, destinadas principalmente al autoconsumo.

Gráfico N° 4 Agricultura



Fuente: Municipio de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

En la zona se han desarrollado procesos de deforestación para la implementación de cultivos, este es un proceso de degradación progresiva del área, por lo que se considera la optimización del suelo para mejorar la producción agrícola, basada en prácticas de bajo impacto ambiental como es el enfoque de diversificación de productos agrícolas, manejo de animales menores, mejoramiento de los pastizales y la identificación de cultivos potenciales que generen mejores ingresos a las familias.

1.7.2.2 Bordados

En la población de Zuleta y sus alrededores encontramos a las mujeres de la localidad cargando en su bolso, tela e hilos que serán juntados por sus manos diestras y las agujas, en distintas figuras y formas con diversos colores que resaltan a la mirada. Elegantes manteles, toallas, blusas, camisas, entre otros artículos. Estos son confeccionados por niñas, jóvenes, señoras y abuelitas. En la vestimenta personal el bordado es mayormente inspirado y minuciosamente elaborado, puesto que allí se plasma la identidad.

Esta manualidad es parte de la vida de las mujeres de la zona, aunque no todas desarrollan esta actividad para el negocio. Los bordados se los

puede adquirir en los distintos locales comerciales de la comunidad de Zuleta o en la feria quincenal que se realiza en la casa Comunal.

Gráfico N° 5 Bordados



Fuente: Municipio de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

1.8 Determinar la producción de mashwas en la provincia de Imbabura

ENTREVISTA

DIRIGIDA AL INGENIERO AGRÓNOMO MANUEL RUIZ DE LA CIUDAD DE OTAVALO, SOBRE INFORMACIÓN GENERAL DE LA MASHWA

OBJETIVO:

Obtener información de una fuente primaria, sobre aspectos fundamentales de la mashwa y determinar la situación actual de éste tubérculo.

1.- ¿Cuántas clases de mashwas existen y cuáles son las propiedades nutritivas y/o medicinales?

Existen cuatro clases de mashwa: una blanca, una morada, hay también negra y amarilla; las mashwas miden de 5 a 15 cm. de largo, tienen forma cónica alargada, yemas profundas; la mashwa, ñu o yanaoca posee una textura harinosa y contiene 15% de proteínas con alto porcentaje de carbohidratos y el 80% de agua.

También sirve para tratamientos de enfermedades del hígado y riñones; además se puede usar como antibiótico y antiparasitario, es bueno contra las dolencias genitourinarias y la anemia.

2.- ¿En qué épocas del año se debe sembrar la mashwa?

Se debe sembrar en el mes de agosto, para que crezca bien ya que es la temporada.

3.- ¿Qué aspectos técnicos se deben tomar en cuenta para realizar el cultivo de la mashwa?

En general, éste tubérculo requiere de suelos oscuros, ricos en materia orgánica y ligeramente ácidos para obtener los mayores rendimientos.

El distanciamiento entre surcos de la mashwa es de 75 a 80 cm entre surcos y 20 a 25 cm entre plantas, es lo más apropiado para obtener mayores rendimientos; para sembrar las semillas deben tener brotes y demoran ocho meses en producir.

Se cosecha la mashwa cuando la planta tiene flores, se escogen los frutos maduros y se tienden al sol unos cuatro días para endulzar, pero hay que cuidar para que no le dé humedad y peor lluvia porque se echa a perder.

4.- ¿De cuántas maneras se puede consumir la mashwa?

Se puede consumir a la mashwa cocinada, sola o en coladas y locros, echo molo, en sopas; los brotes tiernos y las flores se pueden comer como verduras.

5.- ¿Qué hace falta para impulsar la producción agrícola de la mashwa en las comunidades indígenas?

En el Ecuador se cultiva en pocas cantidades este tubérculo, ya que solo se utiliza como medicina y no para consumo alimenticio, la gente en el campo no se da cuenta de lo que tienen y falta un poco de rescate a este cultivo, darle importancia a su misma tradición, viendo los valores nutritivos que tiene, viendo y constatando los contenidos nutricionales y lo medicinal a propagar, socializar este cultivo, entonces la gente va a concientizar y una vez que conozca va consumir y va ser rentable y saludable para todos.

6.- ¿Cuál es la situación actual de éste tubérculo en el medio social?

Estas plantas están en peligro de extinción y siendo plantas que inclusive no ameritan el control fitosanitario, dejando a la naturaleza se pueden lograr grandes cosechas de este producto, es muy beneficioso para la salud ya que no contiene químicos es un producto puro y nuestros ancestros vivían ochenta, noventa, cien, ciento veinte años, esto se debe precisamente porque ellos consumían este tipo de productos que contrarrestan de cierta manera hasta el cáncer.

7.- ¿Podemos decir que la mashwa es comprobado que puede ser utilizado como una alternativa medicinal?

Personalmente considero que sí, ya que se encuentra en los mercados en las áreas de hierbas curativas, sin embargo, es un producto que aún la gente no reconoce, en la mayoría de los casos ni siquiera saben de la existencia de este tubérculo que tiene muchos beneficios.

8.- ¿Usted considera que la creación de una microempresa dedicada a elaborar waffles teniendo a la mashwa como ingrediente principal, sería de beneficio para la población en general?

Bueno, es merecedor de felicitaciones este proyecto por la iniciativa de crear una microempresa que tenga y tome importancia a este cultivo ancestral que es la mashwa para que no desaparezca, estoy seguro que va a generar un gran impacto social y económico; social por la oportunidad de poder dar empleo en la comunidad donde se va implementar este proyecto y económico para la gente que produce este tubérculo.

Espero que en un futuro pueda iniciar un proceso de industrialización de mashwas ya que no solo se puede elaborar waffles, si no también té, mermelada, postres, etc. y convertir a esta microempresa en una

organización representativa de la parroquia de Angochagua y por qué no del país.

1.9 Matriz AOOR

Cuadro N° 4 Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de la gente de la comunidad. • Suelo apto para el cultivo de las mashwas. • Existencia de financiamiento en el mercado • Demanda del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Leyes vigentes • Altos salarios
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de realizar convenios con instituciones y supermercados. • Participar en ferias comunitarias. • Mercado sin explotar con productos derivados de la mashwa. 	<ul style="list-style-type: none"> • El clima • Las leyes. • Que la comunidad abandone el cultivo de Mashwas. • Que el capital para invertir no sea suficiente para arrancar con el proyecto.

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

2. CAPÍTULO BASES TEÓRICAS

2.1 Marco Teórico

“El marco teórico de la investigación o marco referencial, puede ser definido como el compendio de una serie de elementos conceptuales que sirven de base a la indagación por realizar”

Recuperada de: <http://www.mitecnologico.com/Main/MarcoTeórico>

2.2 Empresa

2.2.1 Concepto

“La empresa es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de la producción ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social”. (CHILQUINGA, Manuel; Costos 2007, pag.1)

La empresa es la unión de varios recursos que interactúan entre sí para crear un producto y/o servicio para ofrecer al mercado, con la finalidad de satisfacer al cliente, generar una utilidad o para algún beneficio social.

2.2.2 Importancia

El que exista empresas en el medio es de gran importancia para la economía del país, ya que a través de esta entidad se genera empleo, productos que aportan a la demanda del mercado de tal forma que dinamizan la economía.

2.2.3 Clasificación

La clasificación tomada en cuenta para realizar este trabajo ha sido:

Recuperada

de:

<http://www.auditoresycontadores.com/articulos/contabilidad/impuestos/89-tipos-de-empresas-en-ecuador>

a. Por su finalidad

- **Empresa Privada.**

Las empresas privadas están formadas con capitales del sector privado, es decir por personas naturales o personas jurídicas.

- **Empresa Pública**

Son entes contables que pertenecen al Estado, es decir el capital es del sector público.

- **Empresa mixta**

Son aquellas cuyo capital pertenecen tanto al sector público como al privado.

b. Según los sectores productivos

- **Empresas del sector primario:** correspondientes a las actividades que utilizan recursos naturales tal como se obtienen de la tierra o empresas extractivas, por ejemplo:

- Empresa agrícola
- Empresa ganadera

- Empresa minera

- **Empresas del sector secundario:** correspondientes a las actividades que transforman bienes, por ejemplo:

- Empresa metalúrgica

- Fábrica textil

- Fábrica de automotores

- Fábrica de juguetes

- **Empresas del sector terciario:** correspondientes a actividades que proporcionan servicios, por ejemplo:

- Bancos

- Empresa de seguros

- Supermercado

- Hotelería

c. Por su tamaño

- **Grande:** Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.
- **Mediana:** Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.
- **Pequeñas:** Se dividen a su vez en.
 - **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.

- **Micro:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).
- **Famiempresa:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva

d. Por su constitución

- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima;
- La compañía de economía mixta.
- La compañía en nombre colectivo; y,
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

e. Bases legales

- Nombre o razón social
- Figura jurídica
- Representante legal
- Constitución legal
- Número de socios
- El capital inicial
- El Dominio

2.3 Empresas del Sector Alimenticio

“Cualquier empresa con o sin fines lucrativos, ya sea pública o privada, que lleve a cabo cualquiera de las actividades siguientes: preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento,

transporte, distribución, manipulación, venta, suministro y servicio de productos alimenticios”.

2.4 Mashwas

2.4.1 Antecedentes

Cuadro N° 5 Nombres comunes en los países de América Latina

Cubaos	Colombia
Mashua, Mashwa	Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia
Mashwa (quechua)	Perú
Añu (quechua)	Perú Bolivia
Isaño, año	Perú, Bolivia, Argentina
Mishwa (aymara)	Bolivia
Apiña mama	Bolivia

Recuperado de:
<http://books.google.com.ec/books?id=Wk8KVRcuBEwC&pg=PA201&dq=cultivos+tradicionales+mashwas&hl=es-419&sa=X&ei=KPYtUu-nHYr68QT17YDgBg&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=cultivos%20tradicionales%20mashwas&f=false>
 Año: 2013

2.4.2 Importancia Nutricional y Medicinal

La Mashwa tiene un alto valor nutritivo. Los sólidos pueden componer 20% de la materia seca, de la cual el 11% es proteína. Este tubérculo tiene un alto contenido de ácido ascórbico (67mg por 100g en base fresca). El contenido de proteína puede variar de 6.9% a 15,9% en base seca.

El principal componente de las Tropaeolaceas son los glucosinolatos que pueden ser responsables para usos medicinales de la especie. Las gentes andinas creen que los tubérculos cocinados son especialmente buenos para las enfermedades del hígado y los riñones (Acosta-Solis, 1980),

2.4.3 Características de las Mashwas

La mashwa es una planta herbácea, glabra en todas sus partes, de crecimiento inicialmente erecto que luego varía a semiprostrado y trepadora ocasionalmente mediante pecíolos táctiles (Tapia et al., 1979; Arbizu y Tapia, 1992).

Las hojas son alternas, brillantes en el haz y más claras en el envés, peltadas con entre tres y cinco lóbulos. Las flores de mashwa son solitarias, zigomorfas que nacen en las axilas de las hojas. El fruto es un esquizocarpo formado de tres mericarpos uniseminados indehoscentes. La semilla botánica es viable (Cárdenas, 1969; Sparre, 1973; Rpbles, 1981, citados por Monteros (1996)).

2.4.4 Producción y Consumo

Adaptación al cultivo.- Al igual que el melloco y la oca, la mashwa se encuentra en pequeñas parcelas, sola o intercalada con otros cultivos, desde Colombia hasta el norte de Argentina. Este cultivo se desarrolla mejor en campos con materia orgánica y a altitudes entre los 3.700 y 4000 metros. Su rendimiento puede alcanzar 70 toneladas por hectárea. La mashwa ha tenido una gran difusión, especialmente en Colombia. Tiene gran resistencia a las enfermedades y las plagas.

Se usa como alimento; debido a su sabor picante, no tiene muchos seguidores. En el sur de Colombia la mashwa se prepara con cebolla, pimiento y huevo. En Bolivia y Perú se deja el tubérculo a la intemperie toda la noche y al día siguiente se come con miel. A esto se le llama “thayacha”. Se produce a una altura de 3500 a 4000.

2.5 Mercado

2.5.1 Concepto de Mercado

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados en un espacio y tiempo definido”.

(Barreno, 2005, pág. 10)

De acuerdo a lo anterior, se puede decir que mercado es el espacio en donde interactúa la oferta y la demanda realizando transacciones de productos y servicios a precios determinados en un lugar y tiempo definido.

2.5.2 Segmentación del Mercado

“Segmentación de mercado es un proceso mediante el cual se identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneos, es decir, se divide el mercado en varios sub mercados o segmentos de acuerdo a los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores.”(Philip Kotler, 2008)

La segmentación de mercado es separar a los consumidores de acuerdo a los deseos de compra y capacidad de adquisición.

2.5.3 Mercado Potencial

Según:(Pelaez Avalos, 2012)

<http://markegruop.blogspot.com/2009/03/mercado-potencial-vs-mercado-objetivo.html>

Mercado potencial: Es aquel mercado conformado por el conjunto de clientes que no consume el producto que deseamos ofrecer, debido a que

no tienen las características exigidas por nosotros del segmento al que deseamos vender, porque consumen otro producto (pollo), le compran a la competencia, ya sea uno similar o un sustituto (conservas de atún) o sencillamente no consumen por temor a ver afectado su salud.

2.5.4 Mercado Meta

Manifiesta que “Mercado Meta es el conjunto de consumidores con necesidades o características comunes que la empresa se propone atender.”

Recuperado de: www.emprendedoresucu.com/diccionario.htm

Se define al mercado meta como el mercado objetivo que está en capacidad o dispuesto a adquirir el producto o servicio de la empresa, en base al cual el negocio apunta o direcciona las actividades para satisfacer las necesidades de este mercado.

2.6 Conceptos Básicos del Estudio de Mercado

2.6.1 Demanda

“Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca” (Andrade, 2005, pág. 215)

Es la capacidad adquisitiva del comprador, que va de acuerdo a la cuantía y sitio donde se encuentre el producto; sea para satisfacer necesidades propias del consumidor o para generar utilidades en el mercado.

2.6.2 Oferta

“La cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta”. (Cultural S.A, 2008, pág. 237)

Explica a la oferta como la cantidad de bienes o servicios que los productores colocan en el mercado y que están destinados a la venta con un precio determinado.

2.6.3 Demanda Insatisfecha

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

La demanda insatisfecha es el segmento del mercado que no ha sido atendido por los oferentes.

2.6.4 Precios

“...(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”. Kotler, Philip & Armstrong, 2008, pág. 353.

Tomando en cuenta el criterio anterior, el precio es la cantidad de dinero que se paga a cambio de un producto o servicio que dé un beneficio al consumidor.

2.6.5 Comercialización

“Se basa en la idea de satisfacer las necesidades del cliente por medio del producto y de toda la gama de aspectos relacionados con la creación, la entrega y finalmente el consumo del mismo.” (Arcila & Cristobal O, 2006, pág. 80)

Basados en esta definición se puede decir que la comercialización está inmersa en el producto desde el inicio de la creación del producto hasta el término del mismo, o sea cuando llega al cliente para el consumo.

2.6.6 Macro y Micro Localización

“La macro localización es la zona general en donde se instalará la empresa o negocio y la micro localización es elegir el punto preciso dentro de la zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio”. (Arboleda German , 2005)

Con este antecedente, se considera a la macro localización de forma general como la ubicación de la empresa; en cambio, la micro localización es el punto específico donde se encuentra el negocio por ejemplo: macro localización sería Imbabura y micro localización vendría a ser Ibarra.

2.7 Mano de Obra Directa e Indirecta

Mano de Obra Directa *“Fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervenga manualmente o accionando máquinas”;* ***Mano de Obra***

Indirecta “Fuerza de trabajo que participa en forma indirecta en la transformación de un producto. Ejemplos: Supervisores en fábrica, capataces, personal de mantenimiento, oficinistas de fábrica, etc.” (Chiliquinga Jaramillo, 2007, pág. 10)

En base al criterio anterior se considera a la mano de obra directa como el trabajo que está directamente inmiscuida en la transformación de la materia prima a producto terminado; en cambio, la mano de obra indirecta es el trabajo que no interviene en el proceso de transformación de los materiales.

2.8 Materia Prima Directa e Indirecta

Materia Prima Directa “constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado. Ejemplos: tela, hierro, madera, etc.” **Materia Prima Indirecta** “Estos pueden o no formar parte del producto terminado. Ejemplos: hilos, suelda entre los primeros, envases y embalajes entre los segundos.

Los materiales indirectos son de difícil cuantificación por dos razones fundamentales, tiempo y costo”. (Chiliquinga Jaramillo, 2007, pág. 9)

Basándose en las definiciones antes mencionadas se puede establecer una clara diferencia entre materia prima directa e indirecta ya que la una es parte del proceso de transformación que después será el producto y la otra puede o no formar parte del producto terminado, respectivamente.

2.9 Costos y Gastos

“COSTO es el conjunto de valores incurridos en un período perfectamente identificados con el producto que se fabrica. El costo es recuperable. **GASTO** son los valores que se aplican para cumplir con las funciones de administrar, vender y financiar (Costo de Distribución)”. (Chiliquinga Jaramillo, 2007, pág. 9)

2.10 Gastos Generales de Fabricación

“Llamados También carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican. No se identifican con un solo producto o proceso productivo.” (Chiliquinga Jaramillo, 2008)

Son los gastos en los que la empresa incurre en personal administrativo, que son los que se encargan de controlar la optimización de los recursos materiales y económicos, en todos los procesos de producción.

2.11 Gastos de Administración

Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación organización, dirección, control y evaluación de la empresa”. (Chiliquinga Jaramillo, 2007, pág. 9)

Representa todos los gastos o desembolsos que se realiza por conceptos administrativos de la empresa, sean éstos sueldos, trámites legales, útiles de oficina, muebles y enseres de oficina, etc.

2.12 Gastos Financieros

“Llamadas también cargas financieras. Son pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras”.

(Chiliquinga Jaramillo, 2007, pág. 9)

Son todos los desembolsos que se realiza, generados por un endeudamiento con alguna entidad financiera para un tiempo y tasa de interés determinado.

2.13 Capital de Trabajo

“El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación), es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula restando, al total de activos de corto plazo, el total de pasivos de corto plazo.” Recuperado de: [http://es.wikipedia.org/wiki/Capital de trabajo](http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo)

Con este antecedente se puede decir que el capital de trabajo es un valor de dinero que se requiere para que las operaciones de un negocio no se paraliquen.

2.14 Valor Actual Neto

“El cálculo del valor actual neto es necesario en la toma de decisiones financieras, en el tanto para el financiamiento, como para una inversión a futuro, no es otra cosa que la eliminación de las causas de distorsión del dinero a través del tiempo, mediante el cálculo de los flujos de fondos presentes y futuros, positivos y negativos en valores homogenizados o montos de igual valor,

convirtiéndose en una de las herramientas indispensables de la Administración Financiera para la toma de decisiones tanto para el financiamiento, con el fin de calcular el costo real de financiamiento o para una inversión, con el fin de calcular el rendimiento real de la inversión y la forma como se recupera dicha inversión, así como el tiempo en el que se recupera”. (Chiriboga Luis, 2010, pág. 257)

Por lo anteriormente anotado podemos decir que el valor actual neto, es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente. Es una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos y principalmente para la toma de decisiones adecuadas.

2.15 Tasa Interna de Retorno

“La tasa interna de retorno se define como el valor de la tasa de actualización en que se iguala el valor actual de los ingresos con el valor actual de los egresos: para lo cual, es necesario calcular un CASH-FLOW resultante de la operación anual durante la vida útil del proyecto considerando además el valor residual o valor de salvamento de los activos”. (Costales & Bolívar, 2009, pág. 227)

La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo durante la vida útil del proyecto; conjuntamente con el VAN, nos permitirá la acertada toma de decisiones dentro de la ejecución del presente estudio de factibilidad.

2.16 Estados Financieros

Según: Freire. Jaime, Verónica Guía Práctica de Auditoría Financiera, Nueva edición 2011.

2.16.1 Concepto

“ La presentación del resumen de saldos de las cuentas contables originadas en el registro de transacciones de una empresa u organización durante un periodo determinado, se denominan estados financieros, los que deben escribirse en lenguaje apropiado, capaz de que puedan sin dificultad interpretar los sectores interesados, como socios, accionistas, inversionistas, clientes, proveedores, bancos, autoridades tributarias, organismos de control”.

2.16.2 Objetivo

Los estados financieros tienen la finalidad de presentar de manera objetiva e imparcial, la posición financiera, los resultados de las operaciones, los cambios en el patrimonio y sus flujos de efectivo para un período determinado, de acuerdo a las normas internacionales de contabilidad.

2.16.3 Clasificación de estados financieros

Los estados financieros básicos son:

- Estado de Situación Financiera
- Estados de Resultados y Resultados Integrales.
- Estados en el Cambio de Patrimonio de los Accionistas o Socios.
- Estado de Flujo de Efectivo.
- Notas Aclaratorias

2.16.4 Estado de Situación Financiera

Refleja la posición financiera de una empresa a una fecha determinada, esto es lo que proporciona información sobre la situación financiera de una organización en un momento determinado; este balance debe reflejar todos los hechos relacionados con la naturaleza, montos y valoración de los activos de la empresa, de sus pasivos y del patrimonio de los accionistas.

2.16.5 Estados de Resultados

Este estado nos permite conocer los resultados económicos de la empresa, es dinámico porque abarca los resultados de los movimientos realizados por la misma, en un periodo determinado; es decir, entre dos fechas de corte de determinado mes o año, normalmente entre el primer día de enero y el cierre del ejercicio económico.

Nos presenta los ingresos y gastos obtenidos por la empresa o entidad durante un período determinado, y la utilidad o pérdida en tal período. Revela el desempeño de la compañía.

Permite visualizar las rentas que se han obtenido y los gastos en que se han incurrido durante un ejercicio económico.

2.16.6 Estados en el Cambio de Patrimonio de los Accionistas o Socios

Sirve para establecer o demostrar los cambios presentados en las cuentas patrimoniales durante el período contable; es decir, refleja las variaciones de cada una de las cuentas que conforman el patrimonio: capital social, reservas, aportes para aumentos de capital, superávits por valuaciones, utilidades retenidas o déficit acumulado, distribución de utilidades; entre otras.

2.16.7 Estado de Flujo de Efectivo

Es parte integral de los estados financieros; proporciona una base para evaluar la habilidad de la empresa para generar efectivo y sus equivalentes y las necesidades de la empresa en las que fueron utilizadas dichos flujos de efectivo. Las decisiones económicas que toman los usuarios requieren una evaluación de la habilidad de una empresa para generar efectivo y sus equivalentes, así como la oportunidad y certidumbre de su generación.

2.17 Flujo de Caja

“El flujo neto de caja representa en una forma esquemática las salidas y las entradas de dinero al proyecto, permitiendo aplicar ciertos criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financiero” (Miranda Juan José, 2009, Pág. 195)

Con respecto al flujo de caja se dice que es un detalle de los ingresos y egresos de dinero de la empresa, dentro de un tiempo establecido que comúnmente es de un año.

2.18 Punto de Equilibrio

“Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde”. (Chiliquinga Jaramillo, 2007, pág. 49)

Se dice que el punto de equilibrio es cuando la empresa recupera la inversión de la producción, es así que en este aspecto el negocio se encuentra en un punto neutro.

Fórmula: en función del INGRESO

$$\text{En \$: PE} = \text{CF} + \frac{\text{CV}}{V} (\text{PE}) + \text{UTILIDAD}$$

Dónde:

CV = Costo Variable

CF = Costo Fijo

V = Ventas

UTILIDAD = 0

$$\text{En unidad de producto: PE} = \frac{\text{PE en \$}}{\text{PV u}}$$

2.19 Base Filosófica

2.19.1 Misión

“La Misión es lo que pretende hacer la empresa y para quién lo va hacer. Es el motivo de su existencia, da sentido y orientación a las actividades de la empresa; es lo que se pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes potenciales, del personal, de la competencia y de la comunidad en general” Recuperado de: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Vision-Mision>

En base a esto podemos decir que la Misión es la razón de ser de las empresas, es la planificación de las actividades a seguir para cumplir con los objetivos de la entidad.

2.19.2 Visión

“La Visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”.

Recuperado de: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Vision-Mision>

Entonces podemos decir que la visión es lo que quiere llegar a ser la empresa en el futuro, dentro de un tiempo determinado. Se puede decir en otras palabras que la visión es el sueño empresarial.

2.19.3 Organigrama Estructural

Manifiesta que “Los organigramas estructurales son representaciones gráficas de la estructura formal de una organización, que muestran las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos, las obligaciones y la autoridad existentes dentro de ella”. FERNANDÉZ Esteban, *Administración de empresas, un enfoque interdisciplinar*, España (2010).

La cita antes mencionada nos dice que el organigrama estructural es una representación gráfica del cómo están distribuidos los niveles jerárquicos, departamentos de la empresa o negocio.

2.19.4 Manual de Funciones

Un manual de funciones o manual de organización comprende las funciones o responsabilidades de cada área de la empresa, por ejemplo gerencia, producción, ventas, etc. describiendo como se intervienen en el funcionamiento general de la empresa, contiene la visión, misión, los objetivos, metas y la descripción de cada área así como sus responsabilidades.

Recuperado de:

<http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090605145751AAEGd61>

Un manual de funciones es el detalle de las actividades que realiza cada empleado dentro de la organización, de acuerdo a cada nivel jerárquico.

2.20 Flujo gramas

Es una presentación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso.

Además de la secuencia de actividades, el flujograma muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas; el flujo grama hace fácil el análisis de un proceso para la identificación de las entradas de proveedores, las salidas de sus clientes y de los puntos críticos del proceso.

Símbolos

El flujograma utiliza un conjunto de símbolos para representar las etapas del proceso, las personas o los sectores involucrados, la secuencia de las operaciones y la circulación de los datos y los documentos. Los símbolos más comunes utilizados son los siguientes:

Límites: Este símbolo se usa para identificar el inicio y el fin de un proceso:



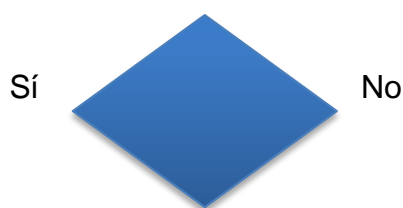
Operación: Representa una etapa del proceso. El nombre de la etapa y de quien la ejecuta se registra al interior del rectángulo:



Documento: Simboliza al documento resultante de la operación respectiva, en su interior se anota el nombre que corresponda:



Decisión: Representa al punto del proceso donde se debe tomar una decisión. La pregunta se escribe dentro del rombo, muestra la dirección del proceso en función de la respuesta real:



Sentido del flujo: Significa el sentido y la secuencia de las etapas del proceso:


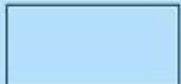







Diagramas ANSI

La diagramación de flujos ANSI (American National Standard Institute) es aquella que recoge de forma completa y detallada cada uno de los pasos que integran el procedimiento dejando constancia, a través de las figuras procedentes y aceptadas por su Norma, de todas aquellas incidencias que pueden sobrevivir en el proceso. De esa forma, y a modo de ejemplo, refleja todas las actividades de supervisión, mecanografía, recepción y entrega de documentación, e incluso las copias que se generan para el registro y archivo de los documentos.

Símbolos:

Gráfico N° 6 Símbolos ANSI

SIMBOLO	REPRESENTA
	Inicio o término. Indica el principio o el fin del flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad. Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.
	Documento. Representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas.
	Archivo. Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.
	Conector. Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

Fuente: <http://www.mailxmail.com/cursos/curso-analisis-organizacional-segunda-parte/norma-ansi>

3. CAPÍTULO ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

En la actualidad la población se ha olvidado de la importancia de los alimentos que consumían nuestros antepasados, a tal grado que el cultivo se ha reducido y se han sustituido por comidas que no contienen un porcentaje nutricional y peor aún medicinal; pensando en la salud de las personas se genera la idea de incorporar al mercado las Waffles de Mashwas.

A continuación se desarrolla el Estudio de Mercado para la creación de una microempresa de producción de waffles a base de mashwas y su comercialización en los bares de escuelas y colegios de la ciudad de Ibarra, en el cual se analizarán variables como la oferta, demanda, precio y canales de distribución del producto a ofrecerse, además se determinará la prefactibilidad para la realización del proyecto y así tener una idea clara de cómo será la aceptación de nuestro producto en el mercado.

A continuación se detallan los objetivos que motivan a la realización de este estudio.

3.2. Objetivos del Estudio de Mercado

3.2.1. Objetivo General

Realizar el Estudio de Mercado para conocer los clientes potenciales, la aceptación del producto, la oferta, el precio y comercialización del mismo.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Conocer qué tipos de productos existen en el mercado.
- Identificar el nivel de consumo a fin de determinar la factibilidad del proyecto.
- Conocer el precio del producto en la fase de comercialización.
- Formular estrategias de comercialización que permitan el ingreso y posicionamiento del producto en el mercado.
- Determinar el tipo de publicidad que la microempresa aplicará para darse a conocer en el sector.

Cuadro N° 6 Matriz de variables Estudio de Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTE
Conocer qué tipos de productos existen en el mercado	Oferta	Producto	Observación directa	Primaria
Identificar el nivel de consumo a fin de determinar la factibilidad del proyecto	Demanda	Producto	Encuesta	Primaria
Conocer el precio del producto en la fase de comercialización.	Precio	Mecanismos para la determinación del Precios	Encuesta Información documental	Primaria
Formular estrategias de comercialización que permitan el ingreso y posicionamiento del producto en el mercado.	Comercialización	Canales de distribución Presentación del Producto Servicio al cliente Destino de la producción	Encuesta Información documental	Primaria
Determinar el tipo de publicidad que la microempresa aplicará para darse a conocer en el sector.	Publicidad	Satisfacción de la Demanda	Encuesta Información documental	Primaria (Consumidor)

Elaborado por: La autora
Año: 2013

3.3. Identificación del Producto

La microempresa se dedicará a producir waffles de mashwas elaborada con materia prima de calidad, saludable y medicinal, cultivada en la comunidad de Angochagua y comercializar en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Debido a la necesidad de rescatar y promocionar las mashwas, se elaboran las waffles teniendo como su ingrediente principal a este tubérculo.

3.4. Características

Las waffles serán elaboradas con las mashwas, de ahí su nombre waffles de mashwas o en idioma kichwa **TANTA MASHWAS**, ya que serán fabricadas con manos de mujeres netamente indígenas de la comunidad de Angochagua, es por ello que se considera el nombre en idioma kichwa.

Gráfico N° 7 Etiqueta Waffles de Mashwas

Proteína	2.85g
Grasa	2.82g
Grasa Saturada	0.763g
Grasa Polinsaturada	0.722g
Grasa Monosaturada	1.99g
Coolesterol	5mg
Sodio	0.28g
Fibra	1g
Azúcar	1.84g
Mashwas	1.5g

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

www.cultivossumaksisas.com Email: cultivossumaksisas@gmail.com Cel: 0982743694

TANTA MASHWAS
WAFFLES DE MASHWAS

Desde Angochagua
un sabor ancestral

www.cultivossumaksisas.com Email: cultivossumaksisas@gmail.com Cel: 0982743694

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Presentación:

Las waffles saldrán al mercado con la siguiente presentación:

Empacadas en fundas de polipropileno para su conservación.

Tendrán en la parte superior un distintivo doble cara donde consta:

Marca= Tanta Mashwas

Slogan= Desde Angochagua, un sabor ancestral

Logo=



Página web= www.cultivosumaksisas.com

Dirección electrónica= cultivosumaksisas@gmail.com

Dirección = Angochagua, a 200 metros de las canchas deportivas.

Contactos= Cel. 0982743694.

En esta etiqueta constará toda la información de la microempresa, luego serán selladas; esto permite establecer una estrategia publicitaria para crear la imagen positiva de la entidad, captando consumidores e influyendo en la compra del producto.

Saldrán al mercado en presentaciones de 2 unidades, de 100gr. Serán elaboradas de acuerdo a las normas sanitarias y de calidad correspondientes.

Las waffles de mashwas son dulces, cuyas características principales son:

- Se definen como un producto de consistencia similar al pan, obtenida de la cocción y concentración de mashwas saludables y medicinales.

- Las principales propiedades organolépticas y físicas son:
 - ✓ Color crema
 - ✓ Olor propio de Mashwa
 - ✓ Sabor dulce
 - ✓ Textura uniforme
 - ✓ Medidas 11,5 cm por 11,5 cm

Cuadro N° 7 Información Nutricional

INDICADORES	
Proteína	2,85g
Grasa	2,82g
Grasa Saturada	0,763g
Grasa Polinsaturada	0,722g
Grasa Monoinsaturada	1,99g
Colesterol	5mg
Sodio	0,28g
Fibra	1g
Azúcar	1,84g
Mashwas	1,5 g

Elaborado por: La autora
Año: 2013

3.5. Productos Existentes en el Mercado

Se puede observar como competencia a los productos de INALECSA – inacake, ya que son productos similares a las waffles de mashwas; sin embargo, no es competencia directa porque estos productos no son permitidos para la venta en bares escolares por su contenido nutricional, es por ello que se tomará como referencia el movimiento del pan o sandwiches en los bares escolares de las diferentes unidades educativas.

3.6. Beneficios del Producto

Al ser elaboradas con mashwas que es un tubérculo con propiedades nutritivas y medicinales, contribuirá a la salud de todos quienes la consuman ya que tiene propiedades anticancerígenas, proteínas, y vitaminas A, B, C, D y E.

3.7. Productos Complementarios

Las waffles se pueden servir con productos que complementen tales como leche, yogurt o cualquier bebida de gusto y preferencia del consumidor.

3.8. Variables utilizadas en la segmentación del mercado

Para conocer y establecer los aspectos relacionados a la oferta y demanda se obtendrá información de fuente primaria es decir mediante encuestas que se aplicarán directamente a los bares escolares; cabe señalar que los datos que resulten de ésta serán de vital importancia para el análisis del mercado así como la información de la página web del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, ya que contiene información actualizada en cuanto a cifras sociales y económicas conforme al último Censo de Población y Vivienda efectuado en el año 2010.

3.9. Segmentación del mercado

La segmentación aplicada al mercado fue geográfica; sin embargo, se considera otras características que se detallan a continuación:

Cuadro N° 8 Criterios de Segmentación de Mercado

CRITERIOS DE SEGMENTACION	DE	SEGMENTACION DEL MERCADO
<u>Geografía:</u> Región Provincia Cantón Parroquias Urbanas		Sierra Imbabura Ibarra Priorato, San Francisco, Caranqui, Sagrario y Alpachaca
<u>Demografía:</u> Edad Género		De 6 años en adelante Masculino y femenino
<u>Conductuales:</u> Preferencia		Comer saludable, nutritivo y rico.
<u>Económico</u> Nivel Económico		Accesible a todos las personas.

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro N° 9 Población Estudiantil de la Ciudad de Ibarra

N°	Instrucción	Población
1	Primaria	38.603
2	Secundaria	28.985
	Total estudiantes	67.588

Fuente: Censo de población y vivienda 2010 – INEC
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro N° 10 Escuelas y Colegios de la ciudad Ibarra

N°	COLEGIOS
1	Colegio Experimental "Teodoro Gómez de La Torre" (TGT)
2	Colegio San Francisco (fisco-misional)
3	Colegio Nacional Ibarra (CNI) (público)
4	Colegio Nacional Víctor Manuel Guzmán (público)
5	Colegio Sagrado Corazón de Jesús "Betlemitas" (privado)
6	Colegio Salesiano "Sánchez y Cifuentes" (privado)
7	Colegio La Inmaculada Concepción (privado)
8	Colegio La Salle (privado)
9	Colegio Oviedo (privado)
10	Colegio Virgen de Fátima (privado)
11	Colegio Mercedario San Pedro Pascual (privado)
12	Colegio Juan Pablo II (privado)
13	Colegio Diocesano Bilingüe (privado)
14	Colegio Técnico "17 de julio" (público)
15	Pensionado Atahualpa (privado)
16	Colegio de Bellas Artes (Daniel Reyes) (público)
17	Pensionado La Victoria (privado)
18	Colegio Los Arrayanes (privado)
19	Colegio Los Alamos (privado)
20	Liceo Aduanero (privado)
21	Academia Militar San Diego (privado)
22	"Victoria" Bilingual Christian Academy (privado)
23	Colegio Nacional Yahuarcocha (público)
	ESCUELAS
24	Escuela Modelo Velasco Ibarra (pública)
25	Escuela Sagrado Corazón de Jesús "Betlemitas" (privada)
26	Escuela "Franciscana" Oviedo (privada)
27	Escuela Salesiana Don Bosco (privada)
28	Escuela del Instituto Rosales "La Salle" (privada)
29	Escuela María Angélica Idrobo (pública)
30	Escuela La Inmaculada Concepción (privada)
31	Escuela "Pensionado La Victoria" (privada)
32	Escuela Liceo Aduanero (privada)
33	Escuela Los Alamos (privada)
34	Escuela Teodoro Gómez de La Torre (pública)
35	Escuela Virgen de Fátima (privada)
36	Escuela Diocesana Bilingüe (privada)
37	Escuela 28 de Septiembre (pública)
38	Escuela Lidia Sevilla León (privada)
39	Escuela Ana Luisa de Leoro (pública)
40	Escuela Luis Leoro Franco (pública)
41	Escuela Madre Tereza Baco (privada)
42	Escuela "Victoria" Bilingual Christian Academy (privada)
43	Escuela San Juan Diego (privada)
44	Escuela Aida León de Rodríguez Lara

Fuente: Censo de población y vivienda 2010 – INEC

Elaborado por: La autora

Año: 2013

3.10. Mercado Potencial y Mercado Meta

3.10.1. Mercado Meta

El mercado objetivo de la microempresa son los padres de familia preocupados por la alimentación nutricional de sus hijos para su adecuado desarrollo físico y mental.

3.10.2. Segmento de Mercado

En su etapa inicial se entregará a los bares escolares ya que los niños, niñas y adolescentes son los consumidores potenciales del producto en el presente proyecto; después se extenderá el mercado a las tiendas y supermercados de la ciudad, bares escolares en los demás cantones de Imbabura, cumpliendo de esta manera el objetivo de posicionamiento en el mercado.

3.10.3. Identificación de la población

Está constituida por todas las escuelas y colegios de la ciudad de Ibarra, según datos del Ministerio de Educación Provincial existen 44 Unidades Educativas.

Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

Fórmula:

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

Dónde:

n= Tamaño de la Muestra

N= Tamaño de la población 44

δ^2 = varianza 0,25

z^2 = nivel de confianza 1,96

E^2 = margen de error 5%

$$n = \frac{44 * 0,25 * 3,84}{0,0025 (44 - 1) + 0,25 * 3,84}$$

$$n = \frac{42,24}{1,3728}$$

$$n = 30,77$$

$n = 31$ Bares escolares a encuestar

La población a ser encuestada es de 31 bares escolares, sin embargo, al existir poca diferencia entre la muestra y el universo se decide realizar las encuestas a toda la población para obtener información total y real de la investigación.

Tabulación y procesamiento de la información

La encuesta va dirigida a los bares escolares del sector urbano de la ciudad de Ibarra, porque son clientes potenciales que llegarán de forma directa a los consumidores.

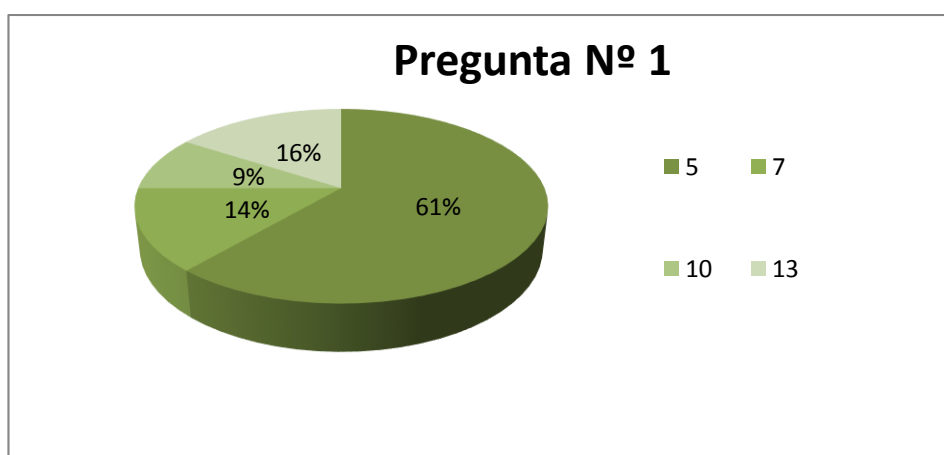
1) ¿Cuál es la cantidad que vende semanalmente productos como pan, sandwiches o tortillas?

Cuadro N° 11 Pregunta 1

ALTERNATIVA	F	%
5	27	61%
7	6	14%
10	4	9%
13	7	16%
TOTAL	44	100%

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: La autora
 Año: 2013

Gráfico N° 8 Pregunta 1



Fuente: Encuesta
 Elaborado por: La autora
 Año: 2013

ANÁLISIS

Se entiende que el 61% de los bares escolares son los que más movimiento tienen en la venta del pan, mientras que el 16% venden 13 unidades a la semana, el 14% tienen una venta de 7 panes a la semana y el 9% venden 10 unidades semanalmente.

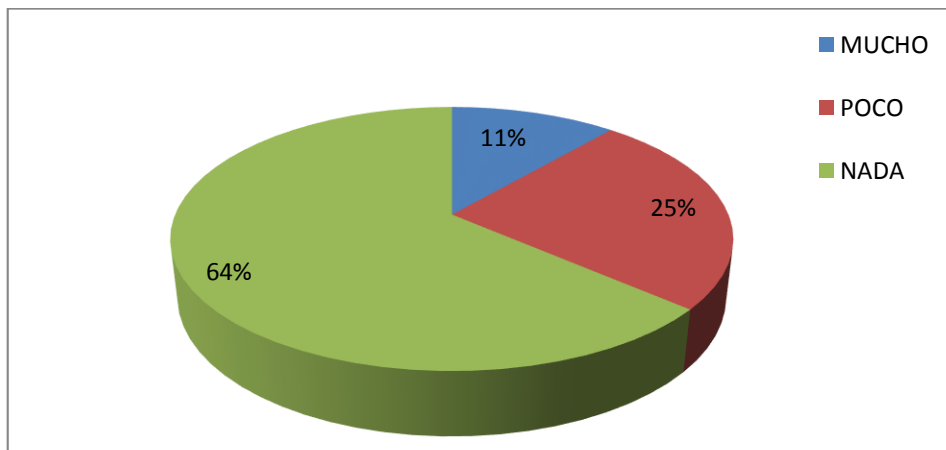
2) ¿Conoce la existencia de las mashwas, sus propiedades Nutricionales y medicinales?

Cuadro N° 12 Pregunta 2

ALTERNATIVA	F	%
MUCHO	5	11%
POCO	11	25%
NADA	28	64%
TOTAL	44	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Gráfico N° 9 Pregunta 2



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS

El 11% tiene conocimiento de que son las mashwas y sus propiedades nutricionales, el 25% apenas ha escuchado acerca de este tubérculo y el 64% tienen total desconocimiento. Significa para el proyecto que se debe aplicar una fuerte campaña de publicidad para dar a conocer las mashwas, así también el nuevo producto para que padres y madres de familia opten por esta nueva alternativa de lunch para sus hijos.

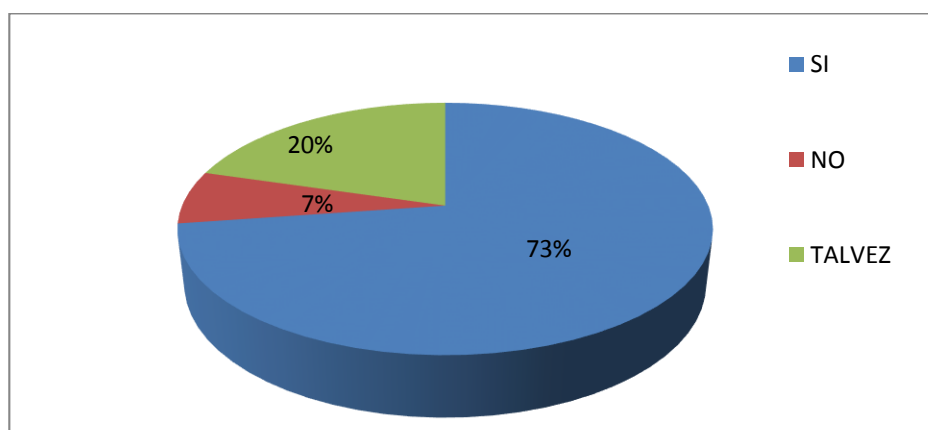
3.- ¿Estaría dispuesto a incorporar las waffles de mashwas en su bar?

Cuadro N° 13 Pregunta 3

ALTERNATIVA	F	%
SI	32	73%
NO	3	7%
TALVEZ	9	20%
TOTAL	44	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Gráfico N° 10 Pregunta 3



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS

Del universo encuestado el 73% tiene una acogida de las waffles de mashwas ya que les parece un producto innovador sobre todo por el ingrediente especial e importante que éste contiene, mientras que el 20% se quedaron pensando en la posibilidad de adquirir, sin embargo el 7% definitivamente no comprarían el producto debido a que los estudiantes son de paladar especial.

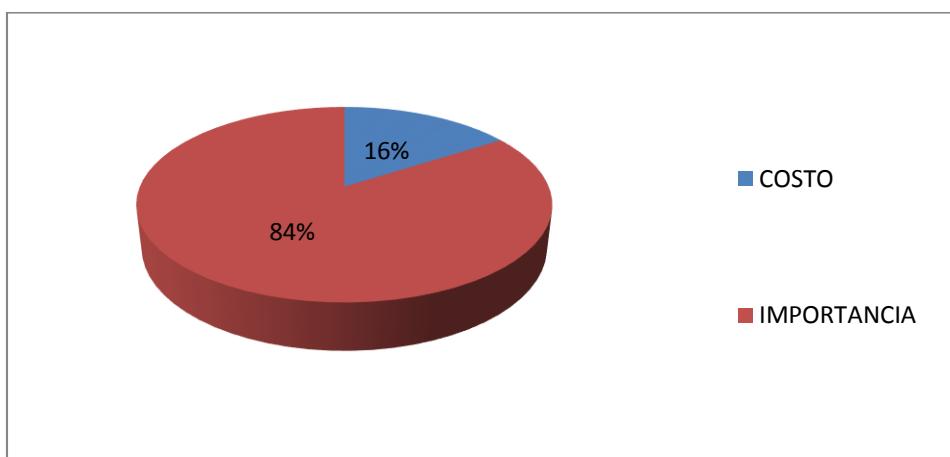
4.- ¿Con qué criterio elige usted un producto para comercializar en su bar?

Cuadro N° 14 Pregunta 4

ALTERNATIVA	F	%
COSTO	7	16%
IMPORTANCIA	37	84%
TOTAL	44	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Gráfico N° 11 Pregunta 4



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS

El 84% de los bares escolares adquieren sus productos de acuerdo a la importancia nutricional que estos tengan para sus consumidores, el 16% eligen por el costo y la utilidad que arroja la venta. Con referencia a las waffles de mashwas, son atractivas para el expendio en bares escolares por el cuadro nutricional ya que cumple con los parámetros de la Dirección de Salud.

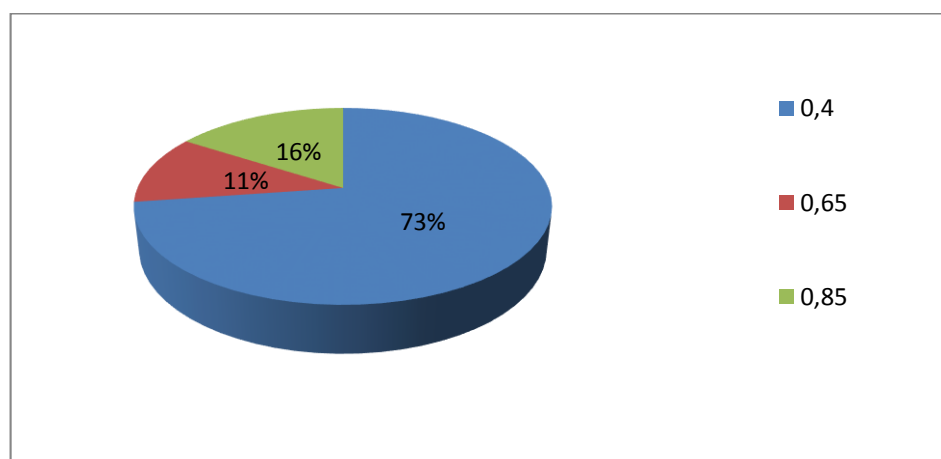
5.- ¿Cuál sería el valor que pagaría usted, por este producto de 200 gramos?

Cuadro N° 15 Pregunta 5

ALTERNATIVA	F	%
0,40	32	73%
0,65	5	11%
0,85	7	16%
TOTAL	44	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Gráfico N° 12 Pregunta 5



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS

El 11% acepta el producto a un precio de 0,65 ctvs. Es una aceptación más en bares de colegios públicos. Un 16% compraría a un precio de 0,85ctvs. y corresponde a una aceptación de colegios privados ya que los propietarios de los bares comentan que los estudiantes sí pagarían el valor de un dólar por las waffles de mashwas. El 73% acepta sin objeción comprar el producto a 0,40 ctvs. Lo que significa que saldría para los estudiantes a un precio de 0,50 ctvs. valor que sí está al alcance de los estudiantes de escuelas y colegios de la ciudad de Ibarra.

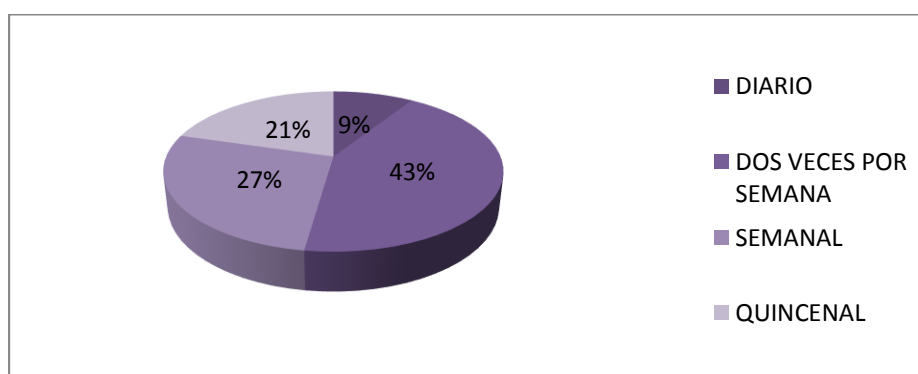
6.- ¿Cada qué tiempo se abastecería del producto?

Cuadro N° 16 Pregunta 6

ALTERNATIVA	F	%
DIARIO	4	9%
DOS VECES POR SEMANA	19	43%
SEMANAL	12	27%
QUINCENAL	9	20%
TOTAL	44	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Gráfico N° 13 Pregunta 6



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS

Pese a que el producto tiene 15 días para ser consumido, los propietarios 43% de los bares prefieren proveerse cada dos días, siendo estos los lunes y miércoles; comentan que las ventas los días viernes no son tan movidas como los otros. Solo el 9% quisiera que se le entregue el producto a diario, el 27% optan que la entrega se les haga cada semana y el 21% cada quince días.

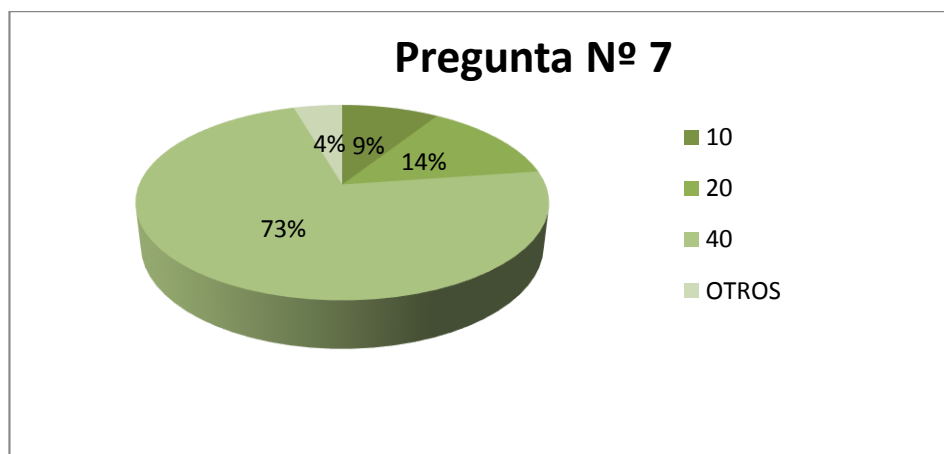
7.- ¿Qué cantidad compraría?

Cuadro N° 17 Pregunta 7

ALTERNATIVA	F	%
10	4	9%
20	6	14%
40	32	73%
OTROS	2	4%
TOTAL	44	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Gráfico N° 14 Pregunta 7



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS

La mayoría 73% dicen que hacer un pedido de 40 unidades está bien ya que deben tener variedad de productos, el 14% prefieren una cantidad de 20 unidades; el 9% están dispuestas hacer un pedido de 10 unidades y el 4% optan por un número menor o mayor a las opciones de respuesta, por ejemplo, de 5 unidades hasta 50 unidades.

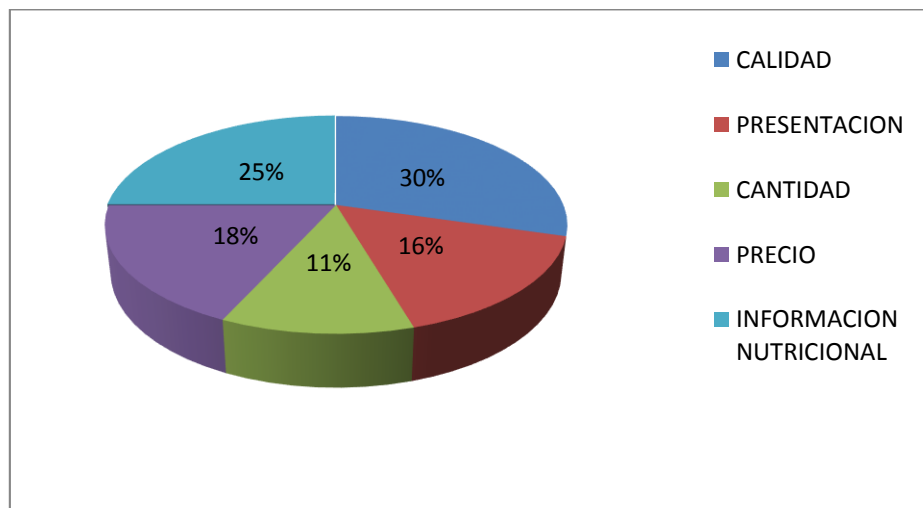
8.- Considera usted importante la:

Cuadro N° 18 Pregunta 8

ALTERNATIVA	F	%
CALIDAD	13	30%
PRESENTACION	7	16%
CANTIDAD	5	11%
PRECIO	8	18%
INFORMACION NUTRICIONAL	11	25%
TOTAL	44	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Gráfico N° 15 Pregunta 8



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS

EL 30% destaca la importancia del cuadro nutricional que tienen los productos que se venden en bares escolares; el 25% en la calidad. El 18% considera importante el precio mientras que el 16% se preocupa más por la presentación el producto; el 11% le interesa la cantidad.

El contenido de las waffles de mashwas es saludable, medicinal y vitaminas, esencial para los estudiantes.

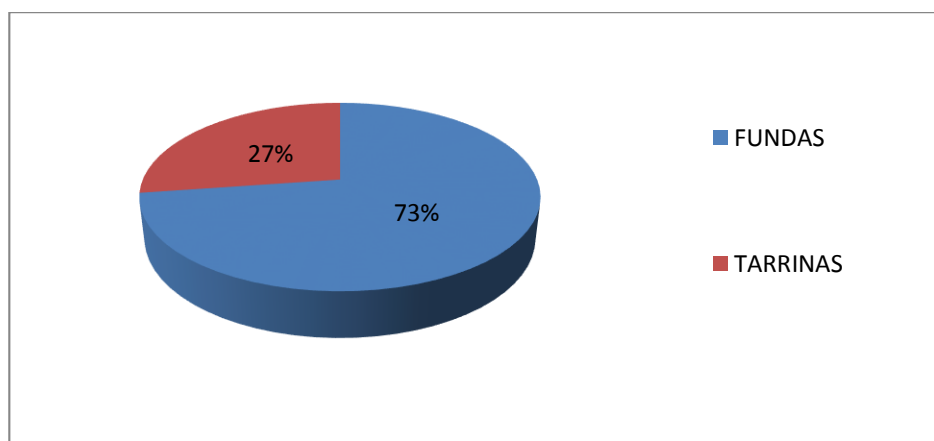
9.- ¿Cuál sería la presentación ideal para este producto?

Cuadro N° 129 Pregunta 9

ALTERNATIVA	F	%
FUNDAS	32	73%
TARRINAS	12	27%
TOTAL	44	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Gráfico N° 16 Pregunta 9



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS

El 27% recomienda que el empaque del producto del presente proyecto sean las tarrinas; sin embargo, con gran acogida y porque es más práctico para la manipulación de los estudiantes escolares el 73% prefieren su presentación en fundas.

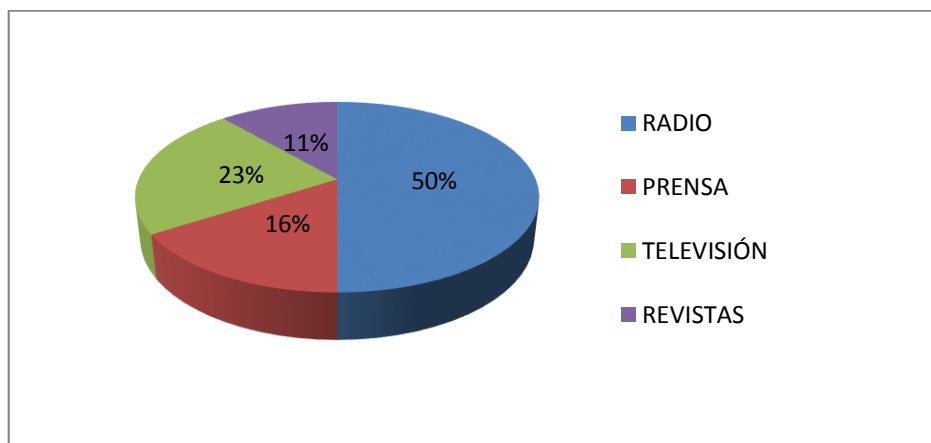
10.- ¿A través de qué medio le gustaría recibir información de este producto?

Cuadro N° 20 Pregunta 10

ALTERNATIVA	F	%
RADIO	22	50%
PRENSA	7	16%
TELEVISIÓN	10	23%
REVISTAS	5	11%
TOTAL	44	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Gráfico N° 17 Pregunta 10



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS

Porque es la forma más común y rápida que las personas se enteren de algo nuevo, los propietarios de bares escolares prefieren que la publicidad de este producto se lo haga a través de las diferentes diales radiales 50%; el 23% recomendó pasar spot publicitarios por TVN canal 9 y UTV canal Universitario. Pocas personas, 16%, dijeron por medio de la prensa local, porque no todos tienen la comodidad de comprar el diario y peor aún tiempo para leer y el 11% acogió la publicidad en revistas.

3.11. Análisis de la Demanda

Una vez realizado el Estudio de Mercado se puede apreciar un 52% de aceptación del nuevo producto por parte de los clientes potenciales que son los propietarios de bares escolares, ellos se preocupan por tener en sus locales productos sanos, naturales y que no sean perjudiciales para los estudiantes; además deben regirse al Acuerdo Ministerial 004-10 de los Ministerios de Educación y de Salud Pública.

3.11.1. Demanda Actual del Producto

En base a la encuesta realizada según preguntas 3,6 y 7 se puede concluir la siguiente demanda de acuerdo a la aceptación que tendría en el mercado las waffles de mashwas.

Tomando datos de la encuesta se concluye que los bares escolares que aceptan el producto son el 73% del universo, esto es representado por 32 bares escolares y comprarían dos veces por semana la cantidad de 40 unidades, lo que significa que semanalmente estarían comprando 80 unidades.

Cuadro Nº 21 Demanda de Waffles de Mashwas

% Aceptación	Población	Unidades semanal	Mensual	Año 2013
73	32	80	10.240	122.880

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

3.11.2. Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda se considera la tasa de crecimiento de la población de la ciudad de Ibarra que es el 2,02 % según INEC, ya que ellos son los consumidores finales del producto del presente proyecto.

Se realiza la proyección de la demanda con datos que se obtuvieron en unidades a través de las encuestas, lo cual nos da una idea para generar el estudio de la demanda actual.

Para dicha proyección se utilizó la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

C_n = Demanda Futura

C_o = Demanda Inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

Cuadro N° 22 Proyección de la Demanda de Waffles de Mashwas

AÑO	DEMANDA	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2013			122.880
2014	122.880	$(1+0,0202)^1$	125.362
2015	122.880	$(1+0,0202)^2$	127.894
2016	122.880	$(1+0,0202)^3$	130.478
2017	122.880	$(1+0,0202)^4$	133.114
2018	122.880	$(1+0,0202)^5$	135.803

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2013

La demanda proyectada de las waffles de mashwas resulta ser muy buena para el proyecto, ya que en cada año existe un incremento que

resulta positivo para el desarrollo del presente estudio; esta proyección se encuentra en cantidad unitaria de fundas que contienen 2 waffles total de 100 gr cada funda.

3.12. Oferta Actual

Siendo las waffles un nuevo producto derivado de las mashwas y en el cantón no existe una empresa productora con la misma materia prima, no existen datos históricos; sin embargo, para este trabajo se tomó en cuenta la oferta del producto sustitutivo como son los sandwiches preparados en los bares escolares, según pregunta 1 de la encuesta realizada.

Cuadro N° 23 Pregunta 1

% Venta	Población	Unidades	Mensual	Año 2013
61	27	5	540	6.480

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

3.12.1. Proyección de la oferta

El objetivo de la proyección es identificar cuál será el comportamiento de la oferta en el futuro, siempre y cuando se utilicen datos reales, para lo que se toma como base la venta anual de pan en los bares escolares siendo 6.480 unidades.

A su vez se utilizó la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra que es el 2.02% según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, ya que la oferta debe ir en función del crecimiento de la demanda en el presente proyecto la población.

La competencia no se debe ver como un riesgo, sino como una oportunidad, la cual nos da la pauta para mejorar nuestro trabajo o producto día a día, con la práctica se llega a obtener resultados óptimos.

Para la proyección se usa la siguiente fórmula:

$$P_p = P_o (1+i)^n$$

P_p = Oferta proyectada

P_o = Oferta inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Número de años

Cuadro N° 24 Oferta Proyectada

AÑOS	OFERTA	TASA DE CRECIMIENTO	OFERTA PROYECTADA
2013			6.480
2014	6.480	$(1+0,0202)^{\wedge 1}$	6.611
2015	6.480	$(1+0,0202)^{\wedge 2}$	6.744
2016	6.480	$(1+0,0202)^{\wedge 3}$	6.881
2017	6.480	$(1+0,0202)^{\wedge 4}$	7.020
2018	6.480	$(1+0,0202)^{\wedge 5}$	7.161

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2013

3.13. Estimación de la Demanda Insatisfecha

Al realizar el balance de la oferta y demanda proyectadas, es importante conocer la demanda insatisfecha, es decir, un mercado al que no se ha llegado o no está satisfecho con el producto que existe en el mercado.

Se puede calcular con la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Oferta}$$

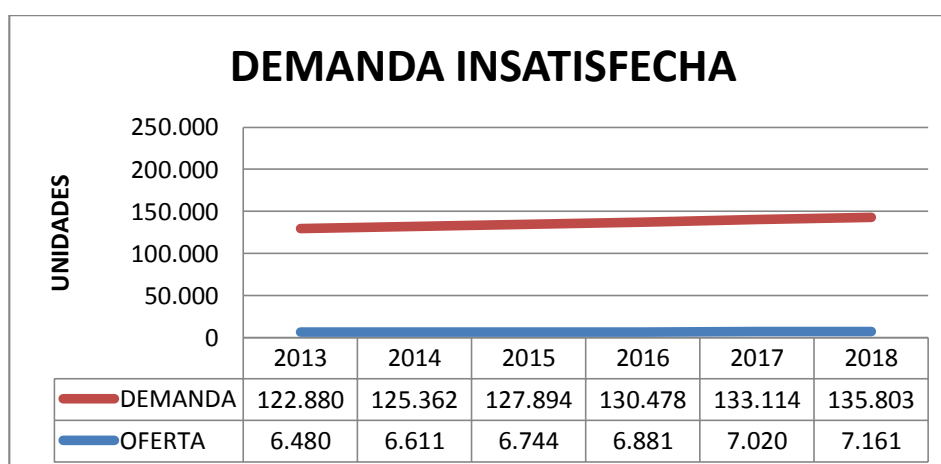
Cuadro N° 25 Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	122.880	6.480	116.400
2014	125.362	6.611	118.751
2015	127.894	6.744	121.150
2016	130.478	6.881	123.597
2017	133.114	7.020	126.094
2018	135.803	7.161	128.642

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

De acuerdo con los datos obtenidos de la investigación, en el cuadro se muestra que existe un déficit de oferta, que el proyecto pretende cubrir la demanda potencial existente, debido a que existe un mercado atractivo para la venta de waffles de mashwas y se puede aprovechar, por el motivo que la oferta es de sandwiches de sal, ya sean de queso, de pollo, de jamón o pan simple; y el producto del presente proyecto es de dulce al gusto de niños y adolescentes.

Gráfico N° 18 Demanda Insatisfecha



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora
Año: 2013

3.14. Demanda a captar por el Proyecto

La demanda a captar por el proyecto corresponde a establecer el plan de ventas que tendrá. Para este pronóstico se tomó en cuenta la existencia significativa del mercado y principalmente la capacidad de producción instalada, considerando una producción diaria de 504 unidades.

Se proyecta las ventas de acuerdo a un crecimiento del 4% que se establece como objetivo la microempresa.

Cuadro N° 13 Pronóstico de Ventas

AÑOS	VENTAS
1	120.960
2	125.798
3	130.830
4	136.063
5	141.506

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2013

3.15. Precios

El precio del producto se realiza de acuerdo al costo de producción más un margen de utilidad.

Cuadro N° 30 Precio

INGREDIENTES	CANTIDAD	PORCION	PRECIO
harina	9	tazas	0,95
azúcar	6	cucharadas	0,02
polvo hornear	3	cucharadas	0,10
sal	1,50	cucharadas	0,01
leche	2	tazas	0,30
huevos	6	huevos	0,66
mantequilla	300	gramos	1,08
mashwas	3	Lib. mashwas	0,50
manjar de leche	1	¼ cuchara	0,33
TOTAL			3,95
RINDE 72 UNID			0,05
PROD DIA 360			19,75
PROD MES 7200			395,00
MOD			318,00
CIF			55,00
			768,00
COSTO UNIT			0,11
EMPAQUE			0,03
TOTAL UNIDAD			0,25
60% UTILIDAD			0,15
PRECIO			0,40

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro N° 14 Precio Waffles de Mashwas

	CANT.	PRODUCTO	PRECIO
Cliente Bar escolar	1	Funda de 2 unidades (100gr)	0,40
Consumidor Estudiante	1	Funda de 2 unidades (100gr)	0,46

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La autora
Año: 2013

3.15.1. Proyección del precio

Para realizar la proyección del precio de las waffles de mashwas se tomó en cuenta el promedio de la inflación anual durante los últimos 5 años que consta en los archivos del Banco Central del Ecuador; mismos que se aprecian en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 15 Inflación Promedio

AÑO	TASA
2008	8,83
2009	4,31
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,16
PROMEDIO	5,21 %

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Cuadro N° 16 Proyección del Precio

Nº	AÑO	INFLACIÓN	AUMENTO	PRECIO
0	2013			0,40
1	2014	5,21%	0,02	0,42
2	2015	5,21%	0,02	0,44
3	2016	5,21%	0,02	0,46
4	2017	5,21%	0,02	0,48
5	2018	5,21%	0,03	0,51

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Año: 2013

3.16. Comercialización

La estrategia de marketing de una empresa se realiza para lograr los objetivos de comercialización, mediante la definición del mercado meta para luego desarrollar una estrategia del producto (precio, plaza, promoción y publicidad) con el propósito de satisfacer las necesidades y gustos de los potenciales clientes-consumidores.

3.16.1. Estrategia del Producto

La estrategia para ingresar el producto al mercado es la fuerte publicidad por medio de frecuencias radiales, para que todos se enteren del nuevo producto así como la parte nutricional y medicinal que tienen las mashwas (ingrediente primordial de las waffles). Además se entregará directamente en las unidades educativas.

3.16.2. Estrategia del Precio

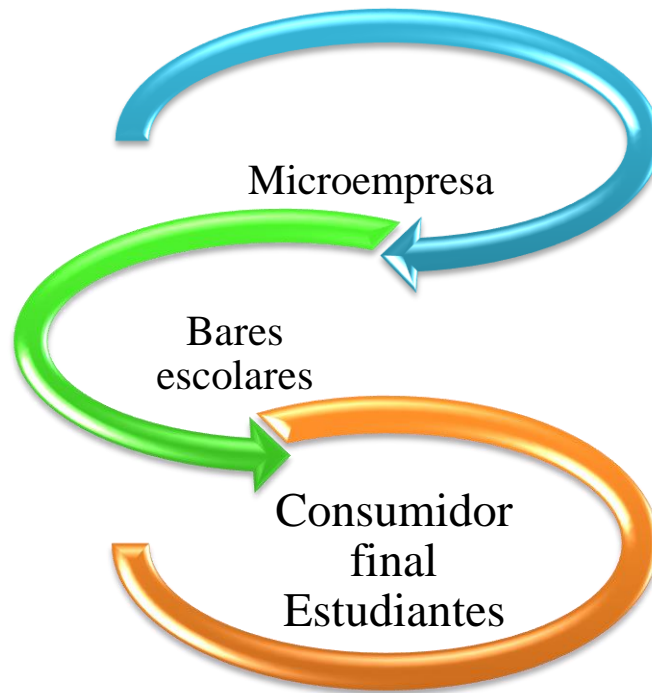
El precio bajo del producto está orientado a introducirse en el mercado, para que, de ese modo se logre una rápida penetración, una rápida acogida y se pueda hacer conocida a las waffles de mashwas y obtener un mayor volumen de ventas.

3.16.3. Estrategia de Plaza o Distribución selectiva

Se realizará una distribución directa a los bares escolares de las diferentes unidades educativas de la ciudad de Ibarra, es decir, se comercializará directamente del punto de fabricación al cliente para que de esta manera llegue el producto al consumidor final sin muchos intermediarios a fin de que el precio no se vea afectado.

A continuación se presenta un diagrama del canal de distribución para la empresa que se está creando.

Gráfico N° 19 Canal de Distribución



Elaborado por: La autora
Año: 2013

4. CAPÍTULO ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

En el estudio técnico se pretende formular y determinar aspectos como: tamaño adecuado del proyecto, su óptima macro-localización y micro-localización, equipos, maquinaria, instalaciones, así como el personal requerido para la operación del proyecto. Los estudios realizados en este apartado, facilitará estipular el o los procesos que se deba utilizar para producir, cuánto costará y cuáles son las cifras de producción proyectadas y sus correspondientes análisis económicos.

4.2. Objetivos

- Determinar la localización más adecuada mediante una matriz de ponderación de factores.
- Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto.
- Definir el tamaño del proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación.

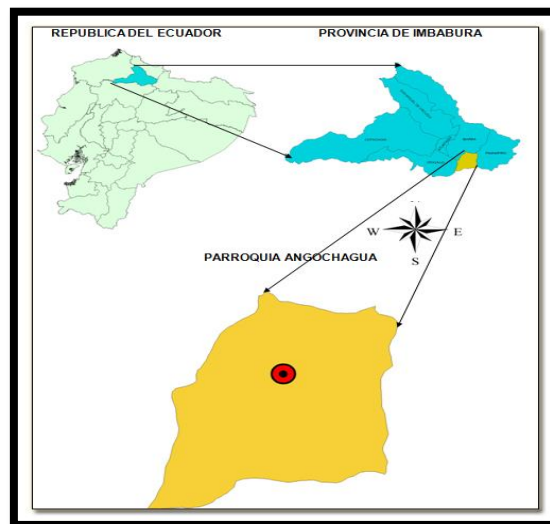
4.3. Localización

4.3.1. Macro-localización

La macro localización de la empresa se constituirá en la República del Ecuador, en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia de Angochagua, parroquia rural que está situada al sur-este de la provincia de Imbabura y sus límites son: al norte la Parroquia La Esperanza, al sur la Parroquia de Olmedo del Cantón Cayambe de la Provincia de Pichincha, al oriente la Parroquia Mariano Acosta del Cantón Pimampiro, al poniente por la Parroquia San Pablo del Cantón Otavalo.

La parroquia rural de Angochagua se ubica a 10,30 km de la ciudad de Ibarra. La cabecera parroquial se ubica en las siguientes coordenadas geográficas: 026.589 de latitud norte y 825.385 de longitud este; cuenta con vías de acceso en buenas condiciones, lo que facilita el transporte del producto a la ciudad Ibarra para su distribución.

Gráfico N° 20 Mapa de la ubicación de la parroquia de Angochagua



Fuente: Municipio de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

4.3.2. Micro-localización

Cantón Ibarra, Parroquia Angochagua, calle s/n a 100 metros de las canchas deportivas. Para determinar la Micro-localización del Proyecto se utilizó el método de valoración cuantitativa de los factores de localización, este método también se lo conoce como el método de Brown o método de evaluación cuantitativa. Para aplicar este método se consideró los siguientes factores:

- Infraestructura
- Cercanía al mercado
- Precio de insumos
- Disponibilidad de materia prima
- Disponibilidad de mano de obra

Cuadro N° 17 Matriz de Ponderación de Factores

FACTOR	PESO	Angochagua		Magdalena		Rinconada	
		Puntos	Pond.	Puntos	Pond.	Puntos	Pond.
Infraestructura	5%	8	0,4	6	0,3	7	0,35
Cercanía al mercado	10%	9	0,9	9	0,9	8	0,80
Precio de insumos	15%	8	1,2	8	1,2	7	1,05
Disponibilidad de materia prima	50%	10	5,0	8	4,0	5	0,25
Disponibilidad de mano de obra	20%	9	1,8	8	1,6	8	1,60
TOTAL	100%		9,3		8		4,05

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: La autora
 Año: 2013

La infraestructura tiene una importancia del 5% por el espacio suficiente para los diferentes departamentos de la microempresa, la cercanía al mercado mantiene un 10% de importancia, el precio de insumos un 15%, la disponibilidad de mano de obra un 20%, por último la disponibilidad de materia prima es el criterio de selección más importante por lo que se le asigna un 50%. Finalmente se asignó un valor entre 0 y 10, indicando si satisface o no el criterio.

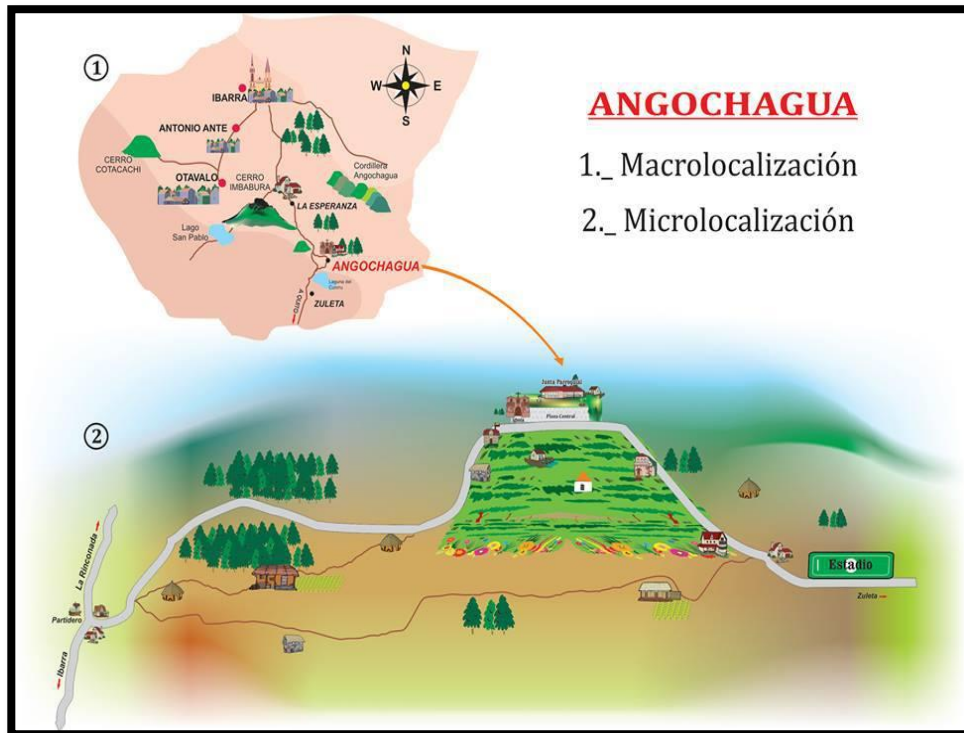
Luego de realizar la respectiva ponderación de la micro-localización, se ha decidido ubicar el proyecto en la Cabecera Parroquial de Angochagua, considerando que cuenta con algunos factores como: servicios básicos, vías de accesos, disponibilidad de las mashwas, colaboración por parte de los moradores de la comunidad, entre otros, lo cual facilita las actividades de producir y comercializar las waffles de mashwas.

Gráfico N° 21 Angochagua dentro del cantón Ibarra



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Gráfico N° 22 Macro y micro localización de Angochagua



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.3.3. Diseño de instalaciones

Las instalaciones están diseñadas de acuerdo a las necesidades de la microempresa, cumpliendo con los espacios suficientes para la producción y empaque del producto final.

La distribución de la planta debe ser de acuerdo a las necesidades y magnitud del proyecto, por lo tanto se considera conveniente contar con una oficina que será el lugar para recibir y contactar a los clientes y recibir los pedidos que requieran; otro espacio para almacenar la materia prima, perchas para guardar de forma ordenada la harina flor, azúcar, mantequilla, polvo de hornear, las mashwas; área de producción donde estén todos los implementos para la elaboración de waffles, y por último, un espacio para ubicar el producto empacado.

Por otra parte, el garaje es indispensable ya que será el lugar donde llegarán los carros para la entrega del producto o tener el vehículo para la

distribución del producto por lo que es importante que el garaje tenga el tamaño necesario.

Por cuestiones de costo y de control de producción se considera necesario que la oficina de atención al cliente, como la bodega se encuentre dentro de la misma planta de producción.

La planta está distribuida de la siguiente manera:

Cuadro N° 18 Distribución de la Planta

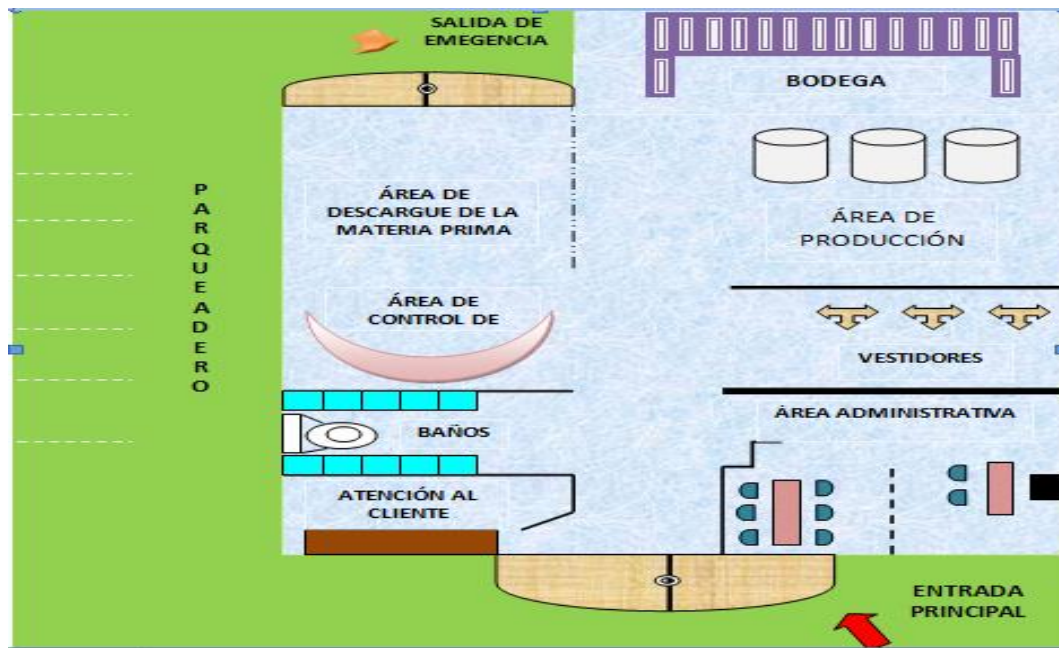
ÁREA	DISTRIBUCIÓN (m ²)
Bodega Materia prima	40m ²
Producción	100 m ²
Empaque	50m ²
Bodega producto terminado	50m ²
Atención al cliente	35m ²
Vestidores	20 m ²
Parqueadero	60 m ²
TOTAL	<u>400m²</u>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 23 Plano de la Microempresa



Elaborado por: La autora
Año: 2013

4.4. Tamaño del Proyecto

Hablar del tamaño del proyecto es definir la capacidad a instalarse y la capacidad operativa que tendrá la empresa en la etapa de operación. Por lo expuesto, y luego de haber realizado el análisis del mercado, de financiamiento, de tecnología, entre otros, a continuación se presentan los siguientes factores condicionales del tamaño del proyecto.

4.5. Mercado

El mercado es un factor determinante en el tamaño del proyecto, siendo preciso definir las características principales que forman parte del proyecto. De acuerdo a nuestro estudio, el mercado meta es la población estudiantil de instrucción primaria y secundaria (escuelas y colegios), al que se llegará a través de los bares escolares.

4.6. Disponibilidad de Recursos Financieros

Para la implantación del proyecto se requieren recursos financieros, que permitan la operatividad de la producción de las waffles de mashwas, para ello es preciso contar con una cantidad determinada para la inversión del proyecto, entre estas inversiones a realizar están: maquinaria a utilizar para la elaboración de las waffles, la infraestructura física y sus adecuaciones, la materia prima, entre otros; no se considera el espacio físico es decir el terreno porque el proyecto ya lo tiene, con estas especificaciones se podrá dar marcha al desarrollo del proyecto.

El financiamiento de la inversión se basará en la mejor alternativa, entre estas instituciones financieras tenemos por ejemplo: el Banco Nacional de Fomento, ProduBanco.

Cuadro N° 19 Disponibilidad de Recursos Financieros

INSTITUCIÓN FINANCIERA	TASA DE INTERÉS	MONTO MÁXIMO	PLAZO	OBSERVACIÓN
Banco Nacional de Fomento	15% anual	300000,00	10 años	Para nuevos micro emprendimientos
ProduBanco	11.23% anual	21000,00	36 meses	Préstamo hipotecario

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Como podemos observar pocas instituciones financieras ayudan con créditos para nuevos proyectos de inversión, la mejor opción crediticia es la que ofrece el BNF por la confianza que brinda a personas emprendedoras con deseo de superación económica, se detallará con más profundidad este tema en el capítulo quinto.

4.7. Materia Prima e Insumos

Las mashwas se consiguen en la misma comunidad de Angochagua, siendo esto una ventaja para la microempresa, el resto de materia prima directa se hará la adquisición en la ciudad de Ibarra así como lo necesario para el empaque del producto.

4.8. Disponibilidad de Mano de Obra

Los pequeños micro emprendimientos han sido determinantes en el desarrollo económico de los pueblos, ya que es un aporte satisfactorio que realiza el sector privado para el desarrollo económico del país.

En la comunidad de Angochagua hay una alta disponibilidad de mano de obra, sobre todo de amas de casa que pasan la mayor parte del tiempo en sus hogares, debido a que las actividades agrícolas y crianza de animales no exige la presencia total durante el día; por ello se considera apropiada la utilización de mano de obra calificada y no calificada del sector para el desarrollo de este proyecto.

4.9. Capacidad de Producción

La capacidad del producto se mide por el número de unidades (fundas) que la mano de obra producirá, esto ayuda a tener en cuenta un promedio disponible de recursos económicos para comprar insumos y materia prima para la elaboración de waffles.

El personal trabajará 8 horas diarias, los cinco días laborables a la semana durante todo el año, elaborando 120.960 fundas de waffles de mashwas de 100gr anualmente.

Cuadro N° 20 Capacidad Productiva

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE FUNDAS DE WAFFLES DE MASHWAS			
Producto	Al día (fundas)	Producción mensual	Producción anual
Waffles de mashwas	504	10.080	120.960

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

$$\text{Capacidad de la planta} = \frac{504 \text{ fundas por día}}{7 \text{ horas}}$$

$$\text{Capacidad de la planta} = 72 \text{ fundas por hora}$$


Se explica el motivo por el cual se divide solo para siete horas laborables, ya que una hora se dividen entre lavado y cocción de las mashwas, la preparación de la masa que se debe dejar reposar de 10 minutos la masa. Entonces significa que la planta estará en capacidad de producir 72 fundas de waffles de mashwas de 100gr en una hora, considerando que cada funda contiene 2 unidades de waffles lo que significa que cada hora se producirá 144 unidades, con una producción anual de 120.960 unidades con sus respectivas etiquetas y ubicadas en las cajas para ser distribuidas y listas para la comercialización.

4.9.1. Disponibilidad Tecnológica

Es necesario tomar en cuenta que se requiere tecnología adecuada que permita mejorar la calidad del producto y facilitar el proceso productivo, con lo cual se ahorrará tiempo y se reducirán los costos de producción.

Cuadro N° 21 Principales actores de “Tanta mashwas”

Actores Principales	% de Intervención	Atributos
Proveedores	20%	Créditos Calidad de materia Facilidad de pago Calidad del producto Capacitado Comprometido Variedad del diseño Tiempo de entrega Eficiente Exclusivos Satisfechos Precio Calidad Rentabilidad Garantías Incentivo Tecnología
Talento humano	30%	
Cientes consumidores y	50%	



Elaborado por: La autora
 Año: 2013

4.10. Proceso Productivo

4.10.1. Diagrama de Procesos

Cuadro N° 22 Proceso de compra de la materia prima

DIAGRAMA DE FLUJO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
Compra de mashwas	Seleccionar al proveedor de mashwas, que estén para cosechar dentro de la parroquia Angochagua	Gerente
Compra del resto de material prima como: azúcar, harina, mantequilla, polvo para hornear,	Negociar las condiciones para la compra de la Materia prima	Gerente
	Firmar un contrato de para que la materia prima sea entregada directamente en la microempresa.	Gerente
Compra de suministros para el empaque	Escoger la mejor calidad y precio del mejor proveedor de empaques para el producto final.	Gerente

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro N° 23 Proceso de elaboración del producto

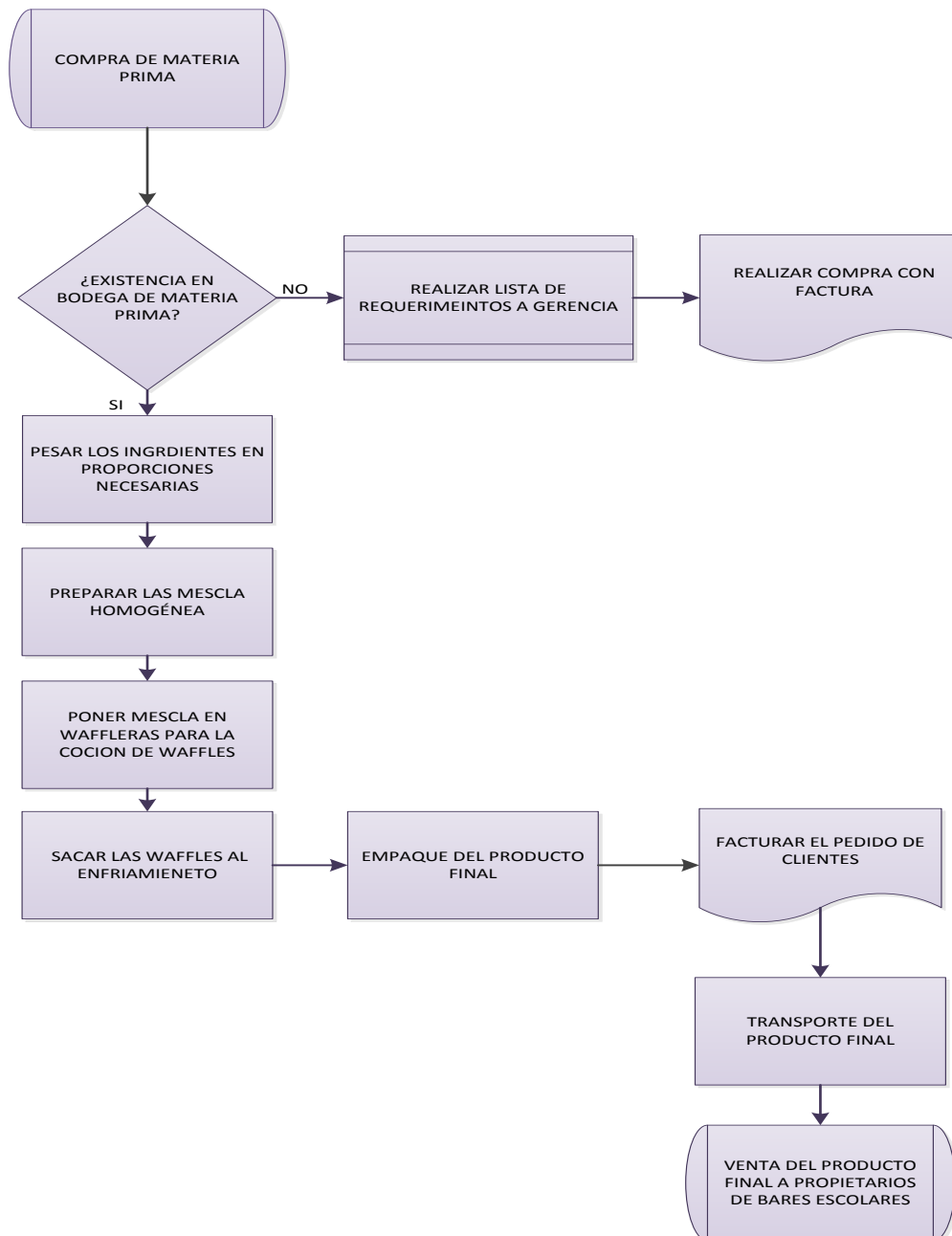
DIAGRAMA DE FLUJO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
Recepción de ingredientes	Selección de la materia prima	Jefe de Producción
Clasificación de ingredientes	Sacar las medidas exactas de cada ingrediente para la producción diaria	Jefe de Producción
Crema homogénea	Se mezcla todos los ingredientes hasta encontrar la crema homogénea que sirve para hacer las waffles	Jefe de producción
Hacer waffles	Se coloca la crema en las waffleras domésticas y se espera 20 minutos, luego se deja enfriar.	Jefe de producción
Empaque	Dentro de este proceso se realiza el control de calidad del producto. Una vez que estén frías las waffles se procede a poner manjar de leche en una de ellas, para luego empacar de dos unidades en cada funda de polietileno y selladas con la etiqueta distintiva de la microempresa.	Jefe de producción
Bodega	Se organiza en bodega de producto terminado dentro del inventario.	Jefe de producción
Distribución	Entregar a los bares escolares.	Ventas

Elaborado por: La autora
Año: 2013

4.10.2. Diagrama de producción

Este diagrama enfoca en forma general el proceso de producción de las waffles de mashwas.

Gráfico N° 24 Diagrama de procesos de producción



Elaborado por: La autora
Año: 2013

4.11. Presupuesto Técnico

4.11.1. Inversión Fija

Para poner en funcionamiento el presente proyecto se decide aportar como inversión propia un terreno de 500m² valorado en \$2.500.

Cuadro N° 24 Requerimiento de terreno

DESCRIPCION	CANTIDAD	TOTAL
Terreno	500m ²	\$2.500,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora
Año: 2013

4.11.2. Infraestructura Civil

Dentro de la infraestructura civil está incluida una construcción de ladrillo que ya existe en el terreno donde funcionará la microempresa.

Cuadro N° 25 Infraestructura civil

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Infraestructura Civil	2.000,00
Adecuaciones	1.500,00
TOTAL	\$3.500,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora
Año: 2013

4.11.3. Muebles y Enseres

Cuadro N° 26 Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
Mesas	2	25,00	50,00
Escritorios	1	165,00	165,00
Archivador	2	210,00	420,00
Silla giratoria	1	87,00	87,00
Sillas para	1	210,00	210,00
Perchas	3	89,00	445,00
TOTAL			\$ 1.377,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.11.4. Equipo de Computación

Para el buen funcionamiento de la microempresa y agilizar los procesos administrativos es necesario un computador valorado en \$710,00.

Cuadro N° 27 Equipo de computación

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora	1	710,00	710,00
Impresora	1	290,00	290,00
TOTAL			\$1000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.11.5. Equipo de Oficina

Cuadro N° 28 Equipo de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
Teléfono	1	170,00	170,00
Calculadora	2	15,00	30,00
TOTAL			\$ 200,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.11.6. Vehículo

Cuadro N° 29 Vehículo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO U.	TOTAL
Tricimoto	1	3.000,00	\$3.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.11.7. Maquinaria

Cuadro N° 30 Maquinaria de producción

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cocina Industrial (4 quemadores)	1	245,00	245,00
Cilindro de gas	1	60,00	60,00
Waffleras	6	129,00	774,00
Batidora industrial	1	1.400,00	1.400,00
Balanza Electrónica 30 Kg / 66lb	1	160,00	160,00
Refrigeradora	1	930,00	930,00
Ollas metálicas	2	86,50	173,00
Lavacaras metálicas de aluminio	4	50,00	200,00
Extintor	1	58,00	58,00
TOTAL			\$4.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.12. Resumen de Propiedad Planta y Equipo

Cuadro N° 31 Total propiedad planta y equipo

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	2.500,00
Edificio	3.500,00
Muebles y Enseres	1.377,00
Equipo de Computación	1.000,00
Equipo de Oficina	200,00
Vehículo	3.000,00
Maquinaria y equipo	4.000,00
TOTAL	\$15.577,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.13. Gastos de Constitución

Cuadro N° 32 Gastos de constitución

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Constitución y permiso de funcionamiento	\$1.000,00

Fuente: Investigación Directa (GAD IBARRA)

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.14. Costos de Producción

4.14.1. Materia Prima Directa

Las porciones de la materia prima directa detallada a continuación, rinde para 72 waffles de mashwas, que posteriormente serán vendidas a los bares escolares.

Cuadro N° 33 Materia prima directa

INGREDIENTES	CANTIDAD	PORCION	PRECIO
Harina	9	tazas	0,95
Azúcar	6	cucharadas	0,02
polvo hornear	3	cucharadas	0,10
Sal	1,50	cucharadas	0,01
Leche	2	tazas	0,30
Huevos	6	huevos	0,66
Mantequilla	300	gramos	1,08
Mashwas	3	Lib. mashwas	0,50
manjar de leche	1	¼ cucharada	0,33
TOTAL			3,95

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.14.2. Mano de Obra Directa

La mano de obra directa para la elaboración de waffles de mashwas, se requiere solo de una persona que trabaje los 5 días laborables y las 8 horas diarias, más beneficios sociales por ley que corresponden a cada trabajador.

Cuadro N° 34 Requerimiento mano de obra directa

CARGO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL
Jefe de Producción	1	320,00	3.840,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Cuadro N° 35 Beneficios Sociales MOD

Detalle		TOTAL ANUAL
Salario Unificado		3.840,00
Aporte Patronal	11,15%	428,16
Fondos Reserva	8,33%	319,87
Décimo tercer sueldo	Total año/12	320,00
Décimo cuarto sueldo	1 SBU actual	318,00
Vacaciones	Total año/24	160,00
Total		5.386,03

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.14.3. Costos Indirectos de Fabricación

Dentro de los costos indirectos de fabricación están la materia prima indirecta, mano de obra indirecta y otros costos indirectos de fabricación, los mismos que no forman parte directa en la elaboración y parte del producto; sin embargo, es necesario de ellos para obtener el producto final. A continuación se detalla:

Cuadro N° 36 Resumen costos indirectos de fabricación

DESCRIPCIÓN	PRECIO MENSUAL	TOTAL AÑO BASE
Materia Prima Indirecta	154,00	1.848,00
Empaque	94,00	
Combustible	40,00	
Mantenimiento tricimoto	20,00	
Servicios Básicos	10,00	120,00
Energía Eléctrica (producción)	7,00	84,00
Agua Potable (producción)	3,00	36,00
TOTAL		1.968,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.14.4. Gastos Administrativos

Los gastos sueldos administrativos, son las remuneraciones que se cancela al personal administrativo de la microempresa.

Cuadro N° 37 Gastos sueldos administrativos

CARGO	VALOR MES	GASTO AÑO BASE
Gerente	375,00	4.500,00
Contadora / Secretaria	350,00	4.200,00
TOTAL	725,00	8.700,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.14.5. Suministros de Oficina

Cuadro N° 38 Suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Tinta para impresora	1	20,00	20,00	60,00
Resma de papel bond	3	3,50	3,50	42,00
Grapadora	1	12,	12,00	12,00
Grapas	1	0,50	0,50	6,00
Perforadora	1	5,00	5,00	5,00
Cuaderno	3	2,00	6,00	24,00
Carpeta	1	2,50	2,50	20,00
Esferos	1	6,00	6,00	12,00
TOTAL			55,50	181,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.14.6. Servicios Básicos

El consumo de los servicios básicos detallados a continuación es la parte proporcional del gasto administrativo.

Cuadro N° 39 Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Energía Eléctrica	3,00	36,00
Servicio Telefónico	7,00	84,00
Agua Potable	2,00	24,00
TOTAL		144,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.14.7. Gastos Ventas

Es el valor destinado para el pago del vendedor y todos los gastos incurridos en publicidad.

Cuadro N° 40 Gastos sueldos de ventas

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Jefe vendedor	325,00	3.900,00
TOTAL		3.900,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.14.7.1. Gasto publicidad

La publicidad se la realizará por el denominado método de enganche para lo cual se presentará directamente el producto a los propietarios de los bares escolares para su degustación; además se realizará publicidad por radio para lograr captar la mayor cantidad posible de clientes potenciales.

Cuadro N° 41 Gasto publicidad

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad (20 veces al día)	120,00	1.440,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.14.8. Capital de trabajo

Se tomará en cuenta para el capital de trabajo 2 meses, una vez emprendida la microempresa, el costo de capital de trabajo se detalla como sigue:

Cuadro N° 42 Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS DE PRODUCCIÓN	1.590,00	19.080,00
Materia prima Directa	1.106,00	13.272,00
Mano de Obra Directa	320,00	3.840,00
CIF	164,00	1.968,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.792,50	10.025,00
Gasto Sueldo Personal Administrativo	725,00	8.700,00
Gasto Suministro de Oficina	55,50	181,00
Servicios Básicos	12,00	144,00
Gasto constitución	1.000,00	1000,00
GASTOS DE VENTAS	445,00	5.340,00
Sueldo en Ventas	325,00	3.900,00
Publicidad	120,00	1.440,00
SUBTOTAL	3.827,50	24.430,25
Imprevistos 5%	101,38	1.221,51
TOTAL	3.928,88	25.651,76

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Cuadro N° 43 Inversión total

CONCEPTO	VALOR
Propiedad planta y equipo	15.577,00
Capital de trabajo	4.275,29
TOTAL	19.852,29

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

La inversión será financiada a través de recursos propios los cuales ascienden 5.321,78 dólares, la diferencia que equivale a 15.000,00 dólares será financiado a través de un crédito en el Banco de Fomento a una tasa de interés del 15% anual.

Cuadro N° 44 Financiamiento

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital propio	4.852,29	24,44%
Financiamiento	15.000,00	75,56%
Total	19.852,29	100%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

5. CAPÍTULO ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1. Ingresos

Para la determinación de los ingresos de la microempresa se considera como referencia los datos obtenidos en el estudio de mercado, de acuerdo a la demanda insatisfecha el proyecto estableció cubrir con 43.200 unidades en función a la capacidad productiva que se posee.

La tabla siguiente representa la proyección tanto de cantidad como de precio para la obtención del ingreso proyectado.

Cuadro N° 45 Proyección de ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD	120.960	125.798	130.830	136.063	141.506
PRECIO	0,40	0,42	0,44	0,46	0,48
INGRESO	48.384,00	52.835,16	57.565,20	62.588,98	67.922,88

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

5.2. Inversión del Proyecto

Para arrancar con el proyecto es necesario invertir en equipos, maquinaria necesaria para la elaboración de las waffles de mashwas. Por esta razón, para el estudio financiero se consideró que las inversiones se las realizará en el período pre-operativo del proyecto; estas inversiones no serán modificadas durante la vida del proyecto, es decir, durante los próximos 5 años de su evaluación.

5.2.1. Activo no depreciable

Los activos no depreciables son aquellos que no sufren desgaste o deterioro, si no que más bien van adquiriendo plusvalía durante el transcurso de los años. En el presente proyecto se cuenta con un terreno que es un activo no depreciable. El monto del terreno se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 46 Terreno

DESCRIPCION	CANTIDAD	TOTAL
Terreno	500m ²	\$2.500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

5.2.2. Activos depreciables

Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, éste sufre un desgaste normal durante su vida útil; los activos que se deprecian son: maquinaria, equipos, vehículo, edificio, etc. A continuación se detalla los activos fijos que se necesitarán para operar en la microempresa.

Cuadro N° 47 Resumen de propiedad planta y equipo

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	2.500,00
Edificio	3.500,00
Muebles y Enseres	1.377,00
Equipo de Computación	1.000,00
Equipo de Oficina	200,00
Vehículo	3.000,00
Maquinaria y equipo	4.000,00
TOTAL	\$15.577,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2013

5.2.3. Inversión Variable

Capital de trabajo

La inversión conocida como capital de trabajo es necesario considerarla dentro del proyecto ya que se refiere a la totalidad de recursos y dinero necesario que facilitará el financiamiento de la operación del negocio debido a que es indispensable para cubrir los desfases de caja que puedan presentarse durante el desempeño del proyecto. Estos recursos son considerados parte del patrimonio de la inversión ya que son recuperables.

Cuadro N° 48 Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS DE PRODUCCIÓN	1.590,00	19.080,00
Materia prima Directa	1.106,00	13.272,00
Mano de Obra Directa	320,00	3.840,00
CIF	164,00	1.968,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.792,50	10.025,00
Gasto Sueldo Personal Administrativo	725,00	8.700,00
Gasto Suministro de Oficina	55,50	181,00
Servicios Básicos	12,00	144,00
Gasto constitución	1.000,00	1000,00
GASTOS DE VENTAS	445,00	5.340,00
Sueldo en Ventas	325,00	3.900,00
Publicidad	120,00	1.440,00
SUBTOTAL	3.827,50	24.430,25
Imprevistos 5%	101,38	1.221,51
TOTAL	3.928,88	25.651,76

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.3. Estructura de la Inversión

La inversión necesaria para el funcionamiento del proyecto se resume en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 49 Estructura de la inversión

CONCEPTO	VALOR
Propiedad planta y equipo	15.577,00
Capital de trabajo	4.275,29
TOTAL	19.852,29

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.4. Financiamiento de la Inversión

Cuadro N° 50 Distribución de la inversión

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital propio	4.852,29	24,44%
Financiamiento	15.000,00	75,56%
Total	19.852,29	100%

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.4.1. Estructura del Financiamiento

El financiamiento se realizará a través del Banco Nacional de Fomento donde el 73,81% será financiado a crédito y la diferencia es aporte propio de la inversionista. Esta entidad financia montos a nuevos proyectos productivos, la tasa de interés que genera el préstamo es el 15% a un plazo de 5 años con pagos mensuales. La distribución de la deuda se representa en la siguiente tabla de amortización.

DATOS:

Capital: 15.000,00

Interés: 15%

Plazo: 5 años

Cuadro N° 51 Tabla de amortización por años

Periodos	Cuota de pago	Interés	Pago al principal	Saldo Inicial
0				15.000,00
1	4.474,73	2.250,00	2.224,73	12.775,27
2	4.474,73	1.916,29	2.558,44	10.216,82
3	4.474,73	1.532,52	2.942,21	7.274,61
4	4.474,73	1.091,19	3.383,54	3.891,07
5	4.474,73	583,66	3.891,07	0,00

Elaborado por: La autora

Año: 2013

5.5. Presupuestos de Costos y gastos

Mediante el siguiente cuadro se detallan los montos a utilizarse para el funcionamiento de la microempresa a partir del primer período operativo, con una proyección de cinco años que dura la vida útil del proyecto.

5.5.1. Materia prima directa

Rubros importantes para la producción del producto final, para proyectar los precios se realiza un incremento del 5,21% promedio obtenido del Banco Central del Ecuador durante los últimos 5 años.

Cuadro N° 52 Materia prima consolidado

MATERIA PRIMA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALORES	13.272,00	13.963,47	14.690,97	15.456,37	16.261,65

Elaborado por: La autora

Año: 2013

5.5.2. Mano de obra directa

La mano de obra directa corresponde básicamente al trabajo físico que el ser humano realiza para la transformación de la materia prima a producto terminado. Para la presente microempresa está conformado por un operario, teniendo en este departamento a una persona encargada de elaborar el producto final.

Para el cálculo de incremento de sueldos de los años posteriores se tomó en referencia años anteriores para determinar la tasa de crecimiento.

Cuadro N° 53 Evolución del SBU

Nº	AÑO	SBU	%AUMENTO
1	2009	218	
2	2010	240	10,09
3	2011	264	10,00
4	2012	292	10,61
5	2013	318	8,90
TOTAL			39,60
PROMEDIO			9,90

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Cuadro N° 54 Mano de obra directa

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SBU	3.840,00	4.220,16	4.637,96	5.097,11	5.601,73
Aporte Patronal	428,16	470,55	517,13	568,33	624,59
Fondo de Reserva		351,54	386,34	424,59	466,62
Décimo Tercero	320,00	351,54	386,34	424,59	466,62
Décimo Cuarto	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
Vacaciones	160,00	175,84	193,25	212,38	233,41
TOTAL	5.066,16	5.919,11	6.505,10	7.494,11	7.856,87

Elaborado por: La autora

Año: 2013

5.5.3. Costos Indirectos de Fabricación

Los materiales indirectos es parte del costo variable, su volumen depende de la capacidad de operación del proyecto.

Cuadro N° 55 Costos indirectos de fabricación

DETALLE	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUNDAS DE EMPAQUE	17,00	204,00	214,63	225,81	237,58	249,95
ETIQUETAS DE EMPAQUE	77,00	924,00	972,14	1.022,79	1.076,08	1.132,14
SERVICIOS BÁSICOS	10,00	120,00	126,25	132,83	139,75	147,03
COMBUSTIBLE	40,00	480,00	505,01	531,32	559,00	588,12
MANTENIMIENTO TRICIMOTO	20,00	240,00	252,50	265,66	279,50	294,06
TOTAL	164,00	1.968,00	2.070,53	2.178,41	2.291,90	2.411,31

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.5.4. Depreciación de Propiedad Planta y Equipo

En el desarrollo de las depreciaciones de los activos fijos se tomó como referencia lo establecido en el reglamento para la aplicación del Régimen Tributario Interno, Art. 28 numeral 6. Depreciaciones de activos fijos.

A continuación se presenta la tabla de activos fijos y su depreciación según lo antes mencionado.

Cuadro N° 56 Depreciación de propiedad planta y equipo

DESCRIPCIÓN	% DEP.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Edificio	5	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00
Muebles y Enseres	10	137,70	137,70	137,70	137,70	137,70
Equipo de Computación	33,33	333,30	333,30	333,30		
Equipo de Oficina	10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Vehículo	20	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Maquinaria y equipo	10	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
TOTAL		1.666,00	1.666,00	1.666,00	1.332,70	1.332,70

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.5.5. Sueldos Administrativos

Este rubro representa todos los pagos a quienes conforman el departamento administrativo de la microempresa.

Cuadro N° 57 Proyección salario personal administrativo

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SBU	8.700,00	9.561,30	10.507,87	11.548,15	12.691,41
Aporte Patronal	970,05	1.066,08	1.171,63	1.287,62	1.415,09
Fondo de Reserva		906,31	875,31	961,96	1.057,19
Décimo Tercero	725,00	906,31	875,31	961,96	1.057,19
Décimo Cuarto	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
Vacaciones	362,50	398,39	437,83	481,17	528,81
TOTAL	11.075,55	13.187,87	14.252,02	15.662,97	17.213,60

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.5.6. Sueldo Ventas

Cuadro N° 58 Proyección salario personal de ventas

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SBU	3.900,00	4.286,10	4.710,42	5.176,76	5.689,25
Aporte Patronal	434,85	477,90	525,21	577,21	634,35
Fondo de Reserva		357,03	392,38	431,22	473,91
Décimo Tercero	325,00	357,03	392,38	431,22	473,91
Décimo Cuarto	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
Vacaciones	162,50	178,59	196,27	215,70	237,05
TOTAL	5.140,35	6.006,13	6.600,74	7.254,21	7.972,38

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro N° 59 Proyección sueldos administrativos

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
16.215,90	19.194,00	20.852,76	22.917,18	25.185,98

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.5.7. Estados Financieros Proforma

Estos nos permiten conocer tres condiciones financieras básicas de la microempresa:

Liquidez: capacidad de convertir activos en dinero.

Situación financiera general: equilibrio a largo plazo entre endeudamiento y capital contable.

Rentabilidad: capacidad de obtener utilidades constantes en un largo período, básicamente en los Estados Financieros Pro Forma que son Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y Flujos de Efectivo.

Estado de Situación Financiera Inicial

El Estado de Situación Financiera es un documento contable que informa en una fecha determinada el contexto financiero de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital.

Para el inicio de las actividades de la microempresa, cuenta con el siguiente balance de situación inicial.

Cuadro N° 60 Estado de situación financiera inicial

<u>ACTIVOS</u>	
Activos Corrientes	
Caja Bancos	4.275,29
Inversión Fija	15.577,00
Terreno	2.500,00
Edificio	3.500,00
Muebles y Enseres	1.377,00
Equipo de Computación	1.000,00
Equipo de Oficina	200,00
Vehículo (tricimoto)	3.000,00
Maquinaria y equipo	4.000,00
TOTAL ACTIVOS	19.852,29
<u>PASIVOS</u>	
Documentos por Pagar	15.000,00
TOTAL PASIVOS	15.000,00
<u>PATRIMONIO</u>	
Inversión Propia	4.852,29
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	19.852,29

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.5.8. Estado de Resultados

Cuadro N° 61 Estado de resultados

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	48.384,00	52.835,16	57.565,20	62.588,98	67.922,88
Costos de Producción	20.306,16	21.953,11	23.374,48	24.897,38	26.529,83
Utilidad Bruta	28.077,84	30.882,05	34.190,72	37.691,60	41.393,05
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios	16.215,90	19.194,00	20.852,76	22.917,18	25.185,98
Depr. Edificio	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00
Depr. Muebles y enseres	137,70	137,70	137,70	137,70	137,70
Depr. Equipo de Computación	333,30	333,30	333,30	0,00	0,00
Depr. Equipo de Oficina	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Depr. Vehículo (tricimoto)	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Depr. Maquinaria y equipo	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Gasto Publicidad	1440,00	1515,02	1593,96	1677,00	1764,37
Servicios Básicos	144,00	151,50	159,40	167,70	176,44
Suministros de oficina	181,00	190,43	200,35	210,79	221,77
Total Gastos Administrativos	19.646,90	22.716,96	24.472,46	26.305,37	28.681,26
GASTOS FINANCIEROS					
Interés Bancario	2.250,00	1.916,29	1.532,52	1.091,19	583,66
Total Gastos Financieros	2.250,00	1.916,29	1.532,52	1.091,19	583,66
TOTAL GASTOS	21.896,90	24.633,25	26.004,98	27.396,56	29.264,92
UTILIDAD OPERACIONAL PROYECTADA	6.180,94	6.248,80	8.185,74	10.295,04	12.128,13

Elaborado por: La autora
Año: 2013

A través de Resultados se puede apreciar que el presente proyecto es rentable en términos financieros y su real comportamiento dependerá de implementar una adecuada administración y de la calidad del producto a ser ofertado en el mercado, esto permitirá asegurar un nivel de rentabilidad óptimo que recupere las inversiones iniciales y justifique el riesgo incurrido.

5.5.9. Flujo del Efectivo

Cuadro N° 62 Flujo del efectivo

DETALLE	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	19.852,29					
Utilidad Operacional		6.180,94	6.248,80	8.185,74	10.295,04	12.128,13
(+) Depr. Y Amort		1.666,00	1.666,00	1.666,00	1.332,70	1.332,70
(+) Valor de Rescate						5.413,60
TOTAL INGRESOS		7.846,94	7.914,80	9.851,74	11.627,74	18.874,43
Pago Crédito		2.224,73	2.558,44	2.942,21	3.383,54	3.891,07
(-) Inversión de activo fijo		0,00	0,00	0,00	1.100,00	0,00
TOTAL EGRESOS		2.224,73	2.558,44	2.942,21	4.483,54	3.891,07
FLUJO NETO		5.622,21	5.356,35	6.909,53	7.144,20	14.983,36

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.6. Evaluación Financiera

La evaluación financiera tiene como objetivo calcular los beneficios netos que esperan de la inversión en la microempresa productora y comercializadora de waffles de mashwas, para lo cual se usa y maneja las principales técnicas de evaluación financiera como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de retorno (TIR), Relación Beneficio/Costo y Período de recuperación.

5.6.1. Determinación del Costo Capital

Para realizar el cálculo del costo del capital debemos primero establecer la TMAR (Tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión. Para ello consideramos que el monto de la inversión está dividido, en inversión propia y financiada, la misma que se especifica a continuación.

Cuadro N° 63 Costo de capital

Detalle	Monto	%	PONDERADA %	VALOR
Capital propio	4.852,29	24,00	2,00	48,00
Financiamiento	15.000,00	76,00	15,00	1140,00
				1188,00
Total	19.852,29	100,00		11,88

Elaborado por: La autora
Año: 2013

El costo de oportunidad es de $1.188/100 = 11,88\%$

5.6.2. Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador muestra el monto monetario de los beneficios reales que tendrá la microempresa ante la inversión, la tasa de descuento es de 17,44%, el VAN para los cinco años proyectados es el siguiente:

Cuadro N° 64 Valor actual neto

AÑO	FLUJOS NETOS	TRM	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
			-19.852,29
1	5.622,21	1,1188	5.025,21
2	5.356,35	1,2517	4.279,22
3	6.909,53	1,4004	4.933,91
4	7.144,20	1,5668	4.559,78
5	14.983,36	1,7529	8.547,65
TOTAL			7.493,47

Elaborado por: La autora
Año: 2013

El valor actual es mayor que cero, por lo tanto el proyecto es factible; la creación de la microempresa productora y comercializadora de waffles de mashwas al invertir 19.852,29 USD en 5 años se estará obteniendo 27.345,76 USD más que la inversión realizada.

Cuadro N° 65 calificación del VAN

VAN > 0 VIABLE
VAN = 0 INDIFERENTE
VAN < 0 NO ES VIABLE

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.6.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es el segundo indicador más utilizado en evaluación de un proyecto, consiste en una medida de rentabilidad más adecuada, ya que indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista. Entonces la TIR de un proyecto es la tasa de interés que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero.

Para el cálculo de la TIR se procede a calcular el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego poder interpolar.

Cuadro N° 66 Cálculo valor actual neto (inferior)

AÑO	FLUJOS NETOS	TRM	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
			-19.852,29
1	5.622,21	1,1188	5.025,21
2	5.356,35	1,2517	4.279,22
3	6.909,53	1,4004	4.933,91
4	7.144,20	1,5668	4.559,78
5	14.983,36	1,7529	8.547,65
TOTAL			7.493,47

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Para el cálculo del Valor Actual Neto superior, se procede a incrementar la tasa de rendimiento medio hasta que el VAN sea negativo para realizar el análisis. La nueva tasa de rendimiento medio es de 24%

Cuadro N° 67 Cálculo valor actual neto (superior)

AÑO	FLUJOS NETOS	TRM	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0			-19852,29
1	5.622,21	1,24	4534,04
2	5.356,35	1,54	3483,58
3	6.909,53	1,91	3623,96
4	7.144,20	2,36	3021,81
5	14.983,36	2,93	5110,94
TOTAL			-77,97

Elaborado por: La autora
Año: 2013

DATOS:

Tasa Inferior = 11,88%

Tasa Superior = 24%

VAN Inferior = 7.493,47

VAN Superior = -77,97

$$TIR = TI + (TS - TI) \left(\frac{VAN\ Inferior}{VAN\ Inferior - VAN\ Superior} \right)$$

$$TIR = 11,88 + (24 - 11,88) \left(\frac{7.493,47}{7.493,47 - (-77,97)} \right)$$

$$TIR = 23,88\%$$

El TIR calculada es del 23,88% y es mayor a la tasa del costo de Oportunidad, afirmando la factibilidad del proyecto.

5.6.4. Relación Costo Beneficio

Es la relación que refleja el valor que tiene la inversión en el nuevo proyecto con relación a los beneficios y costos.

La fórmula del costo beneficio es:

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{\sum FNE \text{ ACTUALIZADOS}}{INVERSIÓN}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{27,345,76}{19.852,29}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = 1,38$$

El Beneficio – Costo es mayor que uno. Entonces significa que el proyecto es aceptable con una relación de 1,38. Teóricamente se establece que por cada dólar invertido se genera \$0,38 centavos de utilidad.

5.6.5. Recuperación de la Inversión

Este indicador de evaluación financiera permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados que recupera el proyecto.

Cuadro N° 68 Período de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJOS	
	PROYECTADOS	FLUJOS ACUMULADOS
1	5.025,21	5.025,21
2	4.279,22	9.304,43
3	4.933,91	14.238,34
4	4.559,78	18.798,11
5	8.547,65	27.345,76

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Se calcula de la siguiente manera:

Cuadro N° 69 Cálculo período de recuperación

Cuarto año	18.798,11
Cuarto año – Inversión	18.798,11 – 19.852,29= 1.054,18
FNE quinto/12	27.345,76/12 = 2.278,81
Cálculo	1.054,18/ 2.278,81= 0,46 meses
Meses que falta	<u>0,46</u> 0,46*30= 13,80 = 14 días FALTAN 14 días

Elaborado por: La autora
Año: 2013

La inversión se recuperará hasta el cuarto año \$18.798,11, la inversión total es de \$19.852,29 por lo que para recuperar el total de la inversión se necesita \$1.054,18 mismo que será recuperado en el quinto a los 14 días del primer mes.

5.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio representa el valor en la cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, por ende no existe ni pérdida ni ganancia; el punto de equilibrio del presente proyecto para el primer año, a continuación:

Cuadro N° 70 Punto de equilibrio

DETALLE	AÑO
Ventas	48.384,00
COSTOS FIJOS	20.131,90
Sueldos y salarios	16.215,90
Depr. Edificio	175,00
Depr. Muebles y enseres	137,70
Depr. Equipo de Computación	333,30
Depr. Equipo de Oficina	20,00
Depr. Vehículo (tricimoto)	600,00
Depr. Maquinaria y equipo	400,00
Interés Bancario	2.250,00
COSTOS VARIABLES	22.071,16
Materia Prima Directa	13.272,00
Mano de Obra Directa	5.066,16
Costos Indirectos de Fabricación	1.968,00
Gasto Publicidad	1.440,00
Servicios Básicos	144,00
Suministros de oficina	181,00
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	37.018,50
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	92.546

Elaborado por: La autora
Año: 2013

La fórmula para determinar el punto de equilibrio en dólares es la siguiente:

$$PE \$ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costos Variables/Ventas})}$$

$$PE \$ = \frac{20.131,90}{1 - (22.071,16/48.384)}$$

$$PE \$ = 37.018,50$$

La fórmula para determinar el punto de equilibrio en unidades es:

$$PE \$ = \frac{PE \$}{\text{Precio de Venta Unitario}}$$

$$PE \$ = \frac{37.018,50}{0,40}$$

$$PE \$ = 92.546 \text{ unidades}$$

6. CAPÍTULO: PROPUESTA ESTRATÉGICA

6.1. La Empresa

Esta microempresa artesanal se desarrollara ante la necesidad de ofrecer un producto diferente y nuevo; no existe en el mercado productos que incentiven al rescate del cultivo tradicional de Imbabura y que ofrezcan al mercado, es por ello la creación de esta microempresa.

6.1.1. Nombre de la Empresa

El nombre de la empresa se denominará “TANTA MASHWAS” en idioma kichwa que en español significa “WAFFLES DE MASHWAS”, ya que serán elaboradas con manos netamente de mujeres indígenas de la comunidad de Angochagua, es por ello que se considera el nombre en idioma kichwa.

6.2. Base Filosófica

6.2.1. Misión

Proveer al mercado un producto de calidad derivado del cultivo ancestral, respaldados en un excelente servicio ofrecido por un talento humano competente y comprometido en la constante innovación de productos, con el interés de superar las expectativas de nuestros clientes y generar una organización sólida y rentable.

6.2.2. Visión

Para el 2018 será reconocida como una organización micro empresarial líder, en elaborar productos derivados del cultivo ancestral de los pueblos y nacionalidades del Ecuador; con tecnología a la vanguardia en la elaboración de productos innovadores, cumpliendo con altos estándares de calidad y capaces de proporcionar seguridad y bienestar a nuestros clientes y consumidores.

6.2.3. Políticas

Las políticas que han de guiar el accionar de la empresa son:

- Cumplir con los requisitos técnicos, legales, reglamentarios especificados o vigentes, visualizando nuevas necesidades y expectativas para implementar acciones que aseguren la satisfacción y fidelidad del cliente.
- Asegurar la creación de valor, a través de la mejora continua en la eficacia y eficiencia de los procesos, apoyados por una permanente capacitación interna y externa así como mediante la pronta incorporación a los procesos internos de nuevas tecnologías y avances.
- Promover el desarrollo y el compromiso del personal, creando un ambiente y condiciones de trabajo satisfactorios en un clima de confianza y respeto, verificando que cuentan con las competencias adecuadas para asumir las obligaciones y responsabilidades de sus puestos de trabajo.
- Lograr el compromiso de nuestros proveedores, para el cumplimiento de los requisitos establecidos, basado en la mutua confianza y en una integración que genere valor agregado al funcionamiento del negocio.
- Minimizar los riesgos para la Seguridad y la Salud en los procesos internos, a través de:

- a. Prevención y respuesta oportuna en caso de emergencias.
- b. Cumplimiento de la normativa de Sanidad.
- c. Reducción de riesgos de trabajo y mejora de los ambientes laborales.
- d. Seguridad industrial

6.2.4. Principios y Valores

6.2.4.1. Principios

- Trabajo en equipo: para el cumplimiento de las actividades el personal debe coordinar y cooperar en la consecución de logros de la microempresa.
- Trabajo a tiempo: el trabajo en equipo permite optimizar recursos en la ejecución productiva y se entregue los pedidos en el tiempo establecido para satisfacer al cliente.
- Familiaridad: un trato amable, respetuoso, en ambiente familiar por convivir y compartir diariamente en actividades laborales.

6.2.4.2. Valores

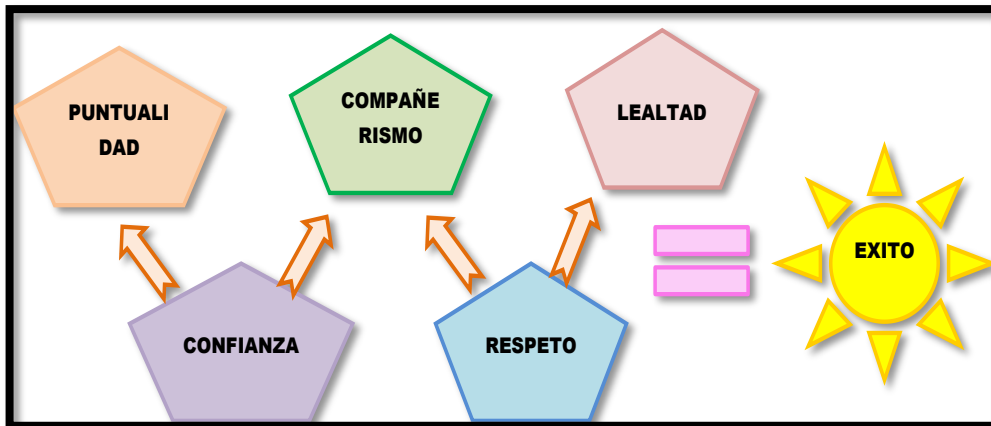
“Con confianza, lealtad y compañerismo, alcanzaremos el éxito”

Es la frase de motivación de la empresa; misma que impulsará a sus trabajadores para alcanzar sus metas, esta organización practicará los siguientes valores:

- Puntualidad: el personal respeta su horario de entrada y salida; evitando sanciones que opaquen su imagen. Para esto se incentivará con felicitaciones públicas a los trabajadores con record de puntualidad.
- Compañerismo: los trabajadores son unidos y se ayudan entre sí para evitar conflictos internos y que el ambiente de la empresa sea armónico.
- Lealtad: la lealtad de cada trabajador será evidente en cada una de sus actividades, lo cual evita problemas futuros.

- Confianza: se inspira confianza a los trabajadores para que desempeñen mejor sus labores dentro de la micro empresa; al mismo tiempo la confianza es recíproca para los empleadores.
- Respeto: existe respeto entre las personas, trabajadores y a sus funciones tanto dentro y fuera de la empresa.

Gráfico N° 25 Valores institucionales



Elaborado por: La autora
Año: 2013

6.3. La Organización

Gráfico N° 26 Organigrama Estructural

“TANTA MASHWAS”



Elaborado por: La autora
Año: 2013

6.4. Imagen Corporativa

Marca= Tanta Mashwas

Slogan= Desde Angochagua, un sabor ancestral

Logo=



Página web= www.cultivosumaksisas.com

Dirección electrónica= cultivosumaksisas@gmail.com

Dirección = Angochagua, a 200 metros de las canchas deportivas.

Contactos= Cel. 0982743694.

Gráfico N° 27 Etiqueta del producto final

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Proteína	2.85g
Grasa	2.82g
Grasa Saturada	0.763g
Grasa Polinsaturada	0.722g
Grasa Monosaturada	1.99g
Colessterol	5mg
Sodio	0.28g
Fibra	1g
Azúcar	1.84g
Mashwas	1.5g

www.cultivosumaksisas.com Email:cultivosumaksisas@gmail.com Cel: 0982743694

TANTA MASHWAS
WAFFLES DE MASHWAS

Desde Angochagua
un sabor ancestral

www.cultivosumaksisas.com Email:cultivosumaksisas@gmail.com Cel: 0982743694

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Además para reforzar dicha imagen corporativa se imprimirá hojas membretadas, tarjetas de presentación, hojas volantes.

6.5. Titularidad de la empresa

La autora Sonia Karina Matango Sandoval, con cédula de identidad N° 100324266-4, responsable del presente proyecto, será quien lleve la titularidad de: Gerente-Propietaria y Representante Legal de la Microempresa Productora y Comercializadora de Waffles de Mashwas.

6.6. Marco legal

Nombre o Razón Social: “TANTA MASHWAS”.

Figura Jurídica: se constituirá como Persona Natural.

Representante Legal: Sonia Karina Matango Sandoval.

Números de socio: la microempresa se conformará solo con una propietaria.

Capital inicial: es de 19.852,29 dólares, de los cuales 4.852,29 dólares son de capital propio y 15.000,00 dólares a través de un crédito en el Banco del Fomento.

Domicilio: será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Angochagua.

6.6.1. Documentación de la Microempresa

La microempresa será artesanal, porque cumple con los requisitos y leyes que ampara al artesano a la actividad gastronómica.

La afiliación a la Cámara de Comercio, mediante gremios o asociaciones contempladas en el reglamento único de la Ley de Defensa del Artesano, otorga beneficios al artesano como es la exoneración de impuestos, ya que los productos ofertados por los artesanos están exentos del 12% del IVA, así como también las obligaciones con los trabajadores como el pago de décimos y fondos de reserva.

La microempresa poseerá todos los documentos que implican la constitución de este tipo de microempresas, para ello se procederá a la obtención del Registro único de Contribuyentes (RUC), Permiso Sanitario de Funcionamiento y Patente –Municipal.

6.6.2. Registro Único de Contribuyentes

Los requisitos para obtener el RUC, son los siguientes:

Cédula del Representante Legal

Copia del Certificado de Votación

Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde se desarrolla su actividad económica: recibo de luz, agua, teléfono.

6.6.3. Patente Municipal

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual. La patente se la debe obtener dentro de los 30 días siguientes al día final del mes en que se inician las actividades y durante enero de cada año.

Los Requisitos son los siguientes:

- Recibo del último pago del impuesto predial de la ubicación de la microempresa.
- Copia del RUC
- Documentos personales del representante legal, cédula de identidad, papeleta de votación.

6.6.4. Permiso Sanitario de Funcionamiento

Además de la patente, el Municipio exige la obtención del permiso sanitario de funcionamiento, dentro de este proceso el primero en obtener es el Permiso de Funcionamiento y posterior el Registro Sanitario.

Los Requisitos para el permiso de funcionamiento son los siguientes:

- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario del establecimiento.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Copia de certificados de Salud conferidos por Centros de Salud del MSP
- Ficha de inspección
- Certificado de la ficha Técnica de Envase.
- Diagrama de procesos
- Diagrama simplificado de equipos
- Descripción del procesos de envase

6.6.5. Registro Sanitario

Llevar el permiso de funcionamiento (categoría planta procesadora de alimentos).

- Registro Único de Contribuyentes
- Permiso de bomberos
- Informe Técnico de un Ing. Alimentos o Ing. Químico en alimentos.
- Análisis del producto.

6.7. Manual de funciones

Cuadro N° 71 Gerente

NOMBRE DEL PUESTO		GERENTE
PERFIL DEL PUESTO		Capacidad administrativa y de gestión, liderazgo y motivación. Criterio técnico profesional para propender el desarrollo empresarial. Excelente nivel de comunicación para manejar relaciones internas y externas de la entidad. Habilidad para solucionar conflictos. Ética moral.
FUNCIONES		Generar mayor volumen de ingresos, manteniendo la calidad y el servicio. Dirigir, Supervisar y Controlar la operación del establecimiento. Dirigir, Supervisar, Controlar y Capacitar al personal a su cargo. Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de trabajo. Supervisar el inicio diario de operaciones y generar los reportes necesarios. Supervisar la operación en las áreas funcionales. Proveer al personal y áreas de lo necesario para desarrollar sus funciones. Garantizar que el personal mantenga la excelencia en la atención al cliente.
REQUISITOS DEL PUESTO	DEL	Especialización en producción y comercialización de productos Ingeniero /a Comercial, y/o carreras afines.

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro N° 72 Secretaria

NOMBRE DEL SECRETARIA	
PUESTO	
PERFIL DEL PUESTO	<p>Personalidad equilibrada y proactiva.</p> <p>Capacidad de adaptación a los cambios.</p> <p>Habilidades comunicativas y escucha activa.</p> <p>Técnicas de archivo.</p> <p>Técnicas de oficina</p> <p>Digitación o mecanografía.</p> <p>Uso apropiado del teléfono</p> <p>Manejo y organización de la agenda</p> <p>Redacción de correspondencia general, comercial y administrativa.</p> <p>Manejo adecuado de documentos.</p>
FUNCIONES	<p>Redactar correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios de poca complejidad.</p> <p>Transcribe en computador correspondencia como: oficios, memorandos, informes, tesis, listados, actas, resultados de exámenes.</p> <p>Recibir y enviar correspondencia.</p> <p>Realizar y recibir llamadas telefónicas.</p> <p>Actualizar la agenda de su superior.</p> <p>Tomar mensajes y transmitirlos.</p> <p>Brindar apoyo logístico en la organización y ejecución de reuniones y eventos.</p>
REQUISITOS DEL PUESTO	<p>Título de secretaria(o), otorgado por una Institución Educativa Técnica Profesional o Superior.</p> <p>Experiencia: 1 año</p>

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro N° 73 Jefe de Comercialización

NOMBRE DEL PUESTO		JEFE DE COMERCIALIZACIÓN
PERFIL DEL PUESTO		<p>Diseño de la estrategia propuesta de valor y ventajas competitivas de todos los productos de la compañía.</p> <p>Análisis estadístico y de mercado.</p> <p>Revisión de los precios de los productos y/o servicios que ofrecen.</p> <p>Gestión y control de indicadores del área.</p> <p>Conocimientos básicos en el área contable.</p> <p>Atención a clientes.</p> <p>Desarrollo y ejecución de nuevos proyectos comerciales.</p> <p>Marketing.</p> <p>Elaboración de estrategias comerciales.</p>
FUNCIONES		<p>Coordinar y aumentar el porcentaje de ventas en función del plan estratégico organizacional.</p> <p>Reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas.</p> <p>Coordinar los planes de trabajo de los vendedores Semanal, Mensual y Anual.</p> <p>Medición y Evaluación del desempeño de la fuerza de venta.</p> <p>Analizar los problemas para aumentar la eficiencia de la operación y proponer soluciones rentables para la Empresa.</p> <p>Conocer las necesidades de diferentes tipos de clientes.</p> <p>Impulsar la apertura a nuevos mercados y cuentas.</p> <p>Elaborar y ejercer el presupuesto semestral de la Empresa.</p>
REQUISITOS DEL PUESTO		<p>Estudios en Administración o Carreras afines.</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año</p>

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro N° 74 Jefe de Producción

NOMBRE DEL PUESTO DEL JEFE DE PRODUCCIÓN	
PERFIL DEL PUESTO	<p>Ser responsable en las funciones encomendadas.</p> <p>Tener buenas relaciones humanas</p> <p>Honestidad</p> <p>Ética</p> <p>Don de mando</p> <p>Tener iniciativa en el trabajo</p>
FUNCIONES	<p>Controlar la producción y la calidad del producto.</p> <p>Coordinar y revisar la elaboración, actualización y cumplimiento de los procedimientos básicos de operación y técnicas de fabricación.</p> <p>Aprobar los procedimientos relacionados con las operaciones de fabricación.</p> <p>Asegurar que los registros de producción sean evaluados y firmados por la persona designada.</p> <p>Supervisar, dirigir y controlar que las actividades productivas se cumplan eficientemente.</p> <p>Supervisar al personal operativo en las labores diarias.</p> <p>Administrar la bodega de materiales e insumos</p> <p>Elaborar presupuestos de recursos materiales.</p>
REQUISITOS DEL PUESTO	<p>Titulación universitaria superior, preferiblemente Ingeniería</p> <p>Estudios especializados sobre planificación y gestión de producción</p>

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro N° 75 Contador

NOMBRE DEL PUESTO		CONTADOR
PERFIL DEL PUESTO		<p>Tener ética moral y profesional, anhelos de superación personal.</p> <p>Poseer buena iniciativa de trabajo para poder planificar, organizar y ejecutar actividades financieras y contables de la Empresa.</p> <p>Agilidad para la toma de decisiones y facilidad para realizar y proporcionar informes contables mensual, anual o cuando el administrador lo requiera.</p> <p>Reunir las competencias generales y específicas de acuerdo al cargo.</p>
FUNCIONES		<p>Dirigir la implementación de los manuales de contabilidad y presupuesto, supervisando su correcta utilización.</p> <p>Conocer y mantener información actualizada respecto a las leyes mercantiles y de regulación gubernamental.</p> <p>Dirigir y supervisar el personal bajo su cargo si así fuera.</p> <p>Elaborar los reportes contables y de presupuesto que son requeridos.</p> <p>Discutir y justificar las cifras de los reportes, así como las conciliaciones de cuentas proveedores, etc.</p> <p>Elaborar los cuadros o formatos, soportes de informes mensuales y trimestrales.</p>
REQUISITOS DEL PUESTO		<p>Título en Contabilidad y Auditoría CPA.</p> <p>Manejo de paquetes contables y de auditoría.</p> <p>Experiencia en el área Financiera, Contable, Administrativa y Recursos Humanos.</p>

Elaborado por: La autora
Año: 2013

6.8. Estrategias Mercadológicas de Posicionamiento

El proceso de comercialización de las waffles de mashwas inicia cuando se adquiere las mashwas a los productores de la parroquia Angochagua, aquí será transformado en waffles y a su vez comercializado a todos los bares escolares de la ciudad de Ibarra.

6.8.1. Producto

El producto que se pretende comercializar tiene muchas ventajas comerciales por las características que presenta al ser de calidad con un agradable aroma, un exquisito sabor y una preparación muy práctica. El producto a comercializarse se lo hará en envases de plástico que contendrá 2 unidades de 100gr. cada envase.

6.8.2. Precio

Antes de fijar el precio de producto de este proyecto, se analizará los precios de la competencia para de esta manera tener un rango de precios aceptable en el cual se pueda competir.

6.8.3. Plaza

El mercado está constituido por una sociedad con diferentes necesidades, costumbres, posibilidades económicas que influyen en los gustos y preferencias de las personas en el momento de adquirir o consumir un producto, lo que determina que es necesario un análisis a los consumidores en cuanto a gustos y preferencias.

A fin de que el proyecto tenga la mayor efectividad en cuanto a sus resultados, se ha realizado el estudio de mercado en el cual nos podemos dar cuenta que nuestro producto va a estar distribuido en los bares

escolares de la Ciudad de Ibarra ya que los niños, niñas y adolescentes son un mercado atractivo para la venta de productos dulces.

6.8.4. Promoción

Se aplicará el denominado método de enganche para lo cual se presentará directamente el producto a los propietarios de los bares, desde donde se difundirá hacia cada uno de los hogares, con una publicidad boca a boca hasta ver la necesidad de preparar un plan de marketing más complejo dependiendo de la acogida inicial del producto.

Además se enfocará en realizar promoción publicitaria por el medio de comunicación radial para poder lograr la mayor cantidad de clientes potenciales de la ciudad de Ibarra.

7. CAPÍTULO IMPACTOS

7.1. Impactos del Proyecto

El análisis de impactos se realiza en el presente proyecto mediante la aplicación de una matriz de impactos, económica, social, ambiental, educativa, estableciendo al final una matriz general a fin de establecer, si el proyecto es aceptable. La evaluación de impactos se realiza en función de las actividades realizadas y de los resultados previstos con el proyecto de creación de una microempresa para la producción y comercialización de waffles de mashwas.

Determinados los impactos a evaluar se realizan los cálculos respectivos para identificar el nivel de impacto, con las escalas de puntuación, para luego realizar el análisis de los diferentes impactos. En la matriz se señala una valoración de -3 a 3 que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

Cuadro N° 76 Matriz de medición de impactos

-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Alto	Impacto Medio	Impacto Bajo	Impacto Nulo	Impacto Bajo	Impacto Medio	Impacto Alto
NEGATIVO			No hay Impacto	POSITIVO		

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

El indicador se constituye por cada uno de los criterios que se adoptan con la finalidad de realizar el análisis de un determinado impacto.

7.1.1. Impacto Económico

El desarrollo del presente proyecto genera un incremento en la producción, que al implementar la microempresa de elaboración de waffles de mashwas, ofrece la oportunidad de incentivar al cultivo de este tubérculo y que las personas del lugar tengan trabajo sin tener que abandonar su tierra. A continuación se detalla el impacto generado.

Cuadro N° 77 Matriz de impacto económico

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de fuentes de empleo							x	3
Crecimiento económico						x		2
Inversión			x					-1
Demanda de mano de obra						x		2
TOTAL			-1			4	3	6
<p>Nivel de Impacto Económico</p> $= \frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{6}{4} = 1,5$ <p>Nivel de impacto = 2 Positivo medio</p>								

Fuente: Investigación directa.
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

Los indicadores, generación de fuentes de empleo y crecimiento económico generan un impacto alto positivo debido a que en Angochagua no existen fuentes de empleo seguro que ayuden al fortalecimiento económico de la localidad.

La inversión recibe la calificación de impacto negativo bajo, puesto que para implementar un proyecto de estas características es necesario invertir un monto significativo, sobre todo en infraestructura maquinaria y equipos que ayuden a la transformación de la materia prima, lo que al final conlleva a la necesidad de mano de obra para realizar la puesta en marcha del negocio por lo que este indicador mano de obra recibe la calificación medio positivo.

7.1.2. Impacto Social

Los indicadores sociales son escogidos debido a su nivel de afectación en el entorno de la población que tiene incidencia directa con la microempresa. A continuación se detalla los indicadores.

Cuadro N° 78 Matriz de impacto social

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Calidad de vida						x		2
Estabilidad familiar							x	3
Migración						x		2
Fortalecimiento organizacional							x	3
TOTAL						4	6	10

Nivel de Impacto Social = $\frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$ = $\frac{10}{4}$ = 2,5

 Nivel de impacto = 3 Positivo alto

Fuente: Investigación directa.
 Elaborado por: La autora
 Año: 2013

ANÁLISIS

Los indicadores estabilidad familiar y fortalecimiento organizacional toma la calificación de alto positivo, ya que los empleados contarán con una fuente de empleo seguro que les permita satisfacer las necesidades familiares, y a la vez beneficia a los pequeños productores, pues, podrán organizarse para ofertar su producto a la microempresa que transformará la materia prima permitiendo a los productores contar con un mercado seguro.

La calidad de vida y la migración reciben una calificación de impacto medio positivo, ya que una estabilidad laboral permite tener un mejor estilo

de vida sin necesidad de migrar a otras ciudades en busca de mayores posibilidades económicas.

7.1.3. Impacto Educativo

El impacto educativo es de trascendental importancia dentro de la producción, ya que para mejorar la calidad productiva se capacitará a toda la comunidad tanto en técnicas de agricultura como en clases de repostería para mujeres y adolescentes y así generar nuevos productos en la zona.

Cuadro N° 79 Matriz de impacto educativo

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Nuevos aprendizajes							x	3
Perfeccionamiento de habilidades							x	3
Aplicación de conocimientos							x	3
Transferencia de tecnología						x		2
TOTAL						2	9	11
<p>Nivel de Impacto Educativo = $\frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{11}{4} = 2,75$</p> <p>Nivel de impacto = 3 Positivo alto</p>								

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS

Los indicadores nuevos aprendizajes, perfeccionamiento de habilidades y aplicación de conocimientos reciben la calificación alto positivo, debido a

que la formación del talento humano es imprescindible en la actualidad para poder competir en un mundo laboralmente exigente; el adecuado talento humano mejora los procesos en las empresas, por tanto, asegura la calidad de los productos e incrementa los ingresos económicos tanto de la empresa como del empleado, por ello, la transferencia de tecnología recibe la calificación medio positivo.

7.1.4. Impacto Ambiental

En vista de que el entorno en el que vivimos es muy importante, la microempresa busca afectar en lo más mínimo el ecosistema del lugar en donde funcionará. Se propone los siguientes indicadores.

Cuadro N° 80 Matriz de impacto ambiental

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Protección del medio ambiente							x	3
Uso racional de agua							x	3
Manejo de desechos							x	3
Contaminación del aire				x				0
Contaminación auditiva				x				0
TOTAL				0			9	0
<p>Nivel de Impacto Ambiental</p> $= \frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{9}{5} = 1,8$ <p>Nivel de impacto = 2 Positivo medio</p>								

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS

La protección del medio ambiente, uso racional del agua y manejo de desechos reciben la calificación de impacto alto positivo, en vista de que la microempresa involucra la conservación del entorno aprovechado la materia prima propia del sector, además del uso de los desechos como abono para el suelo que va a mejorar la productividad de la tierra debido a que es de procedencia orgánica.

Existirá un bajo impacto de contaminación al aire, por la emanación de gases provenientes de los procesos de producción, los mismos que tampoco generan contaminación auditiva de ningún tipo.

7.1.5. Impacto General

Cuadro N° 81 Matriz de impacto general

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Económico						x		2
Impacto Social							x	3
Impacto Educativo							x	3
Impacto Ambiental						x		2
TOTAL						4	6	10
Nivel de Impacto General $= \frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,5$ Nivel de impacto = 3 Positivo alto								

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Autora

Año: 2013

ANÁLISIS

De acuerdo con el análisis general, los impactos referentes al presente proyecto indican que tendrán un impacto alto positivo, lo cual quiere decir que la creación de la microempresa, frente a los retos de competitividad y demás cambios garantizan una nueva alternativa para la generación de puestos de trabajo, y desarrollo socio económico del sector.

CONCLUSIONES

- ⊗ La producción agrícola de las mashwas en la Parroquia de Angochagua, zona objeto de investigación, determina que si existe cosechas durante el año calendario, es decir, que se dispone de materia prima de excelente calidad para la ejecución del presente estudio y disposición de más lotes de terreno para la siembra.
- ⊗ Las bases teóricas consultadas, permite tener un conocimiento fundamental de los principales conceptos que implica el inicio de un nuevo emprendimiento, es el principal cimiento para llevar a la práctica.
- ⊗ Realizados los estudios de oferta y demanda, se logró determinar un mercado insatisfecho; esto denota una oportunidad de captación de este mercado para la microempresa que se localizará y utilizará la mano de obra de los pobladores de la Parroquia Angochagua.
- ⊗ La evaluación económica y financiera del proyecto determina de forma teórica que la ejecución del proyecto es factible, siempre y cuando se mantengan los escenarios y no existan cambios significativos en el mercado.
- ⊗ En la actualidad existen condiciones favorables hacia las personas naturales y jurídicas, encargadas del desarrollo y ejecución de este tipo de proyectos de factibilidad por parte de Organismos Financieros, con el objeto de promover la inversión en el sector productivo, incentivando de esta manera la reactivación económica y brindando beneficios económicos adicionales para el País.

- ⊗ La localización de la microempresa en una zona de producción agrícola, permite disponer de la materia prima y mano de obra necesaria para cumplir con los objetivos planteados.

- ⊗ El éxito de la microempresa se basa en la gestión administrativa, además el talento humano cumpla con las competencias técnicas requeridas para el adecuado desarrollo de las actividades.

RECOMENDACIONES

- ⊗ La microempresa debe funcionar como un ejemplo de productividad, mediante la correcta aplicación de estrategias y marketing; un adecuado cumplimiento del presupuesto ayuda optimizar la utilización de los recursos.
- ⊗ Se recomienda utilizar la publicidad basada en resultados, es decir, de las buenas experiencias con los clientes y el excelente servicio, con el afán de mejorar el posicionamiento en el mercado. Esta estrategia ayuda a publicitar a la empresa de manera gratuita y sin costos financieros.
- ⊗ La estrategia de diferenciación de la microempresa se basa en generar productos y servicios de alta calidad a través de los procedimientos descritos en el estudio técnico. Esta recomendación se fundamenta en una de las formas más eficientes de posicionarse en el mercado, a través de una clara identificación de la empresa ante la competencia.
- ⊗ Se debe hacer un mantenimiento apropiado a toda la maquinaria instalada para cumplir con el rendimiento productivo y las expectativas de los clientes al ofertar un producto de alta calidad.
- ⊗ Para una posterior implementación del proyecto se puede usar el presente estudio de factibilidad como base para desarrollar, profundizar detalles y características fundamentales de la elaboración de las waffles de mashwas.
- ⊗ El estudio realizado debe ser presentado al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y otras instituciones de financiamiento públicas y privadas para su posterior financiamiento.

FUENTES BIBLIOGRAFICAS

ARBOLEDA, Germán. *Proyectos, Formulación, Evaluación y Control*. Editorial San Fernando, Colombia. (2004).

BARRENO, 2005, pág. 10

BERNAL, César. *Metodología de la Investigación*. Segunda Edición, Editorial Pearson Educación. México, 2006.

BRAVO Valdivieso, Mercedes, *Contabilidad General* (2009)

CANTOS, Enriqueta, *Diseño y gestión de microempresas*. Editorial CODEU

CHILQUINGA, Manuel, *Costos por órdenes de Producción*. Editorial Imprenta Offiset; Ibarra Ecuador 2005.

Costales & Bolívar, 2009. Pág. 227

Cultural S.A, 2008, pág. 237

DÍAZ Flor, *Diseños de evaluación financiera* (2009)

GALINDO, Carlos. *Manual para la creación de microempresas*. (2004), Colombia

HARGADON, Bernard; *Principios de Contabilidad*; editorial Norma; Colombia 2005.

JÁCOME, Walter; *Proyectos Productivos de la Inversión*; editorial Universitaria; Ecuador 2005

MEYER, Marco; *Elaboración de frutas y hortalizas*; Editorial Trillas; México 2007.

MONTEROS, Edgar; *Manual de gestión micro empresarial*, editorial Universitaria; Ecuador 2005.

Philip kother, 2008

QUINTEROS, Juan José (2006) *Evaluación de Proyectos de Inversión*

RAMÍREZ, José Edgar; *Metodología de la Investigación Científica*; Ibarra.

Kotler, Philip & Armstrong, 2006, pág. 353

Arcilia & Cristobal O, 2006, pág. 80

Miranda Juan José, 2009, Pág. 195

ZAPATA, Sánchez. *Contabilidad General*, Pedro (2011)

LINKOGRAFÍA

<http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto>

<http://aler.org/redes/mercadeo/docs/proyecto3.pdf>

<http://www.slideshare.net/guest4a7714/clasificacion-de-empresas>

<http://www.monografias.com/trabajos/metoinves/metoinves.shtml>

<http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

<http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no%2010/contabilidad%20costos.htm>

<http://www.zonaeconomica.com/excel/van-tir>

<http://madrescabezadefamili.galeon.com/>

<http://www.zabalketa.org/waffles/elaboración>

<http://www.estrategias.de/marketing>

<http://www.mailxmail.com/curso-control-contable/>

http://es.wikipedia.org/wiki/Estado_de_resultados

ANEXOS



ANEXO "A"

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ENCUESTA

DIRIGIDA A LOS CLIENTES POTENCIALES LA CIUDAD DE IBARRA,
PROVINCIA DE IMBABURA

OBJETIVO:

Establecer la aceptación de las Waffles de Mashwas por parte de los posibles clientes-consumidores.

INSTRUCCIONES:

- La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas.
- Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla.
- Marque con una X en el paréntesis su respuesta.

CUESTIONARIO:

INDICADOR: PROPIETARIO BAR ESCOLAR

3) ¿Cuál es la cantidad que vende a diario de productos como pan, sanduche o tortillas?

- | | |
|----|-----|
| 10 | () |
| 15 | () |
| 20 | () |
| 25 | () |

4) ¿Conoce la existencia de las mashwas, sus propiedades nutricionales y medicinales?

- | | |
|-------|-----|
| Mucho | () |
| Poco | () |
| Nada | () |

5) ¿Estaría dispuesto a incorporar las waffles de mashwas en su bar?

- | | |
|-------------|-----|
| Si | () |
| No | () |
| Tal vez | () |
| No responde | () |

6) ¿Con que criterio elige usted un producto para comercializar en su bar?

Costo ()
Importancia ()

7) ¿Cuál sería el valor que pagaría Usted, por este producto de 200 gramos?

De \$ 0,40 ()
De \$ 0,65 ()
De \$ 0,85 ()

8) ¿Cada que tiempo se abastecería del producto?

Diario ()
Tres días ()
Semanal ()
Quincenal ()

9) ¿Qué cantidad compraría?

10 ()
20 ()
30 ()
Otros ()

10) Considera Usted importante la:

Calidad ()
Presentación ()
Cantidad ()
Precio ()
Información nutricional ()

11) ¿Cuál sería la presentación ideal para este producto?

Fundas ()
Tarrinas ()

12) ¿A través de qué medio le gustaría recibir información de este producto?

Radio ()
Prensa ()
Televisión ()
Revistas ()

Datos Técnicos:

<u>Sexo:</u>		<u>Edad:</u>		<u>Instrucción:</u>	
Femenino	()	18-35	()	Primaria	()
Masculino	()	36-45	()	Secundaria	()
		46-60	()	Superior	()
		60	()	Ninguno	()

Ciudad:..... Sector:.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ENCUESTADOR:.....

FECHA:.....

PRODUCTO FINAL



METALICAS "VACA CORTES"

MARIA VIRGINIA CORTES ALFONSO

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR: Artículos de Metal,
Artefactos del Hogar, Electrodomésticos y Artículos de Bazar

Matriz: Velasco 927 y Sánchez y Cifuentes

Dir.: Velasco 927 y Sánchez y Cifuentes Telf.: 2611 065 Ibarra - Ecuador

PROFORMA
001-001

Nº 0000446

RUC: 1001890860001

CLIENTE: SONIA MATANGO	FECHA: sept 03/2013
DIRECCION: BO. IMBABURA.	CODIGO:
PLAZO DE PAGO:	RUC: 1003242664.
OBSERVACIONES ESPECIALES:	TELE: 255 8356.

CANT.	DETALLE	P. UNIT.	V. TOTAL
1	COCINA AGI ACERO ABIERTA		245
1	BATIDORA INDUSTRIAL DE 30 LITROS		1250
1	BALANZA ELECTRONICA 30 KG.		142,86
5	ESTANTERIA REFORZADA GALVA- PISAON	89	445
		Subtotal \$	690
		12% I.V.A.	1392,86
		12% I.V.A.	167,14
		Descuento	
		TOTAL \$	2250

CLIENTE

VENDEDOR

Edgar Anibal Ruales Villarruel - Imprenta "Eloy Alfaro" RUC: 1000315703001 Aut. Nro 1147 Telf. 2950 133
Imp - 401 - 500

Original Adquirente
Copia Emisor

Cliente: SONIA KARINA MATANGO SANDOVAL

Dirección: COOPERATIVA IMBABURAPACK

TELF:2558356

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
1	ESCRITORIOS INDIVIDUALES, Elaborados en Melamínico Duraplac de 19mm Doble Cara con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.20cmx 0.60cm Incluye 1 Cajonera Triple en Melamínico Con Seguridad para las tres gavetas. 1 Porta Teclado de Riel, 1 Pasacable Redondo de Plástico.		147.32
2	ARCHIVADOR METÁLICO DE 4 GAVETAS, Provisto con mecanismos de Seguridad para las cuatro gavetas, Sistema interno de riel, Elaborado en tol de 1.1mm Acabados en Pintura Electrostática y Texturizada, color Negro.	187.50	375.00
1	SILLA OPERATIVA "FOCUS" Nacional C/brazos Espaldar Semireclinable sistema de regulación de altura, Base 5 Puntas con garruchas Plásticas Tapiz en cuerina Negra.		77.68
1	SILLÓN ESPERA TRIPERSONAL CIMA tapiz cuerina negra		187.50
1	SILLÓN ESPERA BIPERSONAL CIMA tapiz cuerina negra		156.25
1	MESA DE CENTRO DE VIDRIO 60"Ø40		62.50
Tiempo de Entrega: 15 Días Laborables		Subtotal	1,006.25
Forma de Pago: 60% Al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: Quince Días		IVA 12%	120.75
Tiempo de Garantía: <u>Un año de Garantía por daños de fabricación</u>		TOTAL \$	1,127.00

LINEA NUEVA
MOBILIARIO CIA. LTDA.
1091734547001

Entregué Conforme
Irene Játiva

Recibí Conforme

Reinventamos espacios
Muebles para Oficina y Hogar

Exhibición: Pedro Moncayo y Olmedo Esq.
(Frente al Banco Pacifico) Telfs: 2953-400 / 2611-107
Fábrica: Juan Montalvo 6-59 y Oviedo
(Frente Iglesia San Francisco) Telf: 2612-791
Ibarra - Ecuador

Juan Eljuri

EMPRESA DE PAZ

Col. V. M.

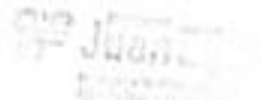
PROFORMA/PEDIDO # 899839133

Fecha: martes, 1 de septiembre de 2015

Cliente: APROBI CLIENTE DE APERTURA
R.Raíz: CLIENTE DE APERTURA
Dirección: APERTURA
Ciudad: CUENCA
Agente: 259 VAMQUEZ IMBACUAN CHRISTIAN GRIVASNI
Oficina: SONIA KARINA MATANGO SANDOVAL
Atención: 207 BOGOGA ARI MARCA SUCURSAL

Forma de Pago: CON **Estado:** 1
DESCUENTO(%): 28,87
Autorizado por: **Fecha del:** 0 **Fecha del:** 20150901

Id	Código	Descripción	Cantidad	Precio/Caj	Total
1	09007	WATLEBA CG-120W	0,00	117,00	000,00
2	09014	SEFECERADORA BORGAL 217 BLANCO	1,00	426,30	426,30
Subtotal					1.221,30
Descuento					-414,92
Valor Neto					1.087,13
Iva					120,47
Total					1.217,60
Entrada					0,00
S. Cuentas de:					0,00


 Juan Eljuri