



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE FRESAS
DESHIDRATADAS EMPACADAS AL VACÍO, EN LA CIUDAD DE
IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.**

AUTORA: RODRÍGUEZ VALLES GABRIELA ALEXANDRA

DIRECTOR: ING. COM. MSG. LUIS VÁSQUEZ

IBARRA, ENERO - 2014

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se ha realizado con el propósito efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de fresas deshidratadas empacadas al vacío, en la ciudad de Ibarra, para se realizo es el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en esta investigación. Primeramente, se realizó un diagnóstico técnico situacional, del sector agrícola en el Cantón Ibarra, luego se procedió a desarrollar el estudio de mercado en el que se analizaron las condiciones en las que se encuentra la producción y comercialización de fresas deshidratadas en el sector, así mismo las condiciones de la demanda y oferta de los productos similares, las condiciones para fijar el precio de venta, así como también permitió determinar la demanda a satisfacer. Conocidos los resultados y siendo estos positivos se procedió a la fijación de la macro y micro localización, su tamaño, la ingeniería del proyecto, para lo cual se fijó un presupuesto de la inversión requerida. Consecuentemente se realizaron y evaluaron los ingresos proyectados, mediante un análisis financiero que nos llevó a determinar el valor neto positivo, la tasa interna de retorno, el costo beneficio buscando obtener la mayor rentabilidad, esto nos permitió determinar la factibilidad del proyecto. Obtenidos estos resultados se desarrolló la organización administrativa mediante un organigrama funcional, se detalló las funciones de cada uno de los colaboradores de la empresa. Finalmente se determinó los impactos sociales, económicos, ecológicos, ambientales y empresariales. Una vez establecida toda esta estructura se justifica la necesidad de emprender el presente proyecto y la conveniencia de la inversión.

SUMMARY

This research was conducted in order to carry out a feasibility study for the creation of a processor and marketer of dehydrated strawberries vacuum packed, in the city of Ibarra, was held company is the analysis of the different aspects involved in this research. First, a situational technical diagnosis, the agricultural sector in the Ibarra city was performed, then proceeded to develop a market study on the conditions in which the production and marketing of dried strawberries in the field is analyzed and same conditions of demand and supply of similar products, the conditions for fixing the selling price, and also allowed us to determine the demand meet. Being known and these positive results we preceded to the fixing of the macro and micro location, size, engineering Project, for which an estimate of the investment required was set. Consequently were performed and evaluated projected revenues by a financial analysis that led us to determine the net positive value , internal rate of return , cost benefit looking to get the highest return , this allowed us to determine the feasibility of the project. These results obtained administrative organization was developed through a functional organization, the functions of each of the partners of the company are detailed. Finally the social, economic, ecological, environmental and business impacts are determined. Once established this whole structure is justified the need to undertake this project and the suitability of the investment.

DECLARACIÓN

Yo, Gabriela Alexandra Rodríguez Valles, portadora de la cedula de ciudadanía N° 100332078-3, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentada para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Gabriela Alexandra Rodríguez Valles

100332078-3

Gabriela Alexandra Rodríguez Valles

DEDICATORIA

El presente proyecto de tesis va dedicado principalmente a mi Dios que me ha permitido llegar a cumplir un gran sueño en mi vida y por haberme dado siempre la Bendición para lograr mis metas. También se lo dedico a toda mi familia; mi abuelita, mi madre, mis tíos, mis hermanos, quienes han sido mi apoyo y aliento constante especialmente en la culminación de esta etapa universitaria y por ser quienes me dan ánimos para seguir adelante cumpliendo las metas que me he trazado en la vida.



Gabriela R.

Gabriela Alexandra Rodríguez Valles

INFORME DEL TÍTULO DE GRADO AGRADECIMIENTO

Principalmente agradezco a Dios por ser mi guía y bendecirme siempre y poder cumplir lo que me he propuesto, de igual manera quiero extender mis más sinceros agradecimientos a todos los docentes quienes al impartir sus conocimientos me ayudaron a superarme y a crecer profesionalmente, también quiero expresar mi agradecimiento a mi familia que me ha apoyado en todo momento y me ha ayudado a sobresalir ante las adversidades que se me han presentado y a todas las personas que de una u otra manera me ayudaron a alcanzar este sueño tan anhelado.

presentación pública y evaluación por parte de tribunales examinadores que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 24 días del mes de enero de 2014.



Gabriela Alexandra Rodríguez Valles



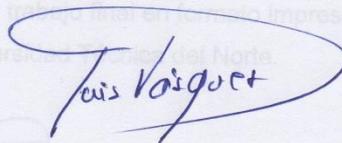
Ing. Luis Vazquez
DIRECTOR DE TESIS

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Gabriela Alexandra Rodríguez Valles para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A. cuyo tema es: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de fresas deshidratadas empacadas al vacío en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos 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 24 días del mes de enero de 2014.

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



(Firma):

Ing. Luis Vásquez

DIRECTOR DE TESIS

Nombre: GABRIELA ALEXANDRA RODRÍGUEZ VALLES

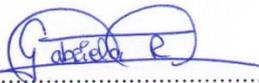
Cédula: 100332078-3

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

1.- IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

Yo, GABRIELA ALEXANDRA RODRÍGUEZ VALLES, con cédula de ciudadanía Nro. 100332078-3, expreso 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 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE FRESAS DESHIDRATADAS EMPACADAS AL VACÍO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA" que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

(Firma): 

Autor

Fecha

Nombre: GABRIELA ALEXANDRA RODRÍGUEZ VALLES

Programa

Pregrado

Posgrado

Título por el que opta

Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA

Cédula: 100332078-3

Asesor /Director

Ing. Luis Viquez

Ibarra, a los 24 días del mes de enero de 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, determino 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 Técnica del Norte.

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	
Cedula de Identidad	1003320783
Apellidos y Nombres	Rodríguez Valles Gabriela Alexandra
Dirección	Ibarra, La Victoria
Email	gabyta_alex811@hotmail.com
Teléfono Fijo s/n	Teléfono Móvil 0993339492
DATOS DE LA OBRA	
Título	“ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE FRESAS DESHIDRATADAS EMPACADAS AL VACÍO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA ”
Autor	Rodríguez Valles Gabriela Alexandra
Fecha	2014 – I – 24
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
Programa	Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/>
Título por el que opta	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA
Asesor /Director	Ing. Luis Vásquez

2. - AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo Gabriela Alexandra Rodríguez Valles, con cedula de ciudadanía No 1003322078-3, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato 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 Técnica del Norte 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.- CONSTANCIA

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es la autora de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad Técnica del Norte en caso de reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra, a los 24 días del mes de enero de 2014.

AUTORA



Firma

Gabriela Alexandra Rodríguez Valles

100332078-3

Facultad Ciencias Administrativas y Económicas. Por Resolución del Concejo Universitario

ACEPTACIÓN

Firma

Ing. Betty Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

PRESENTACIÓN

El presente proyecto consiste en: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE FRESAS DESHIDRATADAS EMPACADAS AL VACÍO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”

El capítulo I, es el diagnóstico situacional, mismo que se obtuvo información necesaria con la utilización de las técnicas de recolección de datos como son: entrevistas y observación directa, aplicadas a los principales productores de fresas, las mismas que posteriormente fueron analizadas, con lo que se determinó, amenazas, oponentes, oportunidades y posibles riegos.

El capítulo II, es el marco teórico que hace referencia a las bases teóricas basadas en libros, páginas web, mismas que ayudaron a sustentar y dieron mayor confianza para el desarrollo de la investigación, sirviendo de guía para la realización del proyecto.

El capítulo III, es el estudio del mercado, el que permitió determinar el nivel de aceptación que tendrá el proyecto en la ciudad de Ibarra, para esto se analizaron los resultados obtenidos en una investigación preliminar con la utilización la técnica de la encuesta, realizada a la población en general en supermercados, tiendas etc., para posteriormente establecer un pronóstico de mercado, permitiendo establecer la oferta y demanda del producto.

El capítulo IV, es el estudio técnico e ingeniería del proyecto en el que se especificó la propuesta del proyecto tanto administrativa como operativa, detallando la ubicación adecuada del proyecto, la distribución y diseño de la planta, con el asesoramiento de un arquitecto quien también ayudó a determinar los requerimientos de infraestructura, equipamiento con que se iniciara el proyecto.

El capítulo V, se trata del estudio financiero, en el que se determinó las inversiones, ingresos, costos, flujos etc., se analizó la estructura de financiamiento planteada para cubrir con la inversión inicial y gastos que se generaran para la ejecución del proyecto, con esta información se concluyó la rentabilidad de la empresa.

El capítulo VI, hace referencia a la estructura organizacional, en el que se planteó el análisis interno administrativo y su constitución legal, tomando como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional de la nueva empresa.

En el capítulo VII, establece los impactos que produjeron la creación de la empresa como son: económico, social, empresarial y ambiental, los mismos que fueron fundamentales para que el proyecto tenga un correcto desarrollo.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
DECLARACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	vii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	viii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	ix
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xii
INTRODUCCIÓN	xxv
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxv
JUSTIFICACIÓN	xxvi
METODOLOGÍA	xxvii

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	29
Antecedentes	29
Objetivos del diagnóstico	30
Objetivo general	30
Objetivos específicos	30
Variables Diagnósticas	30
Indicadores de las Variables	31
Matriz de Relación	32
Identificación de la Población	33
Análisis de la información	33
Entrevistas productores	33
Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos	36
Identificación de la oportunidad de inversión	37

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO	38
Empresa	38
Definición de empresa	38
Tipos de empresa	38
Características de la empresa	39
Importancia de la empresa	39
Producción	41
Definición	41
Características	41
Comercialización	42
Definición	42
Características	42
Fresas	43
Definición	43
Propiedades y características de la fresa	44
Productos deshidratados	45
Definición	45
Características	45
Ventajas	45
Métodos previos a la deshidratación	46
Métodos de deshidratación	47
Productos frutales deshidratados en el Ecuador y Como Producto de Consumo	47
Empacados al vacío	48
Definición	48
Proceso	49
Estudio de mercado	49
Concepto	49
Mercado	50
Segmentación del mercado	50

Mercado meta	51
Producto	51
Consumidor	51
La Demanda	52
La Oferta	52
Comercialización	52
Publicidad	53
Promoción	53
Precio	53
Estudio Técnico	54
Macro localización	54
Micro localización	54
Inversión fija	55
Inversión diferida	55
Capital de trabajo inicial	55
Inversión total	56
Organización Empresarial	56
Estructura Administrativa	56
Misión	57
Visión	57
Proceso Administrativo	57
Planificación	57
Organización	58
Dirección	58
Control	58
Estudio Financiero	58
Ingresos	59
Egresos	59
Contabilidad	61
Concepto	61
Tipos de Contabilidad	61
Contabilidad de Costos	61

Contabilidad de Servicios	61
Registros contables	61
Estados financieros	62
Estado de Situación Financiera	62
Estado de Resultados	63
Estado de Flujos de Efectivo	63
Análisis Financiero	64
Valor Actual Neto (VAN)	64
Tasa Interna de Retorno (TIR)	65
Relación Beneficio-Costo	65
Periodo de Recuperación	65
Punto de equilibrio	66

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO	67
Presentación	67
Objetivos Estudio de Mercado	67
Objetivo General	67
Objetivos Específicos	67
Variables	68
Indicadores	68
Matriz de relación de estudio de mercado	69
Mecánica Operativa	70
Identificación de la población	70
Cálculo de la Muestra	70
Información primaria	71
Tabulación y análisis de la información	72
Identificación del producto	86
La oferta	87
Análisis de la oferta	87
Productos que ofrecen la competencia	87

Comportamiento de la demanda	88
Proyección de la demanda	88
Pronostico de ventas	89
Análisis de precios	90
Análisis de la competencia	90
Plan de comercialización	91
Estrategias para el precio	91
Estrategias para publicidad y promoción	91
Estrategias de plaza o distribución	92
Conclusiones del estudio	93

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO	94
Presentación	94
Localización del Proyecto	94
Macro Localización	94
Micro Localización	96
Factores de localización	97
Matriz de factores de localización	98
Tamaño del Proyecto	99
Tamaño del mercado	99
Factores condicionantes del tamaño del proyecto	99
Capacidad del proyecto	101
Capacidad máxima instalada	101
Ingeniería del proyecto	102
Proceso de producción y comercialización de las fresas deshidratadas	102
Flujo grama de procesos	103
Distribución de la Planta	104
Diseño de Instalaciones	105
Presupuesto técnico	107

Inversión fija	107
Resumen inversión fija	110
Gastos de Constitución	111
Inversión variable	111
Resumen de la inversión variable	114
Capital de trabajo	114
Inversión total del proyecto	115
Financiamiento	115

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	116
Estado de situación Inicial	116
Determinación de ingresos proyectados	117
Determinación de egresos proyectados	117
Proyección de costos directos	118
Gastos administrativos	119
Gastos generales	120
Depreciaciones	121
Gastos financieros	122
Total gastos financieros	123
Estados financieros proyectados	123
Estado de resultados	124
Flujo de efectivo	125
Evaluación financiera	125
Determinación de la tasa de redescuento	125
Valor actual neto	126
Tasa interna de retorno	127
Relación Beneficio – Costo	128
Recuperación de la inversión	129
Punto de equilibrio	130
Resumen de la Evaluación Financiera	131

Conclusión de la evaluación financiera	132
--	-----

CAPÍTULO VI

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	133
Análisis Interno de la empresa	133
Nombre de la empresa	133
Logotipo	133
Empaque	134
Misión	134
Visión	134
Objetivos Empresariales	134
Políticas de la Empresa	135
Principios y Valores	136
Principios	136
Valores	137
Estructura Orgánica de la empresa	137
Organigrama de la empresa	138
Niveles Administrativos	139
Orgánico Funcional	140
Controles Internos	146
Análisis Legal	147
Nombre o razón social	147
Figura jurídica	147
Representante	148
Conformación de la empresa	148
Capital inicial	148
Permisos de funcionamiento	148

CAPÍTULO VII

ESTUDIO DE IMPACTOS	150
----------------------------	------------

Matriz de Impacto Social	151
Matriz de Impacto Económico	152
Matriz de Impacto Empresarial	153
Matiz de Impacto Ambiental	154
Matriz General de Impactos	155
CONCLUSIONES	156
RECOMENDACIONES	158
BIBLIOGRAFÍA	160
ANEXOS	162

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	Población Económicamente Activa, Según Género	70
Cuadro N° 2	Productos similares ofertados en Ibarra	87
Cuadro N° 3	Comportamiento de la demanda	88
Cuadro N° 4	Proyección de la demanda	89
Cuadro N° 5	Pronóstico de ventas en libras	89
Cuadro N° 6	Proyección del precio de las fresas deshidratadas	90
Cuadro N° 7	Factores de Localización	98
Cuadro N° 8	Valoración de factores	98
Cuadro N° 9	Capacidad máxima instalada	102
Cuadro N° 10	Distribución de la planta	104
Cuadro N° 11	Valoración del terreno	107
Cuadro N° 12	Valor de la Construcción	107
Cuadro N° 13	Muebles y enseres	108
Cuadro N° 14	Maquinaria y equipo	108
Cuadro N° 15	Herramientas de Producción	109
Cuadro N° 16	Equipos de Oficina	109
Cuadro N° 17	Equipos de computación	109
Cuadro N° 18	Accesorios	110
Cuadro N° 19	Vehículo	110
Cuadro N° 20	Resumen inversión fija	110
Cuadro N° 21	Inversión Diferida	111
Cuadro N° 22	Resumen inversión fija y diferida	111
Cuadro N° 23	Materia Prima Directa	112
Cuadro N° 24	Insumos	112
Cuadro N° 25	Mano de obra directa	112
Cuadro N° 26	Mano de obra indirecta	112
Cuadro N° 27	Gastos administrativos	113
Cuadro N° 28	Gastos generales de fabricación	113
Cuadro N° 29	Resumen de la inversión variable	114
Cuadro N° 30	Capital de Trabajo	114

Cuadro N° 31	Inversión total del proyecto	115
Cuadro N° 32	Financiamiento	115
Cuadro N° 33	Estado de situación inicial	116
Cuadro N° 34	Proyección de Ingresos	117
Cuadro N° 35	Materia Prima Directa	118
Cuadro N° 36	Insumos	118
Cuadro N° 37	Mano de Obra Directa	118
Cuadro N° 38	Mano de obra indirecta	119
Cuadro N° 39	Personal administrativo	119
Cuadro N° 40	Gastos Generales	120
Cuadro N° 41	Porcentaje Depreciaciones	121
Cuadro N° 42	Depreciaciones	121
Cuadro N° 43	Tabla de Amortización	122
Cuadro N° 44	Gastos financieros	123
Cuadro N° 45	Tasa de Redescuento	125
Cuadro N° 46	Flujos netos de caja actualizado	126
Cuadro N° 47	Flujos netos de efectivo actualizados	127
Cuadro N° 48	Costo – Beneficio (ingresos)	128
Cuadro N° 49	Costo – Beneficio (egresos)	129
Cuadro N° 50	Recuperación de la inversión	129
Cuadro N° 51	Punto de Equilibrio	130
Cuadro N° 52	Resumen de la Evaluación Financiera	131
Cuadro N° 53	Organigrama de la empresa	138
Cuadro N° 54	Matriz de Valoración impactos	150
Cuadro N° 55	Matriz de impacto social	151
Cuadro N° 56	Matriz de impacto económico	152
Cuadro N° 57	Matriz de impacto empresarial	153
Cuadro N° 58	Matriz de impacto ambiental	154
Cuadro N° 59	Matriz general de impactos	155

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Proyección De La Pea	70
Tabla N° 2 Encuesta: datos personales: Edad	72
Tabla N° 3 Encuesta: datos personales: Género	73
Tabla N° 4 Encuesta: datos personales: Ocupación	74
Tabla N° 5 Consumo de Fresas	75
Tabla N° 6 Frecuencia del consumo de fresas	76
Tabla N° 7 Calidad de las fresas que consume	77
Tabla N° 8 Formas de consumo de las fresas	78
Tabla N° 9 Conocimientos sobre productos deshidratados	79
Tabla N° 10 Aceptación de fresas deshidratadas en el mercado	80
Tabla N° 11 Aspectos de compra	81
Tabla N° 12 Frecuencia de consumo de fresas deshidratadas	82
Tabla N° 13 Comercialización fresas deshidratadas	83
Tabla N° 14 Ubicación de la empresa	84
Tabla N° 15 Precio	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Las Fresas	43
Gráfico N° 2 Encuesta: datos personales: Edad	72
Gráfico N° 3 Encuesta: datos personales: Género	73
Gráfico N° 4 Encuesta: datos personales: Ocupación	74
Gráfico N° 5 Consumo de Fresas	75
Gráfico N° 6 Frecuencia del consumo de fresas	76
Gráfico N° 7 Calidad de las fresas que consume	77
Gráfico N° 8 Formas de consumo de las fresas	78
Gráfico N° 9 Conocimientos sobre productos deshidratados	79
Gráfico N° 10 Aceptación de fresas deshidratadas en el mercado	80

Gráfico N° 11 Aspectos de compra	81
Gráfico N° 12 Frecuencia de consumo de fresas deshidratadas	82
Gráfico N° 13 Comercialización fresas deshidratadas	83
Gráfico N° 14 Ubicación de la empresa	84
Gráfico N° 15 Precio	85
Gráfico N° 16 Sistema de comercialización	92
Gráfico N° 17 Mapa de la provincia de Imbabura	95
Gráfico N° 18 Mapa micro localización	96
Gráfico N° 19 Mapa micro localización – comercialización	97
Gráfico N° 20 Diseño de las Instalaciones	106

INTRODUCCIÓN

En el presente proyecto de estudio de factibilidad para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de fresas deshidratadas empacadas al vacío, en la ciudad de Ibarra, se proyectaran todos los gastos que se incurrirán para su puesta en marcha, así como también determinara la factibilidad del proyecto, así como también la aceptación que tendrá el producto en el mercado, en la presente investigación además se desea conocer la utilidad aproximada que la empresa que obtendrá durante su vida útil.

En la actualidad los hábitos alimenticios deben ir cambiándose y ajustándose al medio en el que vivimos, pues es muy importante considerar aspectos importantes como son la economía familiar, es necesario hacer todo lo posible para disminuir los costos y una de las maneras para quienes consumimos fresas, pues con la creación de esta empresa se para poder evitar que la fruta se dañe con facilidad por su gran concentración de agua.

Este nuevo producto pretende ofrecer al mercado producto de calidad, del mismo modo se pretende posicionarse en el mercado valiéndose de todas las características alimenticias que poseen las fresas.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un Estudio de factibilidad para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de fresas deshidratadas empacadas al vacío en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Efectuar un diagnóstico técnico situacional externo, en el Cantón Ibarra para determinar, aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Determinar las bases teóricas científicas que sustente el estudio y desarrollo del proyecto utilizando información bibliográfica y documental actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda de fresas deshidratadas empacadas al vacío, existente en el mercado.
- Diseñar un estudio técnico para el presente proyecto lo cual permita determinar sus capacidades operativas, definiendo el tamaño y localización de las instalaciones materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, plan de manufactura, inversión requerida, forma en que se organizará la empresa y costos de inversión.
- Realizar una evaluación económica financiera que permita determinar el monto óptimo de inversión así como la rentabilidad que generará el proyecto.
- Establecer e identificar la estructura organizativa y funcional de la empresa dedicada a la producción y comercialización de fresas deshidratadas, empacadas al vacío.
- Examinar la influencia de los principales impactos que generará el presente proyecto.

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad la creación de una empresa procesadora y comercializadora de fresas deshidratadas empacadas al vacío en la ciudad de Ibarra, esta empresa permitirá adquirir una fruta como es la fresa pero con un valor agregado que es la deshidratación de la misma contribuyendo a que tengan un mayor tiempo de duración, y de esta manera brindar a las personas una nueva manera de disfrutar de esta fruta sin el temor a que no se encuentre apta para el consumo por no haberlas ingerido en el mismo tiempo en el que la adquirieron.

Este proyecto es factible porque da la oportunidad de que las personas puedan consumir fresas con larga duración. Tomando en cuenta que el sector al que está dirigido el proyecto tiene mucha inclinación por el consumo de este tipo de productos por sus propiedades y ventajas alimenticias.

Como beneficiarios del proyecto serán los productores de fresas, pues su producción aumentará buscando el desarrollo económico de la población, así como también se beneficiaría a los consumidores o clientes satisfaciendo sus gustos y preferencias, y cumpliendo con sus expectativas.

Este proyecto tiene gran interés por la población Ibarreña pues el proyecto les facilita el consumo de esta fruta en diferentes horas al día, dándoles la oportunidad de que no se dañen por la alta duración que estos tienen. Brinda la oportunidad de salir de lo común y ordinario. Además el proyecto ofrece fuentes de empleo directa e indirectamente.

Este proyecto es original por su tema y por su presentación, sobre todo porque es un producto nuevo y novedoso que se va a realizar en la ciudad de Ibarra.

METODOLOGÍA

Para finalizar con éxito la formulación del presente proyecto, todas sus etapas fueron planteadas siguiendo procedimientos metodológicos, como los siguientes:

Investigación Inductiva:

Este método fue utilizado en la investigación de la siguiente manera, partió de una observación de la realidad, experimentamos con la realidad y sus habitantes para comparar dicha realidad con los conocimientos adquiridos en la parte académica, luego se desglosó las semejanzas y diferencias para determinar las generalizaciones, por lo tanto se utilizó técnicas como: la encuesta y entrevista para recopilar información.

Investigación Deductiva:

El método deductivo se aplicó para demostrar, comprender y aplicar las fases de la investigación, así se pudo visualizar de mejor manera la aceptación o no del problema de estudio, permitiendo desglosarlo y analizarlo, la técnica que se utilizó para recopilar información fue la entrevista la misma que ayudó a establecer conclusiones del proyecto.

Investigación Analítica:

Este método se empleó en el presente proyecto para realizar la exploración de cada una de las partes de estudio, a través de la tabulación de las encuestas y entrevistas realizadas, también nos permitió conocer a través de los análisis financieros aplicados la factibilidad del proyecto.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

Ibarra es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La Ciudad Blanca". Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia. Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura y es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador. Por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura. Ubicada en la zona norte de Ecuador. Se ubica a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es mediterráneo-templado seco o sub-andino de valles. Su temperatura oscila entre 12° y los 32°. La ubicación de la ciudad de Ibarra está casi a mitad distancia entre Tulcán y Quito.

Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

En este sector la agricultura concentra el 39% del total de la población económicamente activa de la provincia. El área destinada a cultivos alcanza unas veinte mil hectáreas, y la destinada a pastos supera las ciento diez mil. Los frutales son un eje fundamental de desarrollo para la provincia.

La agricultura es la base de la economía de la provincia de Imbabura, ofrece productos variados: maíz, trigo, cebada, fréjol, anís, legumbres, hortalizas, tomate riñón, cabuya, alfalfa; frutas como: durazno, fresas, uvillas, caña de azúcar, ciruela, tomate de árbol, entre otras. La actividad

ganadera es rentable gracias a los buenos pastizales existentes, que han ayudado a la crianza de ganado vacuno ovino y porcino.

Las frutas ejercen un papel muy importante en la alimentación diaria debido a sus propiedades nutritivas por tanto deben formar parte de nuestro menú diario.

El consumo de frutas facilita procesos digestivos, aporta elasticidad a la piel y refuerza el sistema inmunológico. No contienen grasa y aportan azúcares simples que ayudan al cuerpo a generar calorías sanamente.

1.2 OBJETIVO DIAGNÓSTICO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

- Efectuar un diagnóstico técnico situacional externo, en el Cantón Ibarra para determinar, aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la producción de fresas en la provincia.
- Determinar la calidad del talento humano que labora en la producción de las fresas.
- Investigar sobre el aspecto financiero de la producción de fresas en el sector.

1.3 VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO

- Producción
- Comercialización
- Talento humano

- Controles Contables/Financieros

1.4 INDICADORES DE LAS VARIABLES

- Producción
 - Procesos
 - Tecnología
 - Materia Prima e insumos
 - Mano de obra
- Talento humano
 - Experiencia
 - Capacitación
 - Ambiente laboral
- Controles Contables/Financieros
 - Financiamiento
 - Informes financieros
 - Determinación de precios
 - Rentabilidad

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE	PÚBLICO
Conocer la producción de fresas en el cantón.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos • Tecnología • Materia Prima e insumos • Mano de obra 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria • Primaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores agrícolas • Productores agrícolas • Productores agrícolas • Productores agrícolas
Determinar la calidad del talento humano que laborará en la producción de las fresas.	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Capacitación • Ambiente laboral 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores agrícolas • Productores agrícolas • Productores agrícolas
Investigar sobre el aspecto financiero de la producción de las fresas en el sector.	Controles Contables – Financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento • Informes financieros • Determinación de precios • Rentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria • Primaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Productores agrícolas • Productores agrícolas • Productores agrícolas • Productores agrícolas

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

1.6 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para el presente diagnóstico, la población a la que se investigó es a los productores de fresas que ofrecen el producto al por mayor, los mismos que se encuentran ubicados en la comunidad de Huaycopungo ubicado en la parroquia San Pablo perteneciente al cantón Otavalo, considerado este el sector productor de fresas para abastecer en gran cantidad al mercado local y provincial.

Para la recolección de esta información se realizó entrevista por lo que no se estableció la muestra para el diagnóstico, sino fue realizada en el estudio de mercado pues en este se realizaron las encuestas correspondientes.

1.7 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.7.1 Entrevista realizada a los productores de fresas en la comunidad de Huaycopungo, de la parroquia San Pablo, cantón Otavalo.

Entrevistados:

- **Pedro Peña, productor independiente.**
- **Alonso Tocagón, productor independiente.**
- **Tarquino Tocagón Aguilar, productor independiente.**
- **Isabel Hinojosa, productora independiente.**

Preguntas:

1. ¿Qué tipo de fresas ofrece al mercado?

Generalmente los productores mayoritarios de fresas ofrecen tres variedades que: Festival, Albión y Fortola, ya que estas son las que más consumen y fácil de producir por las características que poseen cada una de estas, logrando cumplir con lo que les piden sus clientes y el mercado.

2. Aproximadamente ¿Qué cantidad produce al mes?

Según, los productores entrevistados llegan a una cantidad aproximada de producción de 125 a 130 baldes de fresas que cada uno contiene 25 libras, aunque manifestaron que hay casos en los que la producción varía por el tamaño de las fresas, suelen disminuir o aumentar su tamaño al normal siendo este un factor que determina la producción.

3. ¿Qué tipo de fresas tienen más aceptación en el mercado?

Los productores de fresas concuerdan en que las tres variedades que son las que ofertan al mercado tienen la misma acogida al momento de su comercialización, pero coinciden también que la variedad que es de mejor calidad es la festival, pues esta es más resistente que las demás al invierno.

4. ¿Qué mano de obra utiliza para la producción de fresas?

Para la producción de fresas, ninguno de los productores utilizan mano calificada para hacerlo, sino únicamente lo que es necesario es la experiencia que las personas tengan en este tipo de producción.

5. ¿Qué tipo de maquinaria utiliza para su producción?

La maquinaria principal o esencial para la producción de fresas son: las motobombas fumigadoras y motobombas de agua para el riego, y el tractor necesario para preparar la tierra.

6. ¿Cómo prepara el suelo para la producción?

El proceso para la preparación del suelo, previo a la siembra de las fresas es arar la tierra con la ayuda del tractor y luego poner los abonos orgánicos, químicos y fungicidas necesarios para que la producción tenga buenos resultados al momento de cosechar el producto.

7. ¿Cuál es aproximadamente la rentabilidad que obtiene en la producción de fresas?

Aproximadamente los productores obtienen una ganancia líquida de entre \$400 y \$500 al mes.

8. ¿Utiliza algún sistema contable en su producción?

Ninguno de los productores entrevistados cuenta con un sistema contable que le ayude a manejar sus ingresos y egresos, pues todos coinciden en que lo único que llevan es un cuaderno en el que anotan todas sus ventas.

9. ¿Cuál es su opinión acerca de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de fresas deshidratadas?

Los productores de fresas consideran que sería una muy buena idea porque es algo nuevo que se va a ofrecer al mercado, así como también beneficiaría directamente a ellos pues su producción aumentarían y por ende sus ingresos.

10. ¿Qué aconsejaría a esta empresa para que pueda posicionarse en el mercado?

La principal recomendación que los productores dan a la nueva empresa es que primordialmente debe trabajar con una fruta de muy buena calidad, para que el producto final satisfaga las características que el mercado requiere.

1.8 DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades Y Riesgos

1.8.1 Aliados

- Clima favorable para la producción de fresas.
- Existencia de mano de obra para el proceso de producción de fresas.
- Presencia de suficientes proveedores de fresas en la parroquia San Pablo, perteneciente al canto Otavalo.
- Conocimiento por parte de los consumidores sobre el valor alimenticio de las frutas.

1.8.2 Oponentes

- Falta de cumplimiento al momento de entrega de las fresas por parte de los proveedores.
- Cultura de consumo, ya que hay personas que no están dispuestos a consumir nuevos productos o no tradicionales.
- Aumento de los costos en los insumos agrícolas.

1.8.3 Oportunidades

- En la actualidad Nuevas tendencias de consumo
- Producto no tradicional, que aún no se encuentra explotado en el mercado.
- Poca competencia en producción y comercialización del producto.
- Propagación del producto en su aspecto medicinal.

1.8.4 Riesgos

- Inestabilidad climática, lo que podría dañar la producción de las fresas.
- Aparecimiento de plagas.
- Créditos con altas tasas de interés.

1.9 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Después de haber realizado el diagnóstico situacional de los productores de fresas, con la aplicación de técnicas de investigación como es la entrevista y utilizando variables que precisarán los estudios posteriores del proyecto. Se ha identificado lo siguiente: que los productores de fresas no llevan un control contable de sus ventas siendo esto un problema para saber cómo está funcionando su producción y de igual manera afectando a sus ingresos y por ende el crecimiento de su producción; otra situación encontrada fue que la mano de obra que se utiliza para la producción de fresas no es calificada, pues se basan únicamente en la experiencia que tengan las personas. De esta manera nos podemos dar cuenta que los productores no cuentan con conocimientos necesarios para comercializar correctamente sus productos, y para ofrecer los mismos al mercado, por esta razón nace la idea de crear una empresa procesadora y comercializadora de fresas deshidratadas empacadas al vacío, en la ciudad de Ibarra, tomando en cuenta las necesidades del mercado, siendo un producto nuevo y novedoso.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 EMPRESA

2.1.1 Definición de empresa

Zapata Sánchez Pedro, (2004) manifiesta: “Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al estado y a la sociedad en general”. pág.5

Después de analizar la definición de este autor, podemos llegar a la conclusión de que empresa es una entidad económica que tiene por objetivo satisfacer las necesidades de las personas brindándoles productos o servicios de calidad que cumplan las expectativas de las mismas, así como también beneficia directamente al empresario por medio de la rentabilidad que recibe por realizar el negocio.

2.1.2 Tipos de empresa

2.1.2.1 Empresa de producción

Mercedes Bravo Valdivieso (10ma edición), expresa: “Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos”.

La actividad principal para las empresas industriales o de producción es la transformación o extracción de materias primas en nuevos productos, mismos que serán ofertados en el mercado para el consumo de las personas según sean sus necesidades.

2.1.2.2 Empresa Comercial

Mercedes Bravo Valdivieso (2007), dice: “Son aquellas que se dedican a la compra-venta de productos convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores”.

Las empresas comerciales son intermediarias entre el productor y consumidor, siendo su función principal la compra-venta de productos terminados, para luego comercializarlos en el mercado sea este local e internacional. Estas pueden ser mayoristas o minoristas.

2.1.2.3 Empresa de Servicios

Mercedes Bravo Valdivieso (2007), enuncia: “Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad”.

Las empresas de servicios se dedican a la prestación de todo tipo de servicios de forma directa o indirecta, con el fin de satisfacer las necesidades de acuerdo a los gustos y preferencias de la comunidad, mediante la venta de servicios.

2.1.3 Características de la empresa

Las empresas están creadas con fines económicos, mercantiles, lucrativos y de responsabilidad económica-social, ya que su función es la de ofrecer al mercado productos o servicios mismos que tendrán un precio que a su vez representara la utilidad que obtendrá la empresa, con la que podrá recuperar la inversión y la que podrá distribuir con todos los accionistas y empleados.

2.1.4 Importancia de la empresa

Aspecto Económico

- Aumenta puestos de trabajo.

- Genera ingresos o recursos financieros para un individuo, la empresa y para un país.
- Unidad productiva y que desplaza bienes y servicios a un mercado.
- Transformadora de productos y servicios nuevos.
- Mecanismo de crecimiento empresarial.
- Componente de generación y aplicación tecnológica.
- Distribución de las riquezas.

Aspecto Social

- Generadora de Empleos
- Satisface necesidades sociales.
- Permite alcanzar objetivos empresariales, grupales e individuales.
- Individuos que permite darle fuerza en la toma de decisiones.
- Genera status.

Aspecto Político

- Progreso nacional al trabajar en forma conjunta o grupal, para aspirar entrar a un mercado competitivo.
- Genera divisas para un país
- Mejora la estabilidad económica de todo un país.
- Ayuda en el intercambio comercial, al exportar e importar productos y servicios.
- Elemento de intercambio monetario.
- Permite estrechar relaciones internacionales.
- Generadora de expansión empresarial.

En la actualidad la empresa ha ayudado a resolver muchos problemas de la sociedad como es el desempleo, la pobreza y la inestabilidad laboral, ya que ha apoyado a mejorar la economía, ofreciendo nuevas plazas de empleos, brindando estabilidad económica a las familias y por ende

mejorando las condiciones de vida; además con esto también ha contribuido al desarrollo económico y social de todo el país permitiendo que los trabajadores obtengan un empleo con beneficios y un salario digno para su subsistencia.

2.2 PRODUCCIÓN

2.2.1 Definición

Según ANZOLA, (2010), Pág. 192, indica: “es la transformación de insumos de recursos humanos y físicos en productos deseados por los consumidores. Estos productos pueden ser bienes y/o servicios.”

Producción es el proceso por medio del cual el fabricante realiza un producto el mismo que ofrecerá al mercado para su comercialización, para esto es muy importante que tome en cuenta todos los costos que debió incurrir para realizarlo con la finalidad de establecer el precio que tendrá el producto para su venta, así mismo debe brindar un producto de calidad al mercado.

2.2.2 Características

Producción no es solo procesar algún tipo de materia prima en un producto final, sino también puede ser la realización de cambios en productos semielaborados, pues el objetivo es de llevar a ofertar al mercado un producto terminado. Pero en la producción se debe estar de acorde a la ley en la manera de hacerlo como en el precio que se pondrá a disposición del mercado.

2.3 COMERCIALIZACIÓN

2.3.1 Definición

BACA Urbina Gabriel (2006), expresa “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

Se puede concluir que comercialización son las diversas actividades que realiza el productor con el fin de realizar la venta de un producto o servicio determinado, preocupándose de todos los aspectos necesarios para el éxito de la venta como son la calidad, el precio y la atención.

2.3.2 Características

- a)** Analizar las necesidades de las personas para determinar las preferencias de los consumidores.
- b)** Buscar qué tipos de productos desearan los consumidores y decidir cuáles de estas personas tratara de satisfacer empresa.
- c)** Estimar cuantas de esas personas compraran el producto en los próximos años.
- d)** Determinar en dónde estarán los consumidores y como poner los productos a su alcance.
- e)** Calcular qué precio estarán dispuestos a pagar y si la empresa obtendrá ganancias vendiendo a ese precio.
- f)** Decidir qué clase de promoción deberá utilizarse para que los probables clientes conozcan el producto de la empresa.

- g) Estimar cuántas empresas competidoras estarán fabricando el producto, qué cantidad producirán, de qué clase y a qué precio.

2.4 FRESAS

Gráfico No. 1



FUENTE: Investigación directa
ELABORADO POR: La Autora
Año: 2013

2.4.1 Definición

La fresa o frutilla es una planta perteneciente a la familia de las Rosáceas, cuyo fruto es comestible. La planta está compuesta por tallos rastreros, con estolones, hojas vellosas y flores blancas o amarillentas. La temporada va de marzo a julio, aunque sea esa la fecha en la que la producción es alta esta fruta se la puede encontrar durante todo el año.

2.4.2 Propiedades y características de la fresa

- Las fresas se caracterizan por tener un gran aporte de vitamina C y E.
- Las propiedades van desde la prevención del cáncer, hasta la eliminación de las arrugas.
- Actualmente, los médicos recomiendan la fresa que se parte de la dieta diaria. Así como la fresa también es el alimento ideal para disminuir el nivel de colesterol de la sangre.
- Esta fruta sirve como antioxidante.
- Por su alto contenido de potasio y bajo en sodio, las fresas resultan muy recomendables para aquellas personas que sufren hipertensión arterial o cualquier afección del corazón.
- Es capaz de combatir el estreñimiento al ejercer un suave efecto laxante.
- Las fresas son una buena fuente de fibra, lo que constituye un elemento nutritivo ideal para deportistas.
- Además contienen mucha vitamina A, lo que contribuye a tener una piel bonita y suave.
- Esta fruta actualmente son parte esencial de los decorados de cocina.

2.5 PRODUCTOS DESHIDRATADOS

2.5.1 Definición

La deshidratación es la acción de eliminar casi en su totalidad la cantidad de agua que poseen los alimentos con la finalidad de evitar que se dañen en muy poco tiempo, sino que más bien los productos tengan una larga durabilidad, ya que en el procesamiento de deshidratación se elimina el agua y por ende se evita el crecimiento de microorganismos que dañan los alimentos, mismos que crecen por la humedad que poseen cada uno de los alimentos.

2.5.2 Características

- a. Los productos deshidratados pierden un pequeño porcentaje de vitaminas A y C, aunque sus propiedades nutricionales se conservan casi en su totalidad.
- b. Los productos deshidratados en la actualidad están siendo muy utilizados con efectos comerciales ya que ahorran espacio porque disminuye su tamaño original.
- c. Con la deshidratación se adquiere un alimento más liviano, con un olor agradable así como también ofrece la facilidad de ser transportado sin preocupación de que sufra alguna descomposición como lo haría en estado normal.

2.5.3 Ventajas

- a. Estos productos se los puede conseguir en cualquier época del año.
- b. Son de larga durabilidad.
- c. Son muy útiles para personas que trabajan todo el día.

- d. Estos productos son muy fáciles de transportar.
- e. Se puede deshidratar cualquier tipo de alimentos como son: frutas, verduras, hortalizas, etc.
- f. Tienen ventajas nutricionales como es para las personas en la etapa de la pre menopausia, ayuda a la preservación del estrógeno.
- g. Las frutas deshidratadas son muy utilizadas en diferentes aspectos como por ejemplo en la elaboración de yogurt, chocolates, postres helados etc.

2.5.4 Métodos Previos a la deshidratación

Existen dos métodos de pre deshidratación de los productos estos son:

- ❖ **El Método De Blanqueado.-** este método se lo utiliza en las frutas y verduras pues es el que ayuda a que las mismas conserven su color y sabor. El proceso que se lleva a cabo es introducir los alimentos que se desea deshidratar en agua salada hirviendo por el lapso de algunos minutos, el tiempo dependerá del tipo de alimento, una vez hecho esto se procede a sumergir los alimentos en agua helada y luego se los deja secar.
- ❖ **El Método Del Baño De Limón.-** este método sirve para evitar la oxidación del alimento, es decir impide que las frutas cambien de color como por ejemplo las manzanas se vuelven cafés; el procedimiento que se sigue es exprimir limones directamente sobre las frutas a deshidratar o se las puede sumergir en agua con jugo de limón y luego se las pone a secar.

2.5.5 Métodos de deshidratación

Existen varios métodos para la deshidratación de las frutas entre los más importantes y conocidos de realizar están: El secado al sol y el secado al calor.

- ❖ **El secado al sol.-** Este método de deshidratación es el que se lo realiza con la utilización de la luz solar. En comparación a otros métodos de deshidratación tiene sus ventajas, pues en este método la desaparición de nutrientes es mínima. En el aspecto económico este método es muy barato ya que lo que requiere es tiempo para que los productos se deshidraten correctamente. Para que este proceso se lleve a cabo se lo debe realizar en un clima que se encuentre por encima de los 30°C y con una humedad relativamente baja. No es muy recomendable por ser un proceso poco higiénico.

- ❖ **El secado al calor.-** Este proceso se lo lleva a cabo con la utilización de un horno especial, llamado también deshidratador, siendo un instrumento que ayuda a que la deshidratación sea de una manera más rápida. Y según sea la textura de la fruta será el tiempo que se deba dejar en el horno al igual que la temperatura. Para completar este proceso y lograr resultados satisfactorios es recomendable tener un secador solar que permite producir frutas secas de alta calidad.

2.5.6 Productos frutales deshidratados en el Ecuador y Como Producto de Consumo

Actualmente en el Ecuador la producción y comercialización de productos está creciendo considerablemente, debido a que las personas han acogido de una manera favorable el producto por el sabor que tienen los mismos así como también por la facilidad que le brinda para consumirlo,

ya que es más fácil abrir únicamente un producto empacado y consumirlo inmediatamente a tener que lavar, pelar y cortar la fruta, les permite ahorrar tiempo a quien lo consume.

El porcentaje producción y comercialización de este tipo de productos está creciendo considerablemente en el mercado nacional como internacional, el cual ayuda a mejorar la economía de muchos sectores del país.

2.6 EMPACADOS AL VACÍO

2.6.1 Definición

Según: <http://www.quiminet.com/articulos/maquinas-para-empacar-alimentos-al-alto-vacio-17121.htm> dice que: “El empaque al alto vacío prolonga la duración de diferentes alimentos desde semanas si se mantiene en refrigeración y hasta meses si se mantiene en congelación. El empaque al vacío es un sistema por el cual se procura generar un empaque libre de oxígeno para conservar un producto y mantenerlo en buenas condiciones durante más tiempo, permite al producto llegar a lugares más distantes, así como almacenarlos más tiempo”.

Los productos empacados al vacío tienen muchas ventajas en las que consta que su duración es más prolongada puede ser de semanas y meses según su conservación, de esta manera puede ser transportado a lugares de mayor distancia y el producto llegara en buenas condiciones. Siendo esta una manera de solucionar el problema para la conservación de alimentos ya que el empaque estará libre de oxígeno logrando la preservación de los mismos.

2.6.2 Proceso

Según: <http://www.envapack.com/221/> manifiesta que: “Todo sistema de empaçado al vacío debe verificar cuatro factores durante el proceso que son:

- a. *Condiciones altamente higiénicas durante el proceso del producto y durante su empaque.*
- b. *Aplicar materiales de alta barrera a gases y a oxígeno, que en condiciones normales de temperatura y presión puedan garantizar por cada 24 horas 4 a 8cc/metro cuadrado.*
- c. *Equipos apropiados que puedan generar un alto vacío equivalente a 10 milibares dentro del empaque; y que además proporcionen un sellado sin degradamiento del material ni marcas fuertes de la mordaza.*
- d. *Frío adecuado y constante de entre 00C y 40C”.*

Para realizar un empaçado al vacío se debe seguir un proceso en el cual se debe tener mucho cuidado con la higiene, la temperatura que es la recomendable para realizar el empaçado, ya que de esto depende que el empaçado sea realizado correctamente y por ende asegure la preservación de los productos.

2.7 ESTUDIO DE MERCADO

2.7.1 Concepto

Según CORDOBA, Marcial (2006) afirma: “El estudio de mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes, de un bien o servicio

para llegar acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precios”
pág. 147.

Mercadotecnia se define como un proceso social y administrativo por medio del cual los individuos obtienen lo que necesitan y desean mediante el intercambio de productos, servicios y valores, con el fin de satisfacer una necesidad o un deseo.

2.7.2 Mercado

El mercado es un conjunto de compradores y vendedores reales o potenciales de un producto o servicio, comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

2.7.3 Segmentación Del Mercado

Según KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary, (2007) la segmentación de mercado se considera como: “La subdivisión del mercado en el subconjunto homogéneo de clientes, en cualquier subconjunto cabe la posibilidad de ser seleccionadas como objetivo de marketing con el que se alcanzó con la mezcla de marketing distinta”.

La segmentación de mercado o nicho de mercado, es en lo que nos vamos a enfocar para realizar el estudio necesario sobre el nuevo producto a ofertar, es decir es el lugar donde se va a realizar las encuestas y entrevistas necesarias.

2.7.4 Mercado Meta

Según KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary, (2007) el mercado meta consiste: “En un conjunto de compradores que tienen necesidades y características comunes a los que la empresa u organización decide servir.”

Se define a todas las personas que se va a llegar con el nuevo producto a ofertar, es decir los clientes potenciales que la empresa tendrá.

2.7.5 Producto

Se refiere a un bien o servicio que debe estar de acorde con las necesidades, gustos y preferencias que tienen los consumidores. Se puede considerar como producto a bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas, teniendo estas que cumplir con algunas variables para hacerlo como son: la variedad, calidad, diseño, características, marca, envase, servicios y garantías, etc.

Los productos deben estar en constante innovación así como también deben ser creativos, siendo aspectos esenciales para que el mercado se sienta atraído por los mismos y de esta manera permanezcan en el mismo.

2.7.6 Consumidor

Es aquella persona que demanda bienes o servicios para satisfacer una necesidad, a través de la compra u obtención de determinados productos, para lo cual debe llevar a cabo algún tipo de operación económica.

2.7.7 La Demanda

NÚÑEZ, Rafael (2007), dice: “La demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”. Pág. 27

La demanda se la determina a través de la necesidad del mercado, que tengan dificultades en su adquisición ya sea de un bien o servicio.

2.7.8 La Oferta

BACA, Gabriel (2006) Pág. 48 Afirma: “La oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”

La oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto, también puede decirse que la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos.

2.7.9 Comercialización

CHARLES, Lamb (2006), menciona: “Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los puntos de distribución, capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales”. Pág. 342

La distribución del producto es muy importante para que este se lo haga de la mejor manera, es por esto que es muy importante analizar donde estará ubicado el punto de venta. La distribución permite que el producto llegue al lugar, momento y condiciones adecuadas. Por esta razón se debe considerar que debe ser un lugar accesible así como tomando en

cuenta los medios de transporte en el caso de entregas del producto considerando que el producto debe llegar en perfecto estado y en el tiempo acordado.

2.7.10 Publicidad

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary, (2008), *“La Publicidad es toda forma de comunicación no personal que es pagada por una empresa identificada para presentar y promocionar ideas, productos o servicios.”*

La publicidad son todos los medios que se utilizan para que el producto o servicio pueda llegar a los clientes, y así lograr posesionarse en el mercado.

2.7.11 Promoción

La promoción son los incentivos que se ofrecen en un tiempo corto para estimular las compras o ventas de un cierto producto o servicio.

2.7.12 Precio

KOMIYA, Raúl (2004), expresa: *“Es el valor monetario convenido entre el vendedor y el comprador en un intercambio de venta”*. Pág. 132.

Una variable muy importante en un producto es el precio, pues de este depende la aceptación que tenga el producto en el mercado, para lograr esto se debe tomar en cuenta lo que está buscando el consumidor actualmente que son productos que sean bueno, bonitos y baratos. Es necesario analizar correctamente la fijación del precio, esto es recomendable analizando los costos y también la competencia, pues no se debe perder pero tampoco tener una utilidad exagerada, pero también se debe tomar en cuenta que el precio no debe ser menor que el de la competencia porque se estará poniendo en duda la calidad del mismo.

2.8 ESTUDIO TÉCNICO

Según BACA, U. Gabriel (2006) dice lo siguiente: “El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son determinación de la planta, tamaño óptimo de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.” Pág. 8

El estudio técnico permite establecer el lugar más estratégico para la construcción del presente proyecto, previamente determinando los factores necesarios para descubrir la ubicación más factible; así como también establecer el tamaño de la inversión que necesita el proyecto tomando en cuenta su infraestructura y la adecuación necesaria para que se lleve a cabo. Este estudio también indica el capital propio y financiado que requiere el proyecto.

2.8.1 Macro localización

Según CÓRDOBA, Marcial (2011) la Macro localización se refiere a: *“La ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente.”*

2.8.2 Micro localización

Según CÓRDOBA, Marcial (2011) la Micro localización muestra: *“La mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.”*

2.8.3 Inversión Fija

Según CÓRDOBA, Marcial (2011) la inversión fija son: *“Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliaria, vehículos, herramientas etc.”*

La inversión fija está representada por todos los activos tangibles que posee una empresa para su funcionamiento.

2.8.4 Inversión diferida

Según CÓRDOBA, Marcial (2011) define a la inversión diferida como: *“Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, instalaciones, puestas en marcha, estructura organizativa, etc.”*

La inversión diferida hace referencia a todos los activos intangibles o propios de la empresa, necesarios para su correcto funcionamiento.

2.8.5 Capital de Trabajo Inicial

Según CÓRDOBA, Marcial (2011) dice que el capital de trabajo inicial es: *“La diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesarios para que funcione una empresa, es decir los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa.”*

2.8.6 Inversión Total

Según CÓRDOBA, Marcial (2011) manifiesta que la inversión total es: *“La realización de una adecuada presentación de la información financiera teniendo en cuenta la realización de los costos correspondientes a la inversión fija, la inversión diferida y el capital de trabajo necesario para la instalación y operación del proyecto.”*

2.9 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Todas las empresas independientemente de su tamaño, precisan definir una forma de administración interna y designar las tareas y responsabilidades entre todos quienes las conforman es decir: los propietarios y empleados de la empresa.

2.9.1 Estructura Administrativa

Según URBINA, Gabriel (2006) afirma: “La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes; y, entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar formalmente en tres formas básicas: por función, por producto/mercado en forma de matriz” pág. 97.

Con esto se puede decir que la Estructura Organizacional se relaciona a los aspectos del proyecto necesarios para su funcionamiento como: misión, visión, políticas entre otros aspectos principales que permiten poner en marcha la entidad.

2.9.1.1 Misión

La misión se fundamenta en definir el objetivo central de la entidad tomando en cuenta sus valores y políticas que en ella se establezcan para cumplir el mismo.

2.9.1.2 Visión

Según D' ALESSIO, Fernando (2008) afirma: "la visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo." Pág. 61

La visión establece una referencia de lo que una organización quiere llegar a ser a futuro es decir define el rumbo a seguir para pasar de lo que es a lo que quiere ser.

2.9.2 PROCESO ADMINISTRATIVO

Por sencilla que parezca la actividad en la empresa, las etapas de la administración son indispensables ya que le permiten mantener el control y el cumplimiento de las metas propuestas. Estas etapas del proceso administrativo son:

2.9.2.1 Planificación

Al momento en que los administradores piensan con anterioridad en objetivos y acciones están desarrollando un plan, es decir están planificando. Los planes presentan los objetivos de la organización y se establecen los procedimientos para alcanzarlos.

Además sirve de guía para que la organización designe tareas a todos quienes son parte de la misma para que de esa manera los objetivos sean alcanzados, también se puede controlar y evaluar el avance del plan de

tal manera que cuando no sea satisfactorio se pueda tomar medidas correctivas.

2.9.2.2 Organización

Específicamente es el proceso de ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, con el fin de que estas puedan cumplir las metas de la organización favorablemente. Los administradores deben adaptar la estructura de la organización de acuerdo a sus objetivos y recursos.

2.9.2.3 Dirección

Esta etapa implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen sus actividades apropiadamente. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para las actividades de la dirección. La dirección abarca las relaciones de los gerentes y con cada una de las personas que trabajan con ellas.

2.9.2.4 Control

El control se basa en vigilar el desarrollo del proceso tomando en cuenta los objetivos de la planeación. El control cierra el ciclo de los procesos gerenciales pues relaciona el progreso o avance real con el que se planifico.

2.10 ESTUDIO FINANCIERO

Según SAPAG, Nassir (2008) dice lo siguiente: “El estado financiero permite ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y

datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para identificar su rentabilidad.” Pág. 29

De acuerdo con lo expresado anteriormente se puede llegar a la conclusión de que el estudio financiero nos permite determinar los ingresos que pretendemos obtener a través del proyecto en un determinado periodo, al igual determinamos los egresos a realizar como parte de su ejecución con el fin de establecer su rentabilidad que va a existir en la empresa.

2.10.1 Ingresos

Según BRAVO, Mercedes (2009) afirma: “Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especies. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un periodo de tiempo.” Pág. 65

De acuerdo con lo expresado podemos definir que los ingresos son la venta obtenida por algún producto o un servicio que la empresa ofrece.

2.10.2 Egresos

Egreso son los desembolsos que se hayan realizado en una empresa para su funcionamiento como pueden ser: anticipos de sueldos, pagos anticipados, compra de materia prima, mano de obra, entre otros.

a) Materia Prima

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.

b) Mano de obra

Es la fuerza de trabajo que participa directa e indirectamente en la transformación de los materiales en producto acabados ya sea que se intervenga manualmente o accionando maquinas.

c) Costos Indirectos de fabricación (CIF)

Los costos indirectos de fabricación hacen referencia al grupo de costos utilizados para desarrollar la actividad productiva, exceptuando los materiales directos y la mano de obra directa.

d) Gastos administrativos

Para SARMIENTO Rubén (2010) manifiesta: “Los costos administrativos conocidos como gastos de administración; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento por ejemplo: arriendo del departamento de administración, agua, luz, teléfono, fax de oficina, sueldos y beneficios sociales administrativos, etc.” Pág. 17

Son todos los egresos incurridos dentro del proceso administrativo como en las actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.

e) Gastos de Ventas

Para SARMIENTO Rubén (2010) manifiesta: “los costos de ventas conocidos como gastos de ventas; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento de ventas, agua luz teléfono, aporte patronal, aporte personal, gasto de viajes y movilización de vendedores, comisiones de ventas, publicidad y propaganda, etc”. Pág. 18

Los gastos de venta son los incurridos necesariamente para que se produzca la venta de los productos que se están ofreciendo al mercado.

2.10.3 CONTABILIDAD

2.10.3.1 Concepto

La contabilidad es el arte y la técnica de resumir, registrar, analizar e interpretar datos financieros dentro de una entidad con el fin de facilitarles tener una visión clara del desenvolvimiento económico de la misma y si fuese el caso tomar medidas correctivas adecuadas.

2.10.4 Tipos De Contabilidad

2.10.4.1 Contabilidad De Costos

La contabilidad de costos es la encargada de medir, analizar, acumular, distribuir, controlar, interpretar y presentar información tanto financiera como no financiera relacionada con los costos de producción, distribución, administración y financiamiento; siendo estos costos necesarios para que la empresa logre el cumplimiento de sus objetivos.

2.10.4.2 Contabilidad De Servicios

La contabilidad de servicios hace referencia todas aquellas organizaciones que ofrecen cualquier tipo de servicio como pueden ser: transporte, salud, educación, profesionales, etc.

2.10.5 Registros Contables

Los libros o registros contables son instrumentos donde se registran las operaciones de una entidad económica. El registro de las operaciones debe ser realizado en forma cronológica, es decir según cómo van

sucediendo las transacciones. Los libros principales para llevar una contabilidad son:

- **Libro Diario.-** En este se registran en orden cronológico todas las operaciones económicas realizadas, las mismas que deben estar respaldadas con documentos que justifiquen su veracidad.
- **Libro Mayor.-** Este es un libro en el cual se registra el movimiento mensual de las cuentas en forma sintética. La información que él contiene se toma del libro Diario y se detalla analíticamente en los libros auxiliares.
- **Libros Auxiliares.-** Son los libros donde se registran en forma analítica y detallada los valores e información registrada en los libros principales. Cada empresa determina el número de auxiliares que necesita tomando en cuenta el tamaño y la actividad que realiza la misma.

2.10.6 Estados Financieros

Los estados financieros son los informes financieros que preparan las empresas al culminar el ejercicio contable, con el fin de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades desempeñadas.

2.10.6.1 Estado de Situación Financiera Inicial

Según FIERRO, Ángel (2011) concluye que: “Es el primer estado financiero y está compuesto por siete clases de cuentas las cuales son: Activos, Pasivos, Patrimonio, Cuentas de orden deudoras, Cuentas de orden Acreedoras, Cuentas de orden deudoras por contra y cuentas de orden acreedoras por contra.”

Es el documento contable que refleja la información financiera a una fecha determinada, presentando en forma clara el valor de sus activos, pasivos y su capital, valuados y elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

2.10.6.2 Estado de Resultados

Según CÓRDOBA, Marcial (2011) este estado mide: “Las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el periodo proyectado. Como ingresos usualmente se toman en cuenta las ventas realizadas y como costos lo concerniente al costo de producción, gastos de administración y ventas e intereses por concepto de préstamos; igualmente se deduce la cuota por depreciación y amortización de activos.”

Este Balance es el que muestra si la empresa ha tenido ganancia o pérdida en un periodo determinado, por la realización de actividades ordinarias y extraordinarios en el mismo. El Estado de Resultados está compuesto por las cuentas de ingresos, gastos y costos, cuyos saldos deben ser cerradas al finalizar el ejercicio contable.

2.10.6.3 Estado De Flujos De Efectivo

El objetivo de este estado es presentar información oportuna y concisa, de las entradas y salidas de efectivo de un ente económico durante un periodo, a fin de que los usuarios de los estados financieros tengan elementos adicionales para evaluar la capacidad para cumplir con sus obligaciones, determinar el financiamiento interno y externo, analizar los cambios presentados en el efectivo y poder tomar decisiones.

2.10.7 Análisis Financiero

TENNENT J. (2010), expresa: “El análisis financiero es una herramienta o técnica que aplica el administrador financiero para la evaluación histórica de un organismo social público o privado. El método de análisis como la técnica aplicable a la interpretación, muestra el orden que sigue para separar y conocer los elementos descriptivos y numéricos que integran el contenido de los estados financieros.” Pág. 38.

El análisis financiero puede definirse como la interpretación de los estados financieros para determinar la situación económica actual de una entidad y evaluar su desempeño, además el análisis financiero permite a la dirección de la empresa tomar decisiones correctivas sobre las partes débiles de la organización que puedan amenazar su correcto funcionamiento, al mismo tiempo que aprovecha al máximo los puntos fuertes para el alcance de sus objetivos. También brinda información a todas las personas interesadas en conocer la situación y evolución de la empresa, como son: entidades crediticias, accionistas, proveedores, clientes, empleados, etc.

2.10.7.1 Valor Actual Neto (VAN)

Según SAPAG, Nassir (2008) señala: “el VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.” Pág. 321

$$Van = \langle \text{inversión} \rangle + \sum FCN / (1 + TRM)^n$$

El VAN es medir el comportamiento de los flujos futuros en términos de valor actual para establecer su poder de compra o capacidad adquisitiva. Si el VAN es positivo existe rentabilidad y si este es negativo la inversión es no rentable.

2.10.7.2 Tasa Interna De Retorno (TIR)

Según FONTAINE R. Ernesto, (2008) en su libro Evaluación Social de Proyectos manifiesta: “Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”.

Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad. La TIR es una herramienta de toma de decisiones, ya que demuestra la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

2.10.7.3 Relación Beneficio-Costo

FLORES U, Juan A. (2007), manifiesta: “Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocios, comparándola con los costos en que su ejecución se esperan incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa”. Pág. 119

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. Compara los costos que se incurrirán en la ejecución de un proyecto con los beneficios que se obtendrán sobre los mismos.

2.10.7.4 Periodo De Recuperación

Es un número de periodos que serán necesarios para que se requiera para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

2.10.7.5 Punto De Equilibrio

Según CÓRDOBA, Marcial (2011) considera que: “El punto de equilibrio es de suma importancia dentro del estudio del proyecto, en el manejo de los egresos de operación, para sacar conclusiones que faciliten la toma de decisiones en relación con su manejo financiero.”

El punto de equilibrio no dice en qué momento se empieza a recuperar las inversiones fijas del proyecto.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El presente estudio de mercado pretende determinar la demanda existente en la ciudad de Ibarra para que respalde la creación de una empresa comercializadora de fresas deshidratadas empacadas al vacío, ya que el mercado es muy cambiante y no se sabe si existe factibilidad o no en poner en marcha un nuevo proyecto, es por esta razón que es indispensable realizar un estudio de mercado que permita conocer los gustos y preferencias del mercado al que nos vamos a dirigir. Para esto es muy importante conocer el interés que tienen las personas por el nuevo producto, entre otros aspectos que determinen la aceptabilidad o no del proyecto; esta información se la obtendrá mediante la técnica de recopilación de datos como es la encuesta dirigida a la población de la ciudad de Ibarra donde se pretende ubicar la nueva unidad de negocio.

El estudio de mercado además nos proporcionara información muy importante como es el precio que estarían dispuestos a pagar, el lugar donde les gustaría que este ubicada la empresa.

3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1 OBJETIVO GENERAL

- ❖ Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda de fresas deshidratadas empacadas al vacío, existente en el mercado.

3.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Analizar el comportamiento de la demanda de fresas deshidratadas empacadas al vacío en la ciudad de Ibarra.

- ❖ Identificar la oferta de las fresas en el sector.
- ❖ Determinar el precio del producto de acuerdo a lo investigado.
- ❖ Establecer estrategias comerciales que permitan que el nuevo producto tenga acogida en el mercado.

3.3 VARIABLES

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategia de comercialización

3.4 INDICADORES

3.4.1 Demanda

- Consumo de fresas
- Frecuencia de consumo
- Forma de consumo de fresas
- Lugar de compra

3.4.2 Oferta

- Aceptación del producto

3.4.3 Precio

- Determinación del precio

3.4.4 Estrategia de comercialización

- Producto
- Precio
- Plaza
- Publicidad

3.5 MATRIZ DE RELACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE	PÚBLICO
Analizar el comportamiento de la demanda de fresas deshidratadas empacadas al vacío en la ciudad de Ibarra.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de fresas • Frecuencia de consumo • Forma de consumo de fresas • Lugar de compra 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria • Primaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Población • Población • Población
Identificar la oferta de las fresas en el sector.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptación del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Población
Determinar el precio del producto de acuerdo a lo investigado.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación del precio 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Población
Establecer estrategias comerciales que permitan que el nuevo producto tenga acogida en el mercado.	Estrategia de Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Plaza • Publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria • Primaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Población • Población • Población

ELABORADO POR: La Autora
Año: 2013

3.6 MECÁNICA OPERATIVA

3.6.1 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para el presente diagnóstico, se pondrá en conocimiento los datos socio demográficos; mismos que permitirán conocer la población que se va a investigar y a causa de que el universo de estudio es grande se tomará en cuenta la PEA del Cantón Ibarra; información proporcionada por el INEC, de acuerdo al Censo del 2010 por lo tanto se proyecta con la Tasa de Crecimiento Poblacional que es el 2,02%, siendo desglosada de la siguiente manera:

CUADRO No. 1
IBARRA: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, SEGÚN
GÉNERO

ÁREA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	80.482	46.695	33.787

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

ELABORACIÓN: La autora

TABLA No. 1
PROYECCIÓN DE LA PEA

DATO	TCP	2011	2012	2013	2014	2015
80.482	2.02%	82.108	83.767	85.459	87.185	88.946

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

ELABORACIÓN: La autora

3.6.2 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Debido a que la población es mayor a cincuenta (50) personas, se utilizó la técnica del muestreo específicamente a la PEA de Ibarra.

a) Muestra Población Económicamente Activa del Cantón Ibarra

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{E^2(N-1) + Z^2 \sigma^2}$$
$$n = \frac{N \times d \times Z^2}{\sum^2(N-1) + d^2 \times Z^2}$$

DATOS

N = Tamaño de la población (85.459)

σ^2 = Varianza (0.25)

Z² = Nivel de confianza 95% → (1.96)

E² = Nivel de error (0.05)

$$n = \frac{85.459 \times 0,25 \times (1,96)^2}{(0,05)^2(85.459 - 1) + (0,25)^2 \times (1,96)^2}$$

$$n = \frac{82\,074,8236}{213,8851}$$

$$\underline{n = 384}$$

Muestra = 384 encuestas para aplicar a la PEA del cantón Ibarra

3.6.3 INFORMACIÓN PRIMARIA

Para la recopilación de datos se realizó encuestas a la Población Económicamente Activa de la ciudad de Ibarra, información proporcionada por el INEC del Censo del 2010, misma que ayudo a conocer los gustos y preferencias de los posibles consumidores, así como la factibilidad que tendrá el proyecto.

3.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

3.7.1 ENCUESTA CONSUMIDORES

Aplicadas las encuestas a los consumidores se obtuvo los siguientes resultados:

DATOS PERSONALES

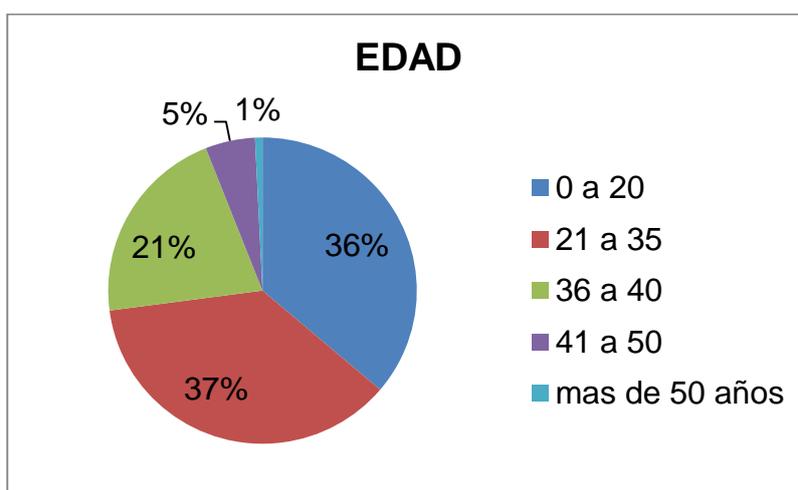
a. Edad

Tabla No. 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
0 a 20	139	36
21 a 35	141	37
36 a 40	81	21
41 a 50	20	5
más de 50 años	3	1
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Gráfico No. 2



Análisis.-

Podemos observar que el mayor porcentaje de las personas encuestadas está en el rango de 21 a 35 años, seguido por un porcentaje significativo a personas de edades entre 20 y menores a la misma, finalmente se observa en menor porcentaje a las personas de 36 a 40 años y en mínimos porcentajes a personas de más de 50 años.

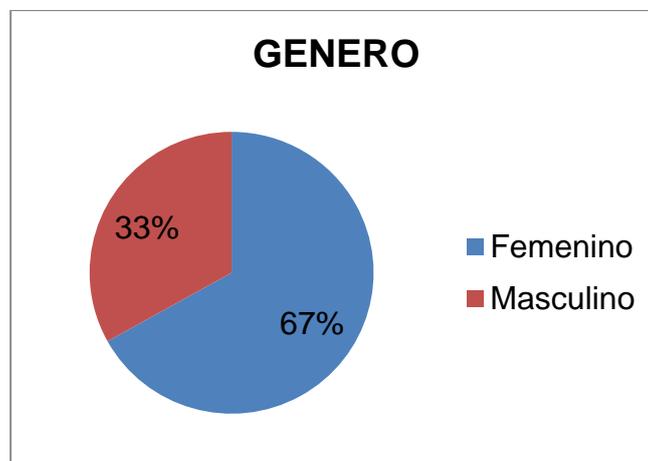
b. Genero

Tabla No. 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Femenino	257	67
Masculino	127	33
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Gráfico No. 3



Análisis.-

La mayoría de las personas encuestadas pertenecen al sexo femenino, mientras que un porcentaje menor son del sexo masculino.

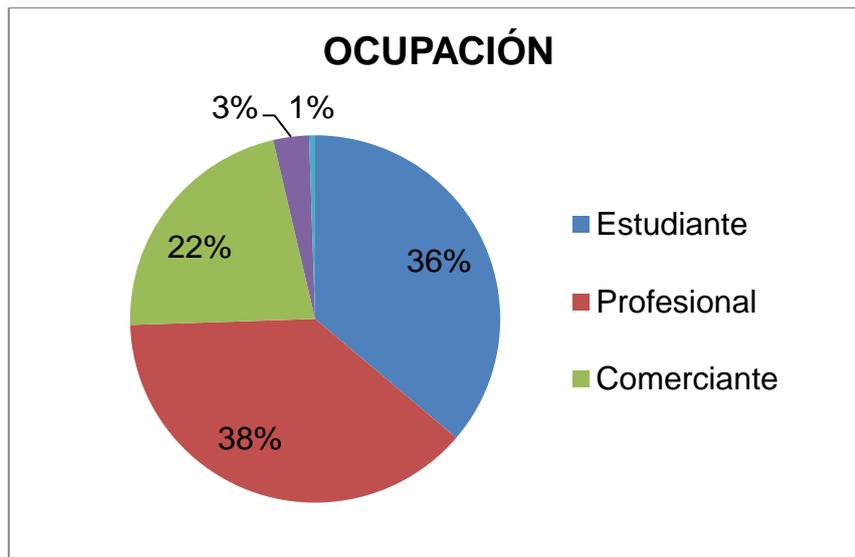
c. Ocupación

Tabla No. 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Estudiante	139	36
Profesional	147	38
Comerciante	84	22
Quehaceres Domésticos	12	3
Otros	2	1
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Gráfico No. 4



Análisis.-

El mayor número de personas encuestadas son profesionales, de igual manera en un porcentaje alto los estudiantes, en un menor porcentaje representan los comerciantes, mientras que en porcentajes mínimos se encuentran las personas que realizan quehaceres domésticos y otros.

PREGUNTA N° 1

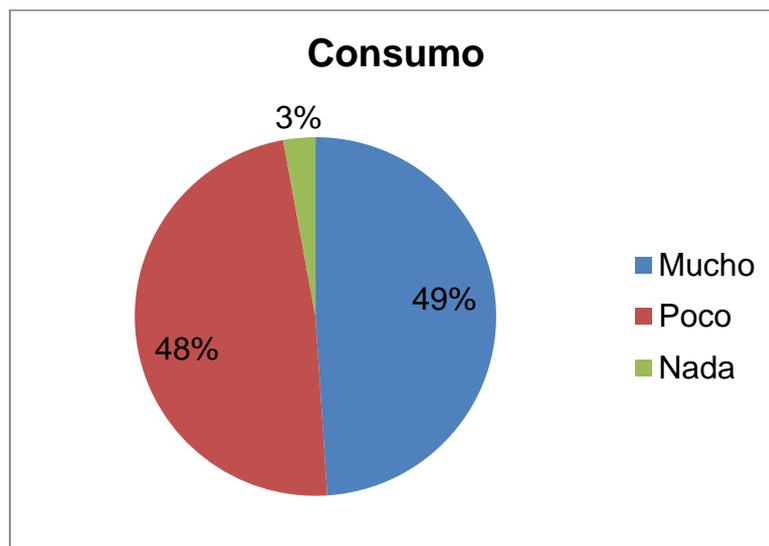
¿Consume fresas?

Tabla No. 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mucho	188	49
Poco	185	48
Nada	11	3
Total	384	100

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Gráfico No. 5



Análisis.-

Con la recopilación de datos mediante la aplicación de las encuestas podemos observar que las personas en un porcentaje muy significativo consumen mucho las fresas, aunque de igual manera en un porcentaje alto coinciden las personas que consumen poco y en un mínimo porcentaje se encuentran las personas que no consumen fresas.

PREGUNTA N° 2

¿Con qué frecuencia consume fresas?

Tabla No. 6

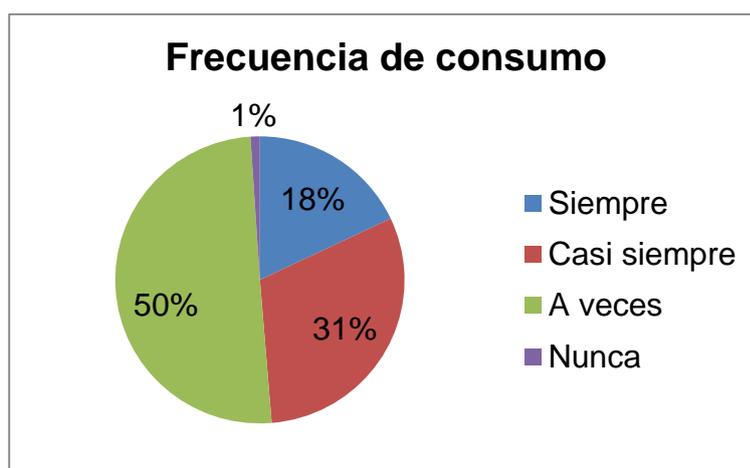
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Siempre	69	18
Casi siempre	118	31
A veces	193	50
Nunca	4	1
Total	384	100

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

Gráfico No. 6



Análisis.-

Con la información obtenida podemos observar que el porcentaje más representativo de las personas encuestadas dicen que consumen las fresas a veces, seguida por un porcentaje significativo las personas que consumen fresas casi siempre, mientras que un porcentaje menor dice que consume fresas siempre, y en un porcentaje mínimo están las personas que nunca las consumen.

PREGUNTA N° 3

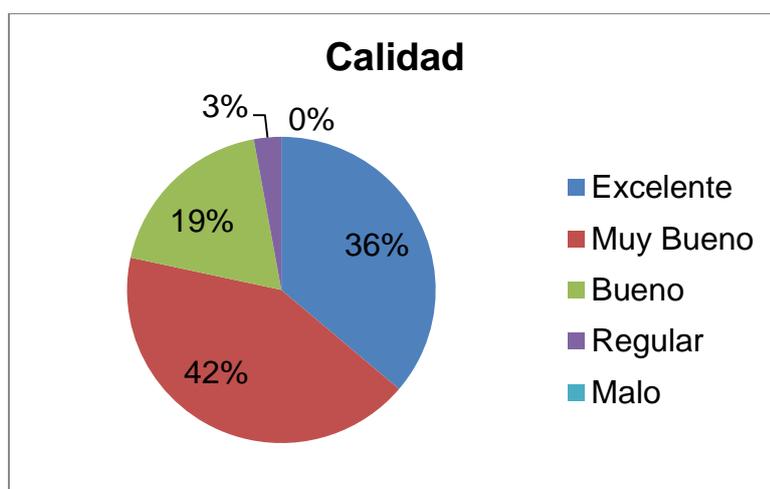
¿Cómo considera usted, la calidad de las fresas que adquiere?

Tabla No. 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Excelente	139	36
Muy Bueno	162	42
Bueno	72	19
Regular	11	3
Malo	0	0
Total	384	100

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Gráfico No. 7



Análisis.-

Con la información obtenida podemos ver que la mayoría de las personas consideran que la calidad de las fresas que consumen son muy buenas, mientras que en un menor porcentaje definen que son de calidad buena y en mínimo porcentaje consideran que son regulares.

PREGUNTA N° 4

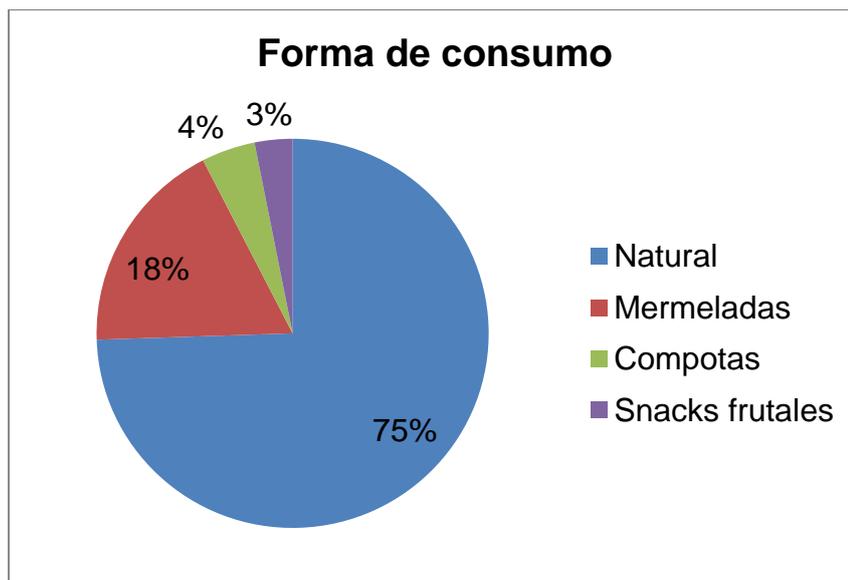
¿En qué estado consume generalmente las fresas?

Tabla No. 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Natural	286	74
Mermeladas	69	18
Compotas	17	4
Snacks frutales	12	3
Total	384	100

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Gráfico No. 8



Análisis.-

La mayoría de las personas encuestadas consumen las fresas en estado natural mientras que en mínimos porcentajes se encuentran las personas que consumen las fresas en mermeladas, en compotas y en snacks frutales.

PREGUNTA N° 5

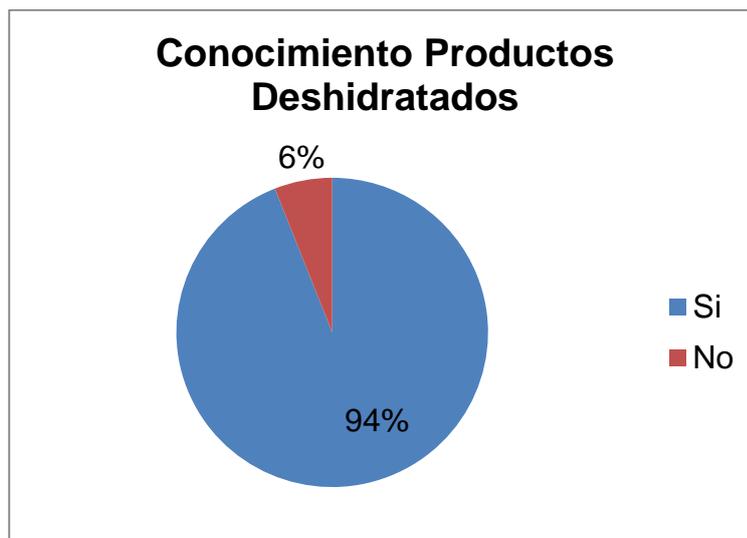
¿Ha escuchado sobre los productos deshidratados o secos? (ejm. Pasas)

Tabla No. 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	361	94
No	23	6
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Gráfico No. 9



Análisis.-

La gran mayoría de las personas a quienes se les aplicó las encuestas tienen conocimiento acerca de lo que son los productos deshidratados, mientras que en un porcentaje mínimo se encuentran las personas que no tienen conocimiento sobre los mismos.

PREGUNTA N° 6

¿Estaría interesado en adquirir fresas deshidratadas empacadas al vacío, producidas y comercializadas en la ciudad de Ibarra?

Tabla No. 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	367	96
No	17	4
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

Gráfico No. 10



Análisis.-

Mediante la recopilación de información con la utilización de encuestas podemos observar que en un porcentaje muy significativo las personas se muestran interesadas en el nuevo producto que se pretende introducir al mercado como son las fresas deshidratadas, obteniendo así una respuesta positiva pues mediante lo investigado se llega a la conclusión de que el proyecto tendrá aceptabilidad, pues el porcentaje de negación es mínimo.

PREGUNTA N° 7

¿De los siguientes aspectos cuál es de mayor influencia al de adquirir un producto deshidratado y empacado al vacío?

Tabla No. 11

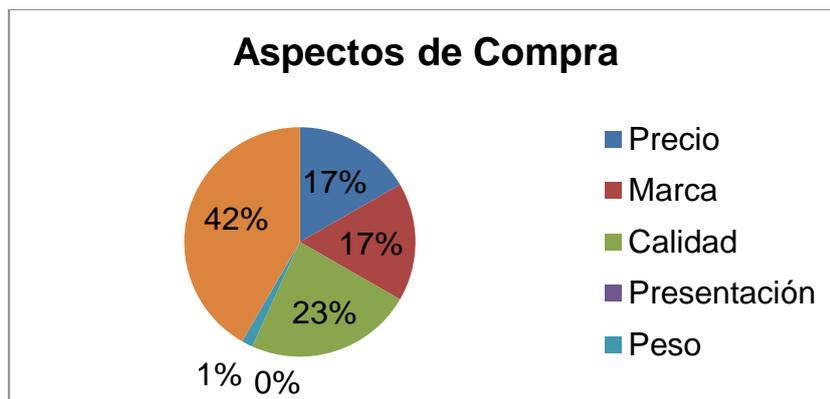
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Precio	64	17
Marca	64	17
Calidad	90	23
Presentación	0	0
Peso	6	2
Todos	160	42
Total	384	100

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

Gráfico No. 11



Análisis.-

A la mayoría de las personas encuestadas al momento de adquirir un producto influyen muchos aspectos como: el precio, la marca, la calidad, la presentación y el peso, seguido por personas a las que les interesa primordialmente la calidad del producto, mientras que en porcentajes menores coinciden que influye la marca y el precio, y en mínimos porcentajes consideran un aspecto importante el peso.

PREGUNTA N° 8

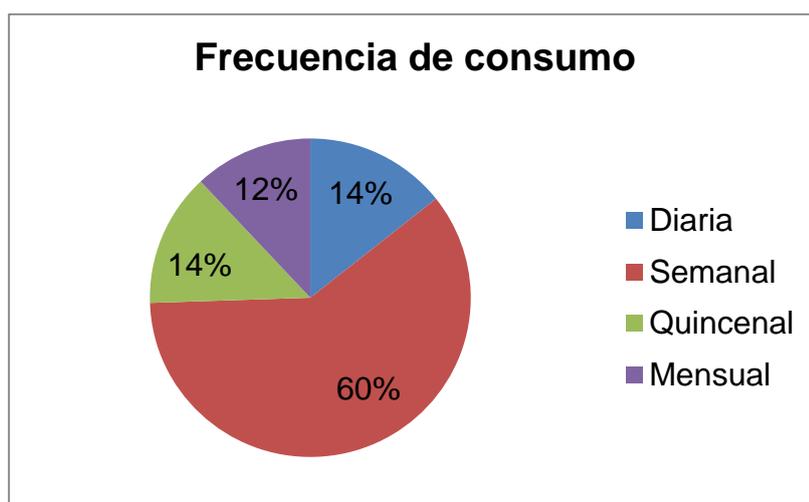
¿Con qué frecuencia y cantidad en libras estaría dispuesto adquirir el producto de fresas deshidratadas y empacada al vacío?

Tabla No. 12

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%	CANTIDAD	%
Diaria	55	14	6	9
Semanal	231	60	15	21
Quincenal	52	14	22	31
Mensual	46	12	28	39
Total	384	100	71	100

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Gráfico No. 12



Análisis.-

Con la información recolectada podemos establecer que la mayoría de los posibles consumidores del nuevo producto estarán dispuestos en consumir el mismo semanalmente, mientras que en porcentajes menores coinciden en que consumirían el producto quincenal y diariamente, y en un mínimo porcentaje adquirirían el producto mensualmente.

PREGUNTA N° 9

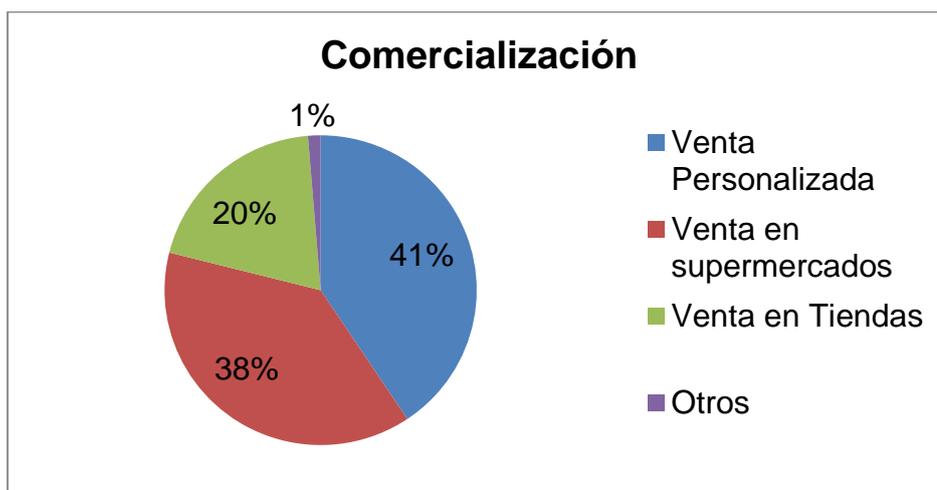
¿Cómo le gustaría que se comercialice los productos de esta nueva unidad productiva?

Tabla No. 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Venta Personalizada	156	41
Venta en supermercados	147	38
Venta en Tiendas	76	20
Otros	5	1
Total	384	100

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Gráfico No.13



Análisis.-

Con esta información podemos observar que la mayoría de las personas les gustaría que la venta del producto sea personalizada, seguida por un porcentaje considerable que determina que la venta desearían se la haga en supermercados y en un mínimo porcentaje preferirían que la venta se la realice en las tiendas.

PREGUNTA N° 10

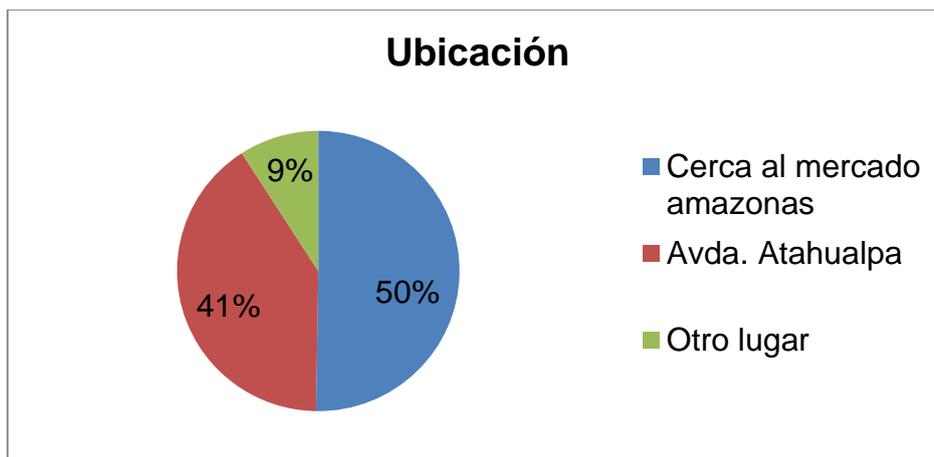
¿Dónde le gustaría que este ubicada esta nueva empresa?

Tabla No. 14

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cerca al mercado amazonas	193	50
Avda. Atahualpa	156	41
Otro lugar	35	9
Total	384	100

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La Autora

Gráfico No. 14



Análisis.-

Como podemos mirar la mitad de las personas a quienes se les realizó las encuestas consideran como un lugar propicio que se ubique la empresa como es cerca al mercado amazonas, mientras que en un porcentaje menor consideran una buena opción que la empresa esté ubicada en la Avda. Atahualpa y en mínimo porcentaje se encuentran las personas que opinan que otros lugares serian una buena opción.

PREGUNTA N° 11

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto de fresas deshidratadas empacadas al vacío?

Tabla No. 15

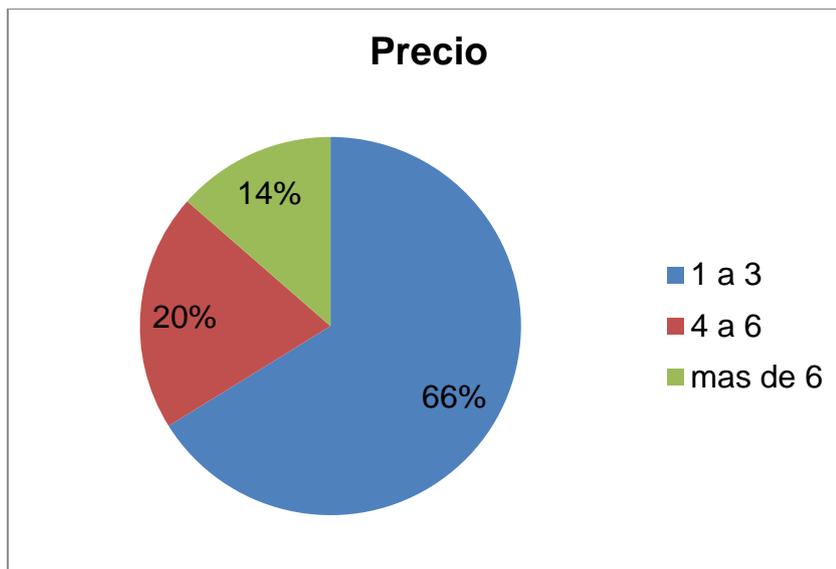
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1 a 3	254	66
4 a 6	78	20
más de 6	52	14
Total	384	100

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

Gráfico No.15



Análisis.-

El mayor porcentaje de las entrevistas reflejan que las personas consideran apropiado el precio considerado de \$1 a \$3, mientras que en porcentajes menores manifiestan que estarían dispuestos a pagar por el producto de \$4 a \$6, y en un menor porcentaje más de \$6.

3.8 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

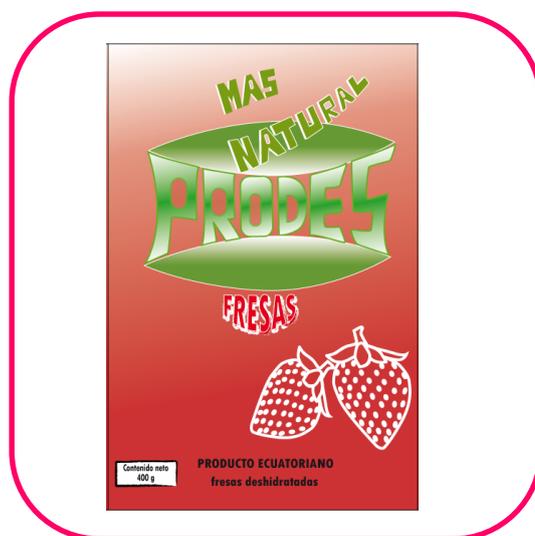
El producto que se va a ofrecer al mercado son fresas deshidratadas, siendo este un producto nuevo para la población, el mismo que contiene beneficios nutricionales que ayudan al cuidado de la salud en diferentes aspectos. Este producto cuenta con un valor agregado que es el ser empacado al vacío, con esto se pretende brindar comodidad a la población consumidora, ya que es de mayor durabilidad que en estado natural y de fácil transportación.

Con este nuevo producto se busca aumentar el hábito de consumo de las frutas, y poder ofrecer un producto de fácil adquisición y consumo y sobre todo sin que tengan la preocupación de que perezca muy rápido.

El producto contendrá las siguientes características:

- **Nombre de la empresa:** PRODES
- **Slogan:** Mas Natural.
- **Peso:** 400 gramos.

El empaque del producto será llamativo y con especificaciones del nuevo producto buscando con esto la atracción del cliente en el mercado.



3.9 LA OFERTA

3.9.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Actualmente en la ciudad de Ibarra no existen empresas procesadoras y comercializadoras de fresas deshidratadas, pero existen productos similares comercializados por el Aki, Supermaxi y Gran Aki, considerando a estos como mi competencia.

Tomando en cuenta los productos que la competencia ofrece se pueden establecer estrategias de venta que permitan que el nuevo producto tenga mejores características que le permita introducir y posicionarse en el mercado.

3.9.2 PRODUCTOS QUE OFRECEN LA COMPETENCIA

La competencia ofrece actualmente los siguientes productos similares:

Cuadro No. 2
Productos similares ofertados en Ibarra

Establecimientos	Ubicación	Productos que oferta
Aki	Calle Simón Bolívar y Alfredo Pérez Guerrero	Fruta seca: uva pasa y ciruelas Marcas: <ul style="list-style-type: none">• Corfruit
Supermaxi	Avda. Mariano Acosta.	Fruta seca: uva pasa y ciruelas Marcas: <ul style="list-style-type: none">• Corfruit
Gran Aki	Avda. Fray Vacas Galindo y Avda. Mariano Acosta.	Fruta seca: uva pasa y ciruelas. Marcas: <ul style="list-style-type: none">• Corfruit• Gran Aki

FUENTE: Investigación de campo

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

3.10 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

La demanda de fresas deshidratadas en la actualidad se está incrementado en la ciudad, debido al estilo de vida que se mantiene, por esta razón el producto que se ofrece en el presente proyecto beneficiará a la población permitiéndole consumir un producto frutal en cualquier lugar y a cualquier hora que desee, pues este producto se caracteriza por su larga durabilidad.

Para la determinación de la demanda actual se tomó en consideración la investigación de mercado realizada a la muestra de la PEA de la ciudad de Ibarra, con esta información se analizó la cantidad y frecuencia de adquisición del producto, a continuación se puntualiza los resultados obtenidos:

Cuadro No. 3
Comportamiento de la demanda

Total consumidores potenciales	Frecuencia de consumo	%	N° de consumidores	N°	Cantidad en libras	Total anual
				Consumo		
	Diaria	14%	55	365	3	60.225
	Semanal	60%	231	52	8	96.096
384	Quincenal	14%	52	24	13	16.224
	Mensual	12%	46	12	17	9.384
	Total	100%	384			181.929

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

3.11 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda se tomó como base la demanda futura del consumo de fresas, utilizando como base la tasa de crecimiento poblacional, establecido por el INEC del 2,02%, este índice se multiplicó con el consumo determinado en el año 2013, dando como resultado la

cantidad de consumo que se tendrá dentro de cinco años representada en libras.

Cuadro No. 4
Proyección de la Demanda

AÑO	CONSUMO FUTURO EN LIBRAS
2014	185.604
2015	189.353
2016	193.178
2017	197.080
2018	201.061

FUENTE: Crecimiento poblacional INEC

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

3.12 PRONÓSTICO DE VENTAS

Para pronosticar las ventas, se ha tomado como base la demanda a satisfacer en el año 2013 que es de 181.929 libras, de los cuales la empresa proyecta satisfacer el 25% del valor potencial en el primer año, con un crecimiento del 10% en los años siguientes:

Cuadro No. 5
PRONÓSTICO DE VENTAS EN LIBRAS

AÑO	PLAN DE VENTAS EN LIBRAS 25%
2014	45.482
2015	50.030
2016	55.033
2017	60.536
2018	66.590

FUENTE: Proyección de la Demanda

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

3.13 ANÁLISIS DE PRECIOS

La determinación del precio de las fresas deshidratadas empacadas al vacío, que se va a ofrecer fue analizada detenidamente debido a las variables que se relacionan con este producto como son: condiciones económicas, precio referencial de productos similares, características sobresalientes del producto y los costos de la ejecución del proyecto.

Tomando como referencia el porcentaje significativo de respuestas acerca del precio obtenidas en la aplicación de las encuestas, se establece que el precio de introducción del producto ofertado va a ser de \$ 2,50.

Para ejecutar la proyección de precios de los próximos 5 años se realizará con un incremento del 3,82% a partir del segundo año, que es la inflación proyectada para el año 2013 por el Banco Central del Ecuador.

Cuadro No. 6
Proyección de Precio de fresas deshidratadas

Años	Precio por empaque
2014	2,50
2015	2,60
2016	2,70
2017	2,80
2018	2,91

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

3.14 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El presente proyecto no cuenta con una competencia directa ya que no existen empresas dedicadas al procesamiento y comercialización de fresas deshidratadas empacadas al vacío, por lo que el mercado no se

encuentra saturado por este tipo de productos. Pero existen productos similares ofertados por un mínimo porcentaje de marcas, que no ocupan un lugar significativo en el mercado de la ciudad de Ibarra.

3.15 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Para la comercialización de producto nuevo se realizara de manera directa, para de esta forma llegar a los posibles clientes fijos y a la población en general.

Para que el producto ocupe un lugar dentro del mercado local es necesario utilizar estrategias de venta que permitan hacer conocer sobre el producto y de esta manera motivar su consumo.

3.15.1 ESTRATEGIAS PARA EL PRECIO

- Precios accesibles para el mercado.
- Descuentos por volúmenes de compras.
- Este proyecto implantará una estrategia aplicando precios competitivos y productos de calidad.

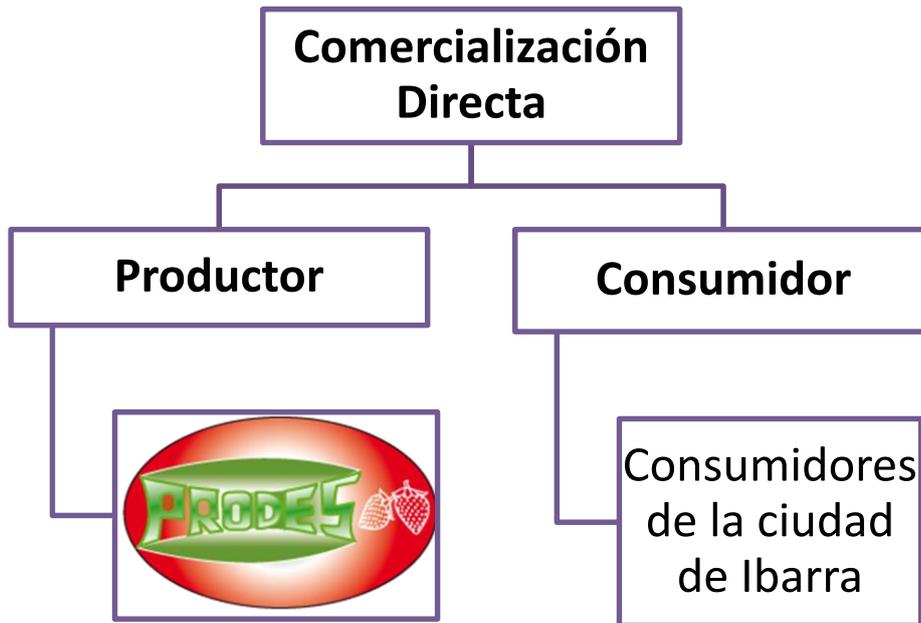
3.15.2 ESTRATEGIAS PARA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

- La publicidad es la principal forma de comunicación que tiene la empresa para influir en los consumidores. Un conocimiento del proceso de percepción es esencial a la hora de diseñar la campaña publicitaria para el producto.
- incentivar al consumo de fresas deshidratadas resaltando su importancia y valores nutricionales, así como la fácil utilización del producto, esto se lo hará a través de campañas publicitarias, en los principales medios locales de comunicación como: prensa radial y prensa escrita, así como también con la utilización de papeles volantes dando a conocer las características del nuevo producto.

- Degustaciones del producto en puntos estratégicos de la ciudad.

3.15.3 ESTRATEGIAS DE PLAZA O DISTRIBUCIÓN

Gráfico No. 16
Sistema de Comercialización



Elaboración: La Autora

Año: 2013

- La empresa estará ubicada en un sector estratégico donde se desarrollara sin ningún inconveniente el procesamiento de las fresas.
- El local en el que comercializara el nuevo producto estar ubicado en un lugar con gran afluencia de personas brindando la oportunidad de expender con facilidad el producto.
- La empresa ha considerado que el sistema que va a utilizar para la comercialización del producto será de forma directa sin intermediarios lo que permitirá reducir sus costos.

3.16 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Después de haber concluido el presente estudio se estableció lo siguiente:

- En la investigación de campo realizada se pudo determinar que existe una gran aceptabilidad para el producto en el mercado, lo cual es favorable para la ejecución del proyecto.
- Existe una demanda a satisfacer alta, debido a que en la actualidad en la ciudad de Ibarra no existe una empresa procesadora y comercializadora y procesadora de fresas deshidratadas, siendo esto un factor positivo ya que la empresa tendrá buenos ingresos por sus ventas.
- El proceso de deshidratación es el valor agregado que se le da a las fresas, siendo esto una ventaja competitiva para la puesta en marcha del proyecto en la ciudad de Ibarra.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 PRESENTACIÓN

En este capítulo se realizará un análisis técnico, de todos los requerimientos que necesita el proyecto para realizar las actividades eficientemente. El estudio técnico del presente proyecto tiene como objetivo fundamental diseñar propuestas que ayuden a que los recursos disponibles sean utilizados de la mejor manera.

En el estudio técnico se analizará y determinará los siguientes aspectos:

- La localización del proyecto
- El tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto
- Ingeniería del proyecto

4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Es indispensable establecer donde estará ubicada la empresa tomando en cuenta parámetros que ayuden a definir el punto más conveniente para la ubicación de la misma para beneficio de los usuarios.

Para establecer la ubicación del lugar donde funcionara la empresa se ha analizado la macro localización y micro localización.

4.2.1 Macro Localización

La empresa estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra; es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La Ciudad Blanca". Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e

historia. Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura y es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador.

Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas:

- San Francisco
- El Sagrario
- Caranqui
- Alpachaca y Priorato

Siete parroquias rurales:

- San Antonio
- La Esperanza
- Angochagua
- Ambuquí
- Salinas
- La Carolina y
- Lita.

A continuación se muestra el mapa de ubicación geográfica:

Gráfico No.17

Mapa De La Provincia De Imbabura

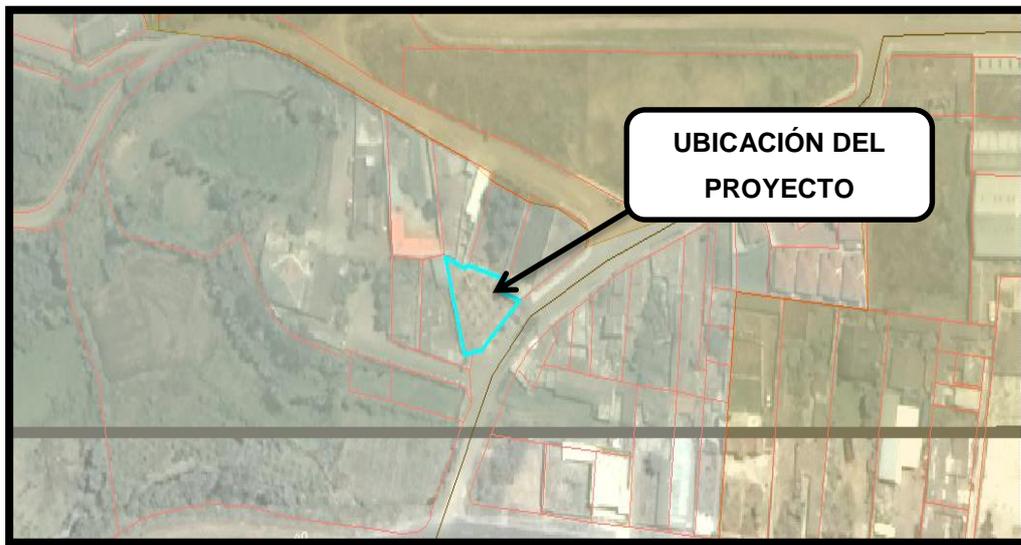


FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

4.2.2 Micro Localización

La producción de la empresa estará ubicada exactamente en la ciudad de Ibarra, en el sector del parque industrial ubicado vía a Urucuquí, donde se encuentran las principales industrias de la ciudad.

Gráfico No.18
Mapa Micro Localización – Producción



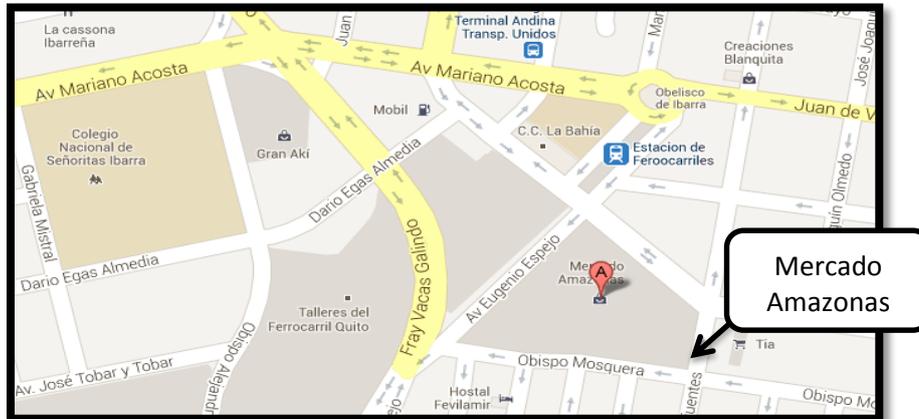
FUENTE: Departamento de Panificación, Municipio de Ibarra
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

El local en donde se llevará a cabo la comercialización de las fresas deshidratadas, se encuentra ubicado en el interior del mercado amazonas, en la calle Obispo Mosquera y Zenon Villacis.

Este lugar fue determinado como el más óptimo para la comercialización ya que a través de las encuestas aplicadas a la población, la mayoría concordó en que le gustaría que el producto se comercialice cerca al mercado amazonas.

Gráfico No.19

Mapa Micro Localización – comercialización



FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

4.3 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Los principales factores que determinan la localización del proyecto son los siguientes:

- Disponibilidad de espacio físico
- Agua potable
- Teléfono
- Energía Eléctrica
- Alcantarillado
- Vías de comunicación
- Seguridad

Para definir el lugar donde se implantara la empresa de fresas deshidratadas se han tomado como referencia tres lugares como son:

- A. Parque Industrial (vía Urcuquí)
- B. Avenida el Retorno
- C. Caranqui

4.3.1 Matriz de factores de localización

Cuadro N° 7
Factores de Localización

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PORCENTAJE
Disponibilidad de espacio físico	25
Agua potable	15
Teléfono	10
Energía Eléctrica	15
Alcantarillado	10
Vías de comunicación	15
Seguridad	10
TOTAL	100

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Cuadro N° 8
Valoración de factores

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	%	Ponderación	A		B		C	
			%	Valor	%	Valor	%	Valor
Disponibilidad de espacio físico	25	25,00	20	5,00	15	3,75	15	3,75
Agua potable	15	15,00	15	2,25	12	1,80	15	2,25
Teléfono	10	10,00	10	1,00	8	0,80	8	0,80
Energía Eléctrica	15	15,00	10	1,50	9	1,35	10	1,50
Alcantarillado	10	10,00	9	0,90	10	1,00	10	1,00
Vías de comunicación	15	15,00	15	2,25	12	1,80	12	1,80
Seguridad	10	10,00	10	1,00	8	0,80	10	1,00
TOTAL	100	100	89	13,90	74	11,30	80	12,10

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Después de analizar los factores que intervienen en la localización del proyecto se pudo determinar que el lugar más óptimo para establecer la empresa es en el Parque Industrial.

4.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.4.1 Tamaño del mercado

La demanda de fresas deshidratadas empacadas al vacío en la ciudad de Ibarra, presenta una buena oportunidad para el proyecto planteado ya que existe una demanda potencial a satisfacer significativa para el año 2014 de 45.482 libras, con un incremento de 66.590 libras para el año 2018.

4.4.2 Factores condicionantes del tamaño del proyecto

Los factores más importantes que condicionan el tamaño del proyecto son los siguientes:

- **Población**

A pesar de que en la actualidad no haya empresas dedicadas a la comercialización de fresas deshidratadas, este proyecto se desarrollara en un mercado competitivo ya que ofrecen productos similares, por lo que es necesario atraer al mercado brindando un producto novedoso y nutritivo.

- **Financiamiento**

El factor primordial para la creación de la empresa es la disponibilidad de recursos económicos, ya que con estos se determinara el tamaño del proyecto.

Dentro del sistema financiero nacional existen varias instituciones que brindan créditos al sector productivo, así como también a nuevos

emprendimientos; otorgándoles a bajas tasa de interés y con facilidades de pago.

La inversión total del presente proyecto estará financiada por instituciones del sistema financiero en un 60% y el 40% restante será aporte propio.

- **Tecnología**

La maquinaria que se utilizará en la elaboración de las fresas deshidratadas es:

- ✓ Horno deshidratador
- ✓ Máquina de empacado al vacío
- ✓ Congelador

Estas maquinarias son indispensables para la elaboración y comercialización de las fresas deshidratadas.

- **Materia Prima e insumos**

Para la elaboración del presente proyecto la materia prima e insumos son de fácil adquisición y cuenta con abastecimiento suficiente dentro de la provincia, ayudando a que la producción se desarrolle eficazmente.

Los principales proveedores se encuentran en la provincia, principalmente en la ciudad de Otavalo, parroquia San Pablo, comunidad Huaycopungo, lugar en el que la producción de la fresa se da en grandes cantidades; estos productores estarían dispuestos a incrementar su producción de fresas, esto les generaría ingresos económicos mayores y brindarían suficiente materia prima para el desarrollo del proyecto.

- **Mano de Obra**

Otro factor que interviene en el tamaño del proyecto es la disponibilidad de la mano de obra, que es necesaria para realizar las actividades de la empresa.

Estará compuesta por:

- ✓ Gerente
- ✓ Contadora
- ✓ Vendedor
- ✓ Jefe de producción
- ✓ Operario

Como beneficio social el presente proyecto generará nuevas fuentes de empleo mejorando el nivel de vida de los mismos, así como también contribuirá al desarrollo económico de los agricultores de fresas.

4.5 CAPACIDAD DEL PROYECTO

Para determinar la capacidad del proyecto se analizó previamente algunos factores que intervienen directamente en el mismo, se pudo establecer que la maquinaria es la fundamental para definir la capacidad del proyecto.

La maquinaria que determinará el tamaño óptimo del proyecto será el horno deshidratador, ya que es la máquina principal que se utiliza para la transformación del producto.

4.5.1 Capacidad máxima instalada

La capacidad de producción de la empresa se estima será de 45.482 libras, con un crecimiento del 10%, durante la vida del proyecto, en una

jornada de 8 horas diarias, los cinco días laborales de la semana durante todo el año, para cubrir la demanda potencial a satisfacer.

En concordancia con lo establecido se establece la capacidad de la empresa de la siguiente manera:

Capacidad: $((45.482 \text{ libras} / 2.2) / \text{año}) / (8 \text{ horas} * 5 \text{ días} * 48 \text{ semanas})$

Capacidad: $((45.482 / 2.2) / 12) / (1\ 920)$

Capacidad: 8,97 kg/ hora.

Esto representa que la empresa tiene capacidad de producir 9 kilogramos por hora, es decir producir 22 fundas de 400 gr., por hora.

Cuadro N° 9
Capacidad Máxima Instalada

PRODUCTO	Unidades por hora	Unidades Anales
Fresas Deshidratadas	22	42.240

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.6 INGENIERÍA DEL PROYECTO

En la ingeniería del proyecto se especificara la distribución y diseño de instalaciones, estimando los costos que sean necesarios para la ejecución del proyecto.

4.6.1 Proceso de producción y comercialización de las fresas deshidratadas

El procesamiento de las fresas deshidratadas se lo representará mediante un Flujo grama de procesos.

4.7 FLUJO GRAMA DE PROCESO



ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

4.7.1 Distribución de la Planta

En la distribución de la planta se consideró primordialmente que los espacios este de acorde con las necesidades de la empresa para desempeñar correctamente sus funciones.

La distribución se la realizo de la siguiente manera:

Cuadro N° 10
Distribución de la Planta

ÁREAS	M²
Administrativa	97,96
Bodega materia prima	12,10
Cuarto de lavado, pelado y tratamiento químico de la fresa	15,46
Cuarto de horneado	16,71
Cuarto de empackado y producto terminado	15,64
TOTAL	157,87

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

El área en el que se establecerá la empresa de producción de fresas deshidratadas consta de 157.87 m².

Área Administrativa: esta área consta de la oficina para la secretaria, gerencia y una sala de espera, todas estas ubicadas un lado lateral de la construcción.

Bodega materia prima: en este lugar es donde se pondrá la materia prima que se adquiriera para el procesamiento, la misma que cuenta con una puesta específica para el ingreso de la materia prima.

Área lavado, pelado y tratamiento químico: En esta área se llevara a cabo el proceso de lavado de las fresas, el corte y finalmente el tratamiento químico, que consiste en introducir las fresas en un jarabe de azúcar y preservantes previo a la deshidratación.

Área de horneado: En esta área se realizara la deshidratación de las fresas, para esto se utilizara el horno deshidratador.

Área de empaçado y producto terminado: En este lugar se procederá a empaçar el producto para que esté listo para su comercialización.

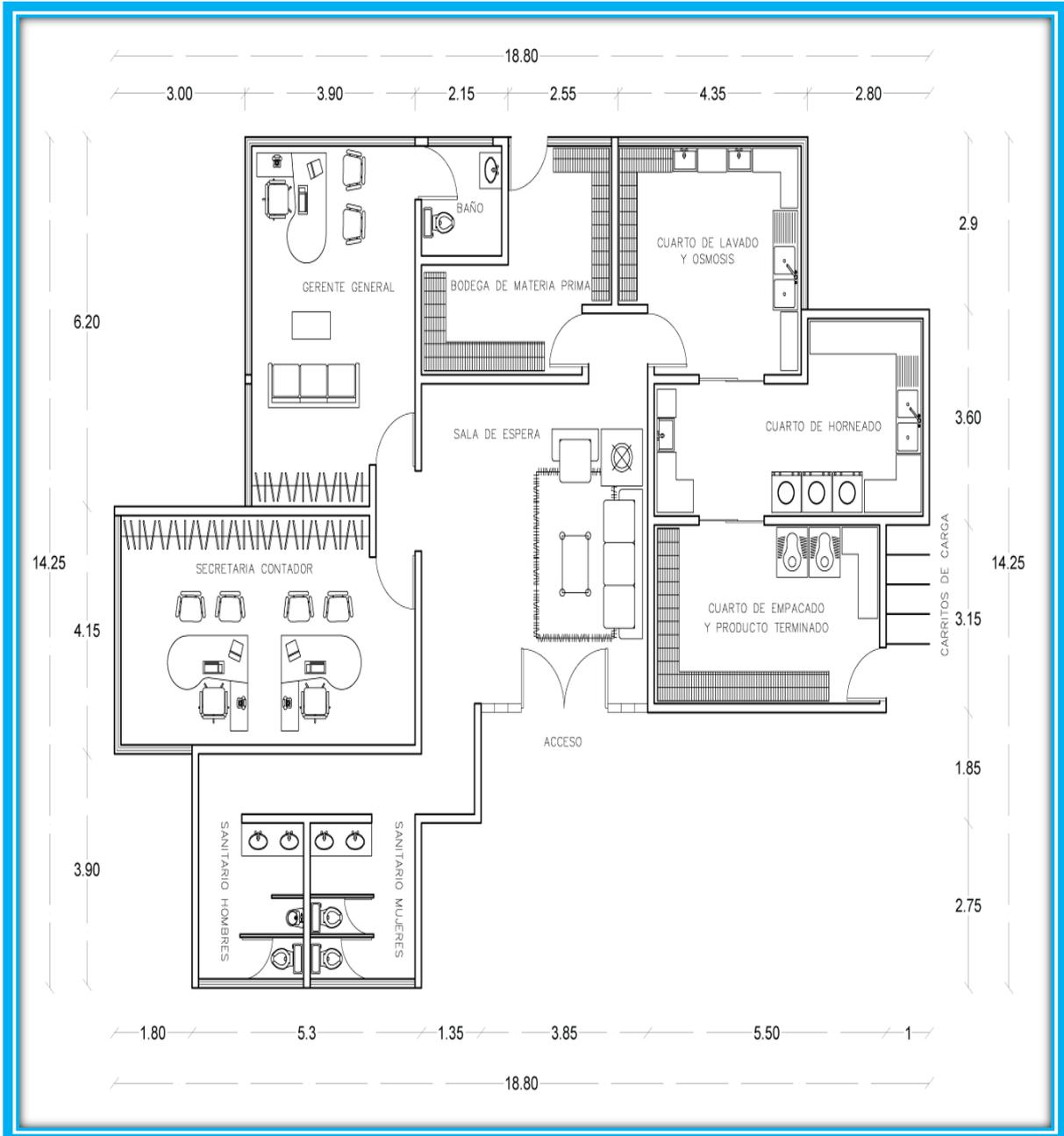
4.7.2 Diseño de Instalaciones

El diseño de las instalaciones fueron realizadas de acuerdo con el proceso que realizara la empresa para su elaboración del nuevo producto, esto se lo representa gráficamente mediante un plano, en el que se enfatizan en las características que poseerá cada área a implementarse.

Para especificar las instalaciones que tendrá la empresa se presenta el siguiente plano:

Gráfico No. 20

Diseño de las Instalaciones



ELABORACIÓN: estudiante de arquitectura Tania Mejía
Año: 2013

4.8 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.8.1 INVERSIÓN FIJA

4.8.1.1 Terreno

El terreno está ubicado en el sector del parque industrial de la ciudad de Ibarra, con un área de 300 m².

Cuadro N° 11
Valoración Terreno

Concepto	Área	Valor m ²	Valor comercial
Terreno	300 m ²	100	30.000,00
TOTAL			30.000,00

FUENTE: Municipio de Ibarra

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.1.2 Construcción

Cuadro N° 12
Valor de la construcción

Área	M ²	Costo por m ²	Costo total
Administrativa	97,96	66	6.465,36
Operativa	59,91	99	5.931,09
TOTAL			12.396,45

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.1.3 Muebles y enseres

Cuadro N° 13
Costo de muebles y enseres

Cantidad	Detalle	Costo unitario USD	Costo total USD
2	Escritorios ejecutivos	250,00	500,00
3	Sillas giratorias	50,00	150,00
6	Sillas usuarios	25,00	150,00
1	Archivador	100,00	100,00
	TOTAL		900,00

FUENTE: Varios Proveedores

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.1.4 Maquinaria y Equipo

Cuadro N° 14
Maquinaria y Equipo

Cantidad	Detalle	Costo unitario USD	Costo total USD
1	Horno deshidratador	2.000,00	2.000,00
1	Empacadora al vacío	2.500,00	2.500,00
1	Congelador	1.0200,00	1.020,00
2	Mesa de acero inoxidable	100,00	200,00
	TOTAL		5.720,00

FUENTE: Varios Proveedores

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.1.5 Herramientas de Producción

Cuadro N° 15
Herramientas de Producción

Detalle	Valor Total
Herramientas manuales	200,00
TOTAL	200,00

Elaboración: La Autora
Año: 2013

4.8.1.6 Equipos de oficina

Cuadro N° 16
Equipos de oficina

Cantidad	Detalle	Costo unitario USD	Costo total USD
2	Teléfono	75,00	150,00
2	Sumadora	75,00	150,00
2	Estanterías	100,00	200,00
	TOTAL		500,00

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

4.8.1.7 Equipos de computación

Cuadro N° 17
Equipos de computación

Cantidad	Detalle	Costo unitario USD	Costo total USD
2	Equipos de computación	1.300.00	2.600,00
	TOTAL		2.600,00

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

4.8.1.8 Accesorios

**Cuadro N° 18
Accesorios**

Cantidad	Detalle	Costo unitario USD	Costo total USD
1	Basurero grande	10,00	10,00
3	Basureros pequeños	8,00	24,00
1	Extintor	40,00	40,00
	TOTAL		74,00

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.1.9 Vehículo

**Cuadro N° 19
Vehículo**

Cantidad	Detalle	Costo unitario USD	Costo total USD
1	Camioneta MAZDA 2600	18.000,00	18.000,00
	TOTAL		18.000,00

FUENTE: proveedores

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.2 RESUMEN TOTAL DE LA INVERSIÓN FIJA

Cuadro N° 20

DETALLE	VALOR
Terreno	30.000,00
Construcción	12.396,45
Muebles y Enseres	900,00
Maquinaria y equipo	5.720,00
Herramientas de producción	200,00
Equipos de Oficina	500,00
Equipos de Computación	2.600,00
Accesorios	74,00
Vehículo	18.000,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA	70.390,45

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.3 GASTO DE CONSTITUCIÓN

Esto hace referencia a los gastos iniciales necesarios para la creación de la empresa, como son: patentes, registro sanitario, bomberos, entre otros; así como también se consideran los gastos efectuados en el estudio de factibilidad del proyecto.

Cuadro N° 21

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL USD
Gastos de constitución	800,00
Estudio de factibilidad	550,00
SUBTOTAL	1.350,00
Imprevistos (10%)	135,00
TOTAL	1.485,00

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

4.8.4 RESUMEN TOTAL DE INVERSIÓN FIJA

Cuadro N° 22

DETALLE	VALOR
Inversión Fija	70.390,45
TOTAL INVERSIÓN FIJA	70.390,45

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

4.8.5 INVERSIÓN VARIABLE

El incremento que se tomara en cuenta para la inversión variable será de 3,82% por cada año, tomando en cuenta que es la tasa de inflación proyectada para el año 2013 por el Banco Central del Ecuador, a excepción de aquellos rubros que provienen de las tablas específicas como depreciaciones y gastos financieros.

4.8.5.1 Materia prima directa

Cuadro N° 23

Cantidad	Detalle	Costo unitario USD	Costo total USD
1.900	Baldes de Fresa (25 libras c/u)	12,00	22.800,00
	TOTAL		22.800,00

FUENTE: Varios Proveedores

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.5.2 Insumos

Cuadro N° 24

Cantidad	Detalle	Costo unitario USD	Costo total USD
42.240	Fundas etiquetadas	0,08	3.379,20
41,35 Kg	Preservantes	9,00	372,15
200 qq	Azúcar	30,00	6.000,00
	TOTAL		9.751,35

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.5.3 Mano de obra directa

Cuadro N° 25

Detalle	Cantidad	mensual	Anual	IESS patronal	13° sueldo	14° sueldo	TOTAL
Jefe de producción	1	450,00	5.400,00	656,10	450,00	318,00	6.824,10
Operario	1	350,00	4.200,00	510,30	350,00	318,00	5.378,30
TOTAL							12.202,40

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.5.4 Mano de obra indirecta

Cuadro N° 26

Detalle	Cantidad	Mensual	Anual	IESS patronal	13° sueldo	14° sueldo	TOTAL
Vendedor	1	318,00	3.816,00	463,64	318,00	318,00	4.915,64
TOTAL							4.915,64

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.5.5 Gastos administrativos

Cuadro N° 27

Detalle	Cantidad	mensual	anual	IESS patronal	13° sueldo	14° sueldo	TOTAL
Gerente	1	700,00	8.400,00	1.020,60	700,00	318,00	10.438,60
Contadora	1	250,00	3.000,00	364,50	250,00	318,00	3.932,50
TOTAL							14.371,10

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.5.6 Gastos generales de fabricación

Cuadro N° 28

Detalle	Mensual	Anual
Costos de Producción		3360,00
Electricidad	75,00	900,00
Agua potable	45,00	540,00
Mantenimiento	30,00	360,00
Útiles de aseo	25,00	360,00
Combustible	100,00	1200,00
Gastos Administrativos		960,00
Electricidad	15,00	180,00
Agua potable	10,00	120,00
Materiales de oficina	25,00	300,00
Teléfono	30,00	360,00
Gastos de ventas		2.400,00
Arriendo Local	120,00	1.440,00
Publicidad	80,00	960,00
TOTAL Gastos Generales de Fabricación		6.720,00

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.6 RESUMEN DE LA INVERSIÓN VARIABLE

Cuadro N° 29

DETALLE	VALOR
Materia prima directa	22.800,00
Insumos	9.751,35
Mano de obra directa	12.202,40
Mano de obra indirecta	4.915,64
Gastos administrativos	14.371,10
Gastos generales de fabricación	6.720,00
TOTAL INVERSIÓN VARIABLE	70.760,49

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

4.8.7 CAPITAL DE TRABAJO

Se estableció que el capital de trabajo se lo realizara para un mes, a fin de poder entrar en operación, el mismo que queda estructurado de la siguiente manera:

Cuadro N° 30

DETALLE	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Materia prima directa	22.800,00	1.900,00
Insumos	9.751,35	812,61
Mano de obra directa	12.202,40	1.016,87
Mano de obra indirecta	4.915,64	409,64
Gastos administrativos	14.371,10	1197,59
Gastos generales de fabricación	6.720,00	560,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		5.896,71

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

4.8.8 INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

Cuadro N° 31

DETALLE	TOTAL
Inversión Fija	70.390,45
Capital de Trabajo	5.896,71
TOTAL	76.287,16

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

4.8.9 FINANCIAMIENTO

Para efectuar el presente proyecto se realizará un crédito en el Banco Nacional de Fomento, siendo esta una institución financiera que brinda apoyo a emprendimientos productivos, la misma que financiara el 60% del total de la inversión, y el 40% restante será cubierto por fondos propios.

Cuadro N° 32

DETALLE	TOTAL	PROPIO	CRÉDITO
Inversión total	76.287,16	30.514,86	45.772,30

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

El presente estudio financiero se presenta la proyección de los Estados financieros como el Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados, Flujo de caja y para medir la rentabilidad se utilizó los evaluadores financieros como: el VAN, TIR, el Costo – Beneficio, y el periodo de la Recuperación de la Inversión.

5.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El presente proyecto de una empresa procesadora y comercializadora de fresas deshidratadas según los resultados iniciales establece el siguiente estado de situación inicial:

Cuadro N° 33
EMPRESA PRODES
Estado de Situación Inicial

ACTIVOS:		PASIVOS:	
<u>Activos corrientes:</u>		Deuda por pagar	
Bancos	5.896,71	Largo plazo	45.772,30
Total Activos corrientes	\$ 5.896,71	Total Pasivos	\$ 45.772,30
<u>Activos Fijos:</u>		PATRIMONIO:	
Terreno	30.000,00	Inversión propia	30.514,86
Construcción	12.396,45		
Muebles y enseres	900,00	Total Patrimonio	\$ 30.514,86
Maquinaria y Equipo	5.720,00		
Herramientas de prod.	200,00		
Equipo de oficina	500,00		
Equipo de comp.	2.600,00		
Accesorios	74,00		
Vehículo	18.000,00		
Total Activos fijos	\$ 70.390,45		
TOTAL ACTIVO	\$ 76.287,16	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 76.287,16

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

5.2 DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS

Se establecieron los valores que son alcanzados por la venta del producto ofertado como es las fresas deshidratadas durante la vida útil de la empresa; siendo estos valores los que servirán para cubrir todos los gastos que se efectuaran para poner en marcha la misma.

Se realizaron los cálculos para los años que se establecieron de vida útil para la misma tomando como referencia la tasa de inflación establecida del 3,82%, para esto se tomó en cuenta las ventas establecidas por la empresa PRODES multiplicando por el precio.

Cuadro N° 34

EMPRESA PRODES Proyección de Ingresos

AÑOS	1	2	3	4	5
PRODUCTO					
Fresas Deshidratadas					
Cantidad	42.240	43.854	45.529	47.268	49.074
Precio \$	2,50	2,60	2,70	2,80	2,91
TOTAL	105.600,00	114.020,40	122.928,30	132.350,40	142.805,34

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

5.3 DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS

Son todos los gastos que tiene la empresa, para cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes, con el propósito de brindar un servicio de calidad.

La determinación de costos y gastos se lo efectuó en base a todas las transacciones que se efectuaran en el proyecto.

5.3.1 PROYECCIÓN DE COSTOS DIRECTOS

Cuadro N° 35
Materia Prima Directa

Detalle	Valor				
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Fresas	22.800,00	23.670,96	24.575,19	25.513,96	26.488,60
Total	22.800,00	23.670,96	24.575,19	25.513,96	26.488,60

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Cuadro N° 36
Insumos

Detalle	Valor				
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Fundas etiquetadas	3.379,20	3.508,29	3.642,30	3.781,44	3.925,89
Preservantes	372,15	386,37	3.642,30	3.781,44	3.925,89
Azúcar	6.000,00	6.229,20	6.467,16	6.714,20	6.970,68
Total	9.751,35	10.123,85	13.751,76	14.277,08	14.822,46

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Cuadro N° 37
Mano de Obra Directa

Detalle	Valor				
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Jefe de producción					
Mensual	450,00	467,19	485,04	503,57	522,80
Anual	5.400,00	5.606,28	5.820,44	6.042,78	6.273,61
IESS patronal	656,10	681,16	707,18	734,20	762,24
13° Sueldo	450,00	467,19	485,04	503,57	522,80
14° Sueldo	318,00	330,15	342,76	355,85	369,45
Fondos de reserva		467,19	485,04	503,57	522,80
Total Jefe	6.824,10	7.551,97	7.840,46	8.139,96	8.450,91

Operario					
Mensual	350,00	363,37	377,25	391,66	406,62
Anual	4.200,00	4.360,44	4.527,01	4.699,94	4.879,48
IESS patronal	510,30	529,79	550,03	571,04	592,86
13° Sueldo	350,00	363,37	377,25	391,66	406,62
14° Sueldo	318,00	330,15	342,76	355,85	369,45
Fondos de reserva		363,37	377,25	391,66	406,62
Total Operario	5.378,30	5.947,12	6.174,30	6.410,16	6.655,03
TOTAL MOD	12.202,40	13.499,09	14.014,76	14.550,12	15.105,94

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Cuadro N° 38 Mano de Obra Indirecta

Detalle	Valor				
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Vendedor					
Mensual	318,00	330,15	342,76	355,85	369,45
Anual	3.816,00	3.961,77	4.113,11	4.270,23	4.433,35
IESS patronal	463,64	481,36	499,74	518,83	538,65
13° Sueldo	318,00	330,15	342,76	355,85	369,45
14° Sueldo	318,00	330,15	342,76	355,85	369,45
Fondos de reserva		330,15	342,76	355,85	369,45
TOTAL MOI	4.915,64	5.433,57	5.641,13	5.856,62	6.080,35

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

5.3.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cuadro N° 39 Personal Administrativo

Detalle	Valor				
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Gerente					
Mensual	700,00	726,74	754,50	783,32	813,25
Anual	8.400,00	8.720,88	9.054,02	9.399,88	9.758,96
IESS patronal	1.020,60	1.059,59	1.100,06	1.142,09	1.185,71
13° Sueldo	700,00	726,74	754,50	783,32	813,25
14° Sueldo	318,00	330,15	342,76	355,85	369,45
Fondos de reserva		726,74	754,50	783,32	813,25
Total Gerente	10.438,60	11.564,09	12.005,84	12.464,47	12.940,61

Contadora					
Mensual	250,00	259,55	269,46	279,76	290,45
Anual	3.000,00	3.114,60	3.233,58	3.357,10	3.485,34
IESS patronal	364,50	378,42	392,88	407,89	423,47
13° Sueldo	250,00	259,55	269,46	279,76	290,45
14° Sueldo	318,00	330,15	342,76	355,85	369,45
Fondos de reserva		259,55	269,46	279,76	290,45
Total contadora	3.932,50	4.342,27	4.508,15	4.680,36	4.859,15
TOTAL PERSONAL ADMINISTRATIVO	14.371,10	15.906,37	16.513,99	17.144,82	17.799,76

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

5.3.3 GASTOS GENERALES

Cuadro N° 40
Gastos Generales

Detalle	Valor				
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Costo de Producción	3.360,00	3.488,35	3.621,61	3.759,95	3.903,58
Electricidad	900,00	934,38	970,07	1.007,13	1.045,60
Agua potable	540,00	560,63	582,04	604,28	627,36
Mantenimiento	360,00	373,75	388,03	402,85	418,24
Útiles de Aseo	360,00	373,75	388,03	402,85	418,24
Combustible	1.200,00	1.245,84	1.293,43	1.342,84	1.394,14
Gastos Administrativos	960,00	996,67	1.034,74	1.074,27	1.115,31
Electricidad	180,00	186,88	194,01	201,43	209,12
Agua potable	120,00	124,58	129,34	134,28	139,41
Materiales de oficina	300,00	311,46	323,36	335,71	348,53
Teléfono	360,00	373,75	388,03	402,85	418,24
Gastos de ventas	2.400,00	2.491,68	2.586,86	2.685,68	2.788,27
Arriendo local	1.440,00	1.495,01	1.552,12	1.611,41	1.672,96
Publicidad	960,00	996,67	1.034,74	1.074,27	1.115,31
TOTAL GASTOS GENERALES	6.720,00	6.976,70	7.243,21	7.519,90	7.807,17

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

5.3.4 DEPRECIACIONES

El método que se utilizó para la depreciación es el de línea recta, con los siguientes porcentajes:

Cuadro N° 41
Porcentaje Depreciaciones

DETALLE	VIDA ÚTIL AÑOS	PORCENTAJE
Edificio	20	5%
Muebles y Enseres	10	10%
Maquinaria y equipo	10	10%
Herramientas de producción	5	20%
Equipos de Oficina	10	10%
Equipos de Computación	3	33,33%
Accesorios	5	20%
Vehículo	5	20%

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Cuadro N° 42
Depreciaciones

Detalle	COSTO	Valor				
		año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Producción						
Edificio	12.396,45	619,82	619,82	619,82	619,82	619,82
Muebles y Enseres	900,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Maquinaria y equipo	5.720,00	572,00	572,00	572,00	572,00	572,00
Herramientas de producción	200,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Vehículo	18.000,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Total Dep. Prod.	37.216,45	4.921,82	4.921,82	4.921,82	4.921,82	4.921,82
Administrativo						
Equipos de Oficina	500,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Equipos de Computación	2.600,00	866,58	866,58	866,58		
Accesorios	74,00	14,80	14,80	14,80	14,80	14,80
Total Dep. Admin.	3.174,00	931,38	931,38	931,38	64,80	64,80
Subtotal Deprec.	40.390,45	5.853,20	5.853,20	5.853,20	4.986,62	4.986,62
Reinversion equipo de comp.	2.600,00				866,58	866,58
TOTAL DEPRECIACIÓN	42.990,45	5.853,20	5.853,20	5.853,20	5.853,20	5.853,20

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

5.3.5 GASTOS FINANCIEROS

El crédito en el Banco Nacional de Fomento es de 45.772,30 dólares, a una tasa de interés del 11,20% a 5 años plazo con cuotas mensuales de 999,77 dólares.

Monto: \$ 45.772,30

Tasa de Interés: 11,20 %

Plazo: 5 años (mensuales)

Cuadro N° 43

Tabla de Amortización

No.	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0	45.772,30			
1	45.199,74	427,21	572,56	999,77
2	44.621,83	421,86	577,91	999,77
3	44.038,53	416,47	583,30	999,77
4	43.449,78	411,03	588,75	999,77
5	42.855,54	405,53	594,24	999,77
6	42.255,75	399,99	599,79	999,77
7	41.650,37	394,39	605,39	999,77
8	41.039,33	388,74	611,04	999,77
9	40.422,59	383,03	616,74	999,77
10	39.800,10	377,28	622,49	999,77
11	39.171,79	371,47	628,30	999,77
12	38.537,62	365,60	634,17	999,77
13	37.897,54	359,68	640,09	999,77
14	37.251,48	353,71	646,06	999,77
15	36.599,38	347,68	652,09	999,77
16	35.941,21	341,59	658,18	999,77
17	35.276,88	335,45	664,32	999,77
18	34.606,36	329,25	670,52	999,77
19	33.929,58	322,99	676,78	999,77
20	33.246,49	316,68	683,10	999,77
21	32.557,02	310,30	689,47	999,77
22	31.861,11	303,87	695,91	999,77
23	31.158,71	297,37	702,40	999,77
24	30.449,75	290,81	708,96	999,77
25	29.734,18	284,20	715,57	999,77
26	29.011,92	277,52	722,25	999,77
27	28.282,93	270,78	728,99	999,77
28	27.547,13	263,97	735,80	999,77
29	26.804,46	257,11	742,67	999,77
30	26.054,87	250,17	749,60	999,77
31	25.298,27	243,18	756,59	999,77
32	24.534,62	236,12	763,65	999,77

33	23.763,84	228,99	770,78	999,77
34	22.985,86	221,80	777,98	999,77
35	22.200,62	214,53	785,24	999,77
36	21.408,06	207,21	792,57	999,77
37	20.608,09	199,81	799,96	999,77
38	19.800,66	192,34	807,43	999,77
39	18.985,70	184,81	814,97	999,77
40	18.163,12	177,20	822,57	999,77
41	17.332,87	169,52	830,25	999,77
42	16.494,88	161,77	838,00	999,77
43	15.649,06	153,95	845,82	999,77
44	14.795,34	146,06	853,71	999,77
45	13.933,66	138,09	861,68	999,77
46	13.063,93	130,05	869,72	999,77
47	12.186,09	121,93	877,84	999,77
48	11.300,06	113,74	886,04	999,77
49	10.405,75	105,47	894,31	999,77
50	9.503,10	97,12	902,65	999,77
51	8.592,02	88,70	911,08	999,77
52	7.672,44	80,19	919,58	999,77
53	6.744,28	71,61	928,16	999,77
54	5.807,45	62,95	936,83	999,77
55	4.861,89	54,20	945,57	999,77
56	3.907,49	45,38	954,39	999,77
57	2.944,19	36,47	963,30	999,77
58	1.980,89	27,48	972,29	999,77
59	1.008,59	18,49	981,28	999,77
60	27,31	9,41	990,36	999,77

ELABORACION: La Autora
Año: 2013

5.3.6 TOTAL GASTOS FINANCIEROS

Cuadro N° 44

AÑO	INTERÉS	CAPITAL
1	4.762,59	7.234,68
2	3.909,39	8.087,87
3	2.955,57	9.041,69
4	1.889,27	10.108,00
5	697,46	11.299,80
TOTAL	14.214,28	45.772,05

ELABORACION: La Autora
Año: 2013

5.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Mediante la información financiera obtenida anteriormente, se puede establecer la realización de los estados financieros, programados para cinco años, como se muestra a continuación:

5.4.1 ESTADO DE RESULTADOS

EMPRESA PRODES ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	105.600,00	114.020,40	122.928,30	132.350,40	142.805,34
(-) Gastos de Producción	57.951,21	61.137,64	66.526,27	68.879,55	71.322,75
Materia Prima Directa	22.800,00	23.670,96	24.575,19	25.513,96	26.488,60
Insumos	9.751,35	10.123,85	13.751,76	14.277,08	14.822,46
Mano de Obra Directa	12.202,40	13.499,09	14.014,76	14.550,12	15.105,94
Mano de Obra Indirecta	4.915,64	5.433,57	5.641,13	5.856,62	6.080,35
Depreciación	4.921,82	4.921,82	4.921,82	4.921,82	4.921,82
Gastos generales de producción	3.360,00	3.488,35	3.621,61	3.759,95	3.903,58
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	47.648,79	52.882,76	56.402,03	63.470,85	71.482,59
(-) Gasto Administrativo	17.747,48	17.834,42	18.480,11	19.150,47	19.846,45
Personal administrativo	14.371,10	15.906,37	16.513,99	17.144,82	17.799,76
Gastos generales	960	996,67	1.034,74	1.074,27	1.115,31
Gastos de Constitución	1.485,00				
Depreciación	931,38	931,38	931,38	931,38	931,38
(-) Gasto de ventas	2.400,00	2.491,68	2.586,86	2.685,68	2.788,27
Arriendo local	1.440,00	1.495,01	1.552,12	1.611,41	1.672,96
Publicidad	960	996,67	1.034,74	1.074,27	1.115,31
Utilidad operacional	27.501,31	32.556,66	35.335,06	41.634,70	48.847,87
(-) Gastos financieros	4.762,59	3.909,39	2.955,57	1.889,27	697,46
Intereses Pagados	4.762,59	3.909,39	2.955,57	1.889,27	697,46
Utilidad del ejercicio	22.738,72	28.647,27	32.379,49	39.745,43	48.150,41
Participación trabajadores 15%	341,08	429,71	485,69	596,18	722,26
Utilidad antes pago de impuestos	22.397,64	28.217,56	31.893,80	39.149,25	47.428,15
Impuesto a la renta (según base imponible)	1.294,15	2.167,13	2.718,57	3.806,89	5.048,72
Utilidad o pérdida neta	21.103,49	26.050,43	29.175,23	35.342,36	42.379,43

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

5.4.2 FLUJO DE EFECTIVO

EMPRESA PRODES

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión inicial	- 76.287,16					
INGRESOS						
Utilidad Proyectada		21.103,49	26.050,43	29.175,23	35.342,36	42.379,43
Depreciación		5.853,20	5.853,20	5.853,20	5.853,20	5.853,20
(=)TOTAL INGRESOS		26.956,69	31.903,63	35.028,43	41.195,56	48.232,63
EGRESOS						
Pago al principal		7.234,68	8.087,87	9.041,69	10.108,00	11.299,80
Reinversión					2.600,00	
Otros gastos						
(=)TOTAL EGRESOS		7.234,68	8.087,87	9.041,69	12.708,00	11.299,80
(=) FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO	- 76.287,16	19.722,01	23.815,76	25.986,74	28.487,56	36.932,83

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

5.5 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.5.1 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE REDESCUENTO

Cuadro N° 45

Tasa de Redescuento

	VALOR	PORCENTAJE APORTACIÓN	TASA DE PONDERACIÓN %	TASA PONDERADA %
PROPIO	30.514,86	0,4	4,53	1,81%
FINANCIADO	45.772,30	0,6	8,17	4,90%
TOTAL	76.287,16	1	12,7	6,71%

FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Calculo de la tasa de redescuento

$$TRM = (1 + KP) (1 + Inf.) - 1$$

$$TRM = (1 + 0,0671) (1 + 0,0382) - 1 = 0,1079 * 100 = 10,79\%$$

Interpretación: La tasa de descuento para ser aplicado en los indicadores económicos se consideró el 10,79 %.

5.5.2 VALOR ACTUAL NETO

Para el cálculo del valor actual neto se aplica la siguiente fórmula:

$$VN = -I + \sum \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

De donde:

VAN: Valor Actual Neto

FNC: Flujos Netos de Efectivo

I: Inversión

i : Tasa de redescuento

n : Tiempo de vida útil del proyecto o inversión

Inversión= 76.287,16

Tasa de redescuento = 10,79 %

Cuadro N° 46

Flujos Netos de Caja Actualizados

PERIODO	FLUJOS NETOS DE CAJA	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS (10,79%)
1	19.722,01	17.801,25
2	23.815,76	19.402,75
3	25.986,74	19.109,53
4	28.487,56	18.908,32
5	36.932,83	22.126,35
TOTAL	134.944,90	97.348,21

FUENTE: FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

ELABORACIÓN: La Autora

Año: 2013

➤ **VAN**

VAN= -76.287,16 + 97.348,21

VAN= 141.766.12

Interpretación: El valor actual neto es mayor a cero, garantizando la factibilidad que obtendrá el llevar a cabo el proyecto.

5.5.3 TASA INTERNA DE RETORNO

La fórmula utilizada para el cálculo de la TIR es la siguiente:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts} \right]$$

De donde:

Ti: Tasa Inferior

Ts: Tasa Superior

VAN Ti: Valor Actual Neto de la tasa inferior

VAN Ts: Valor Actual Neto de la tasa superior

Para la obtención de dos VAN, un positivo y un negativo, usando tasas de descuento que cumplan estos propósitos:

- Tasa superior del 30%
- Tasa inferior del 20%

Cuadro N° 47

Flujos Netos de Efectivo Actualizados para obtener un VAN Negativo

AÑOS	FLUJOS NETOS.	POSITIVO 10,79%	NEGATIVO 21%
0		-76.287,16	-76.287,16
1	19.722,01	17.801,25	16.299,18
2	23.815,76	19.402,75	16.266,48
3	25.986,74	19.109,53	14.668,84
4	28.487,56	18.908,32	13.289,66
5	36.932,83	22.126,35	14.239,20
Total VAN	134.944,90	21.061,05	-1.523,79

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Aplicando la fórmula se obtuvo:

$$TIR = 10,79 + (21 - 10,79) \left[\frac{21.061,05}{21.061,05 - (-1.523,79)} \right]$$

$$TIR = 19,58 \%$$

Interpretación: La tasa interna de retorno es de 19,58 %, dando como resultado que el proyecto tendrá una aceptación positiva, ya que la TIR es mayor que la tasa de descuento de 10,79 %.

5.5.4 RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

La empresa de fresas deshidratadas obtendrá como beneficio costo los siguientes valores, mediante la aplicación de la tasa de descuento del 10,79 % y aplicando la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\sum Ingresos(1 + i)^n}{\sum Egresos(1 + i)^n}$$

Cuadro N° 48
Beneficio-Costo

AÑOS	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS (10,79%)
1	105.600,00	95.315,46
2	114.020,40	92.892,67
3	122.928,30	90.396,20
4	132.350,40	87.846,21
5	142.805,34	85.554,26
TOTAL	617.704,44	452.004,80

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Cuadro N° 49
Beneficio-Costo

AÑOS	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS (10,79%)
1	78.098,69	70.492,54
2	81.463,74	66.368,69
3	87.593,24	64.412,31
4	90.715,70	60.211,61
5	93.957,47	56.289,64
TOTAL	431.828,84	317.774,79

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

Aplicando la formula tenemos:

$$B/C = \frac{452.004,80}{317.774,79}$$

B/C = \$ 1,42

Interpretación: El presente proyecto será factible ya que la relación Beneficio costo es positiva y supera a \$1,00; lo que muestra que los ingresos que generara las ventas son suficientes para para cubrir los gastos de la empresa. Por cada \$1,00 gastado, generará \$1,42 de utilidad.

5.5.5 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Cuadro N° 50
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	FLUJOS NETOS.	FLUJOS NETOS ACUMULADOS	INVERSIÓN
0			76.287,16
1	19.722,01	19.722,01	56.565,15
2	23.815,76	43.537,77	13.027,38
3	25.986,74	69.524,51	-56.497,13
4	28.487,56	98.012,07	-154.509,20
5	36.932,83	134.944,90	-289.454,10

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

$$25.986,74 / 12 = 2.165,56$$

$$23.815,76 / 2.165,56 = 10,99$$

Interpretación: La recuperación de la inversión para este proyecto será en 2 años y 11 meses; considerando que este es un tiempo adecuado para recuperar la inversión.

5.5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, nos permite conocer el nivel en el que los ingresos son iguales con los costos, sirve de referencia para establecer el nivel de ventas en unidades y en cantidad para comenzar a generar utilidades. El Punto de Equilibrio tiene validez para un año del proyecto.

**CUADRO Nº 51
PUNTO DE EQUILIBRIO**

DETALLE	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
INGRESOS		105.600,00
Ventas netas	105.600,00	
COSTOS FIJOS		21.686,74
Gasto sueldos administrativos	14.371,10	
Gasto sueldos ventas	4.915,64	
Publicidad	960	
Arriendo local	1.440,00	
COSTOS VARIABLES		49.073,75
Mano de obra directa	12.202,40	
Materia prima directa	22.800,00	
Insumos	9.751,35	
Gastos Generales de prod.	3.360,00	
Gastos Generales de Administ.	960,00	
COSTO TOTAL		176.360,49
CFU		0,38
CVU		0,85

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo de Venta Unitario}}{\text{Precio de Venta unitario}}}$$

$$PE = \frac{21.686,74}{1 - \frac{0,85}{2,50}}$$

$$PE \text{ (unidades)} = 32.859$$

$$PE \text{ (dólares)} = \$ 82.147,50$$

Interpretación: La empresa necesita vender 32.859 unidades para no tener ni pérdidas ni ganancias durante el primer año de puesta en marcha el proyecto, el año 2014.

5.5.7 RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

CUADRO Nº 52

EVALUADOR	VALOR	CRITERIO
VAN	141.66,12	ACEPTABLE
TIR	19,58%	ACEPTABLE
C/B	1,42	ACEPTABLE
Recuperación de la Inversión	2 años y 11 meses	ACEPTABLE
Punto de Equilibrio	32.859	ACEPTABLE

ELABORACIÓN: La Autora
Año: 2013

5.5.8 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

- Después de haber realizado la evaluación financiera para el presente proyecto, podemos concluir que la que existe factibilidad para la puesta en marcha del mismo, pues todos los evaluadores financieros que fueron analizados son aceptables.
- El VAN y la TIR son positivos considerando esto como un resultado factible para que la empresa procesadora y comercializadora de fresas deshidratadas se ponga en marcha.
- El costo-beneficio, es de \$ 1,42 mostrándonos que los ingresos que se generaran con las ventas son suficientes para cubrir los gastos de la empresa.
- El tiempo de recuperación de la inversión es de 2 años y 11 meses adecuado y factible para la empresa.
- El punto de equilibrio muestra que la empresa la cantidad que se requiere obtener para que la empresa no tenga ni perdidas ni ganancias es menor a la capacidad instalada.

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

En el presente capítulo se determinará la parte organizacional de la empresa, tratando temas como: la estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para su conformación.

6.1 ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA

6.1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

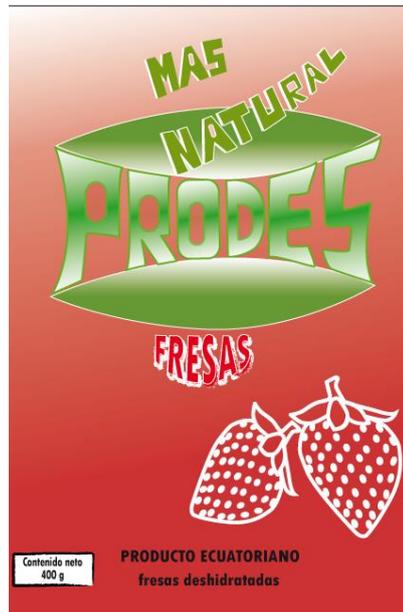
La empresa procesadora y comercializadora de fresas deshidratadas empacadas al vacío, se llamará Empresa de Fresas Deshidratadas “PRODES”, la misma que se encontrará ubicada en la ciudad de Ibarra en el parque industrial la empresa de producción y por el estudio de mercado realizado el local para la comercialización se encontrara en el mercado amazonas donde existe mucha afluencia de personas.

6.1.2 LOGOTIPO



6.1.3 EMPAQUE

Lado Frontal



Lado Posterior



UNA FRESA

Permite una excelente nutrición ya que son buenas fuentes de ácidos grasos esenciales, vitaminas, proteínas, minerales y fibras.

PRODUCTO ECUATORIANO

	por 100g	por 40 g
Energía	1734 KJ 414 Kcal	629 KJ 166 Kcal
Proteína	5 g	2 g
Hidratos de Carbono	56,7 g	22,7 g
de los cuales azúcares	38,7 g	15,5 g
Grasas	17,4 g	7 g
de las cuales saturadas	1,7 g	0,7 g
Fibra	4,6 g	1,9 g
Sodio	0,10 g	0,03 g

6.2 MISIÓN

La empresa PRODES pretende constituirse como una empresa pionera en la comercialización de fresas deshidratadas empacadas al vacío, orientada a brindar un producto de calidad que le permita satisfacer los gustos y preferencias del mercado.

6.3 VISIÓN

La empresa PRODES estima convertirse en el 2018 una empresa líder a nivel regional en la comercialización de fresas deshidratadas empacadas al vacío cumpliendo con las expectativas del mercado, brindando un producto de calidad y a precios accesibles.

6.4 OBJETIVOS EMPRESARIALES

- Instalar la empresa procesadora y comercializadora de fresas deshidratadas empacadas al vacío en la ciudad de Ibarra.

- Capacitar constantemente al personal para el desarrollo y motivación profesional y humano del personal.
- Comercializar productos de excelente calidad que satisfaga las necesidades de los consumidores.
- Asegurar el posicionamiento de la empresa en el mercado, con la utilización de publicidad.
- Buscar el desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida.
- Realizar reuniones periódicas con los empleados para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.

6.5 POLÍTICAS DE LA EMPRESA

- Cumplir eficientemente el trabajo asignado a cada puesto de acuerdo con lo que establece el reglamento interno, tomando en cuenta los planes operativos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Guardar respeto y consideración en el trato con sus superiores, y compañeros.
- La falta de puntualidad o inasistencia injustificada, serán sancionados y podrán dar lugar a la pérdida de la remuneración correspondiente.
- Todos los integrantes de la empresa deben contribuir a que en la misma se tengan buenas relaciones, para que exista un buen ambiente laboral.

6.6 PRINCIPIOS Y VALORES

6.6.1 PRINCIPIOS

❖ RESPONSABILIDAD

Este principio es uno de los más importantes dentro de la empresa, ya que mediante este se llevara a cabo las actividades de acuerdo a lo planeado, es decir se cumplirán la puntualidad en el trabajo, entrega de pedidos, etc.

❖ MEJORAMIENTO CONTINUO

La empresa debe estar en constante innovación tanto en procesos como en el producto a fin de que vaya acorde con la actualidad según las necesidades y exigencias del mercado, para esto la tecnología hace a una empresa competitiva que podrá enfrentar al mercado con mayor facilidad.

❖ COMPROMISO

Actitud de responsabilidad en las acciones adquiridas, tanto con el intermediario como con el consumidor final del producto a ofertarse.

❖ TRABAJO EN EQUIPO.

Es necesario que exista una gran comunicación entre los empleados y gerente para lograr resolver los problemas tanto de los empleados como de la empresa a tiempo.

6.6.2 VALORES

❖ ÉTICA

Desarrollar todas y cada una de las actividades dentro de la empresa como hacia el cliente, con transparencia y rectitud, siendo justo en cada decisión que se presente.

❖ HONESTIDAD

Desempeñar sus actividades con honestidad, equidad y transparencia en la elaboración del producto y cada uno de los empleados de la misma.

❖ CREATIVIDAD

Los miembros de la empresa pueden colaborar con nuevas ideas, proyectos para beneficio de la empresa.

❖ CALIDAD

En el desempeño administrativo, organizacional ya que esto se refleja en el producto y en la satisfacción del cliente.

❖ PUNTUALIDAD

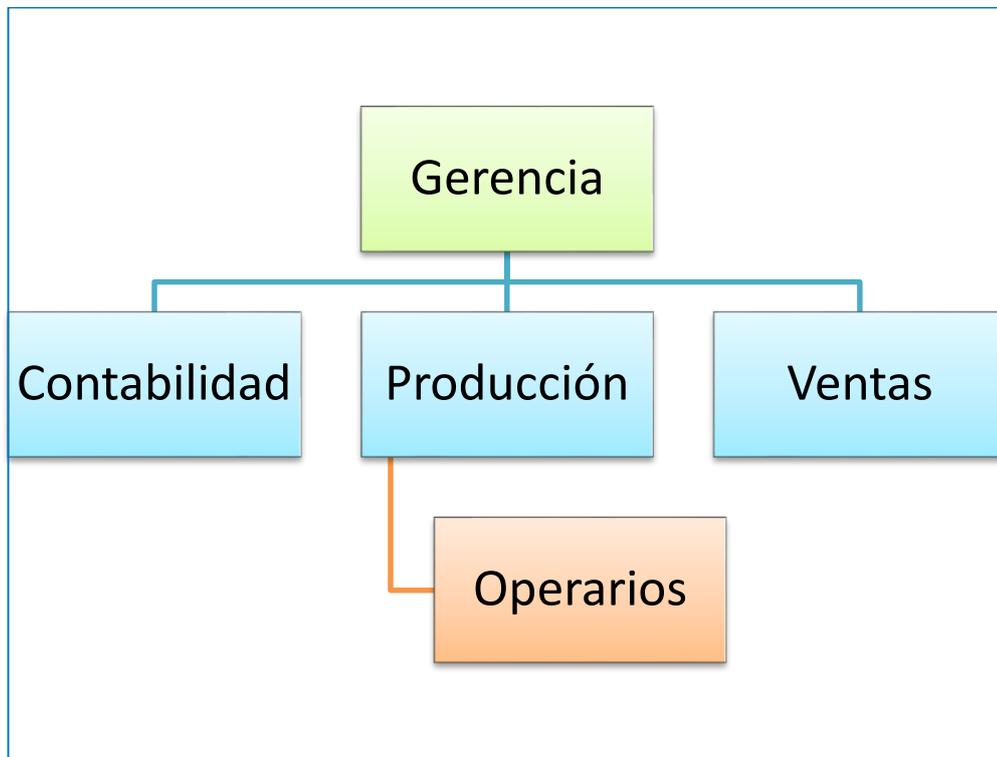
Para que la empresa tenga una buena imagen los empleados deben realizar su trabajo a tiempo, cumpliendo con las programaciones correspondientes.

6.7 ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA EMPRESA

6.7.1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa que refleja en forma esquemática la posición de las áreas que la conforman.

CUADRO N° 53
ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



ELABORACIÓN: La Autora

6.7.2 NIVELES ADMINISTRATIVOS

Los niveles administrativos de la empresa PRODES son:

- ❖ Nivel Ejecutivo
- ❖ Nivel Administrativo
- ❖ Nivel Operativo

✓ NIVEL EJECUTIVO

Este nivel directivo o Ejecutivo está conformado por el Gerente de la empresa, quien es el responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar, la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.

✓ **NIVEL ADMINISTRATIVO**

Este nivel lo comprende el departamento de contabilidad, mismo que se encarga llevar un control de todas las actividades financieras que realiza la empresa.

⊙ **CONTADORA**

Quien se encargará de las acciones administrativas y financieras necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa y el cumplimiento de las actividades de la empresa.

✓ **NIVEL OPERATIVO**

Está conformado por el departamento técnico el que se encargara de la producción y comercialización del producto, garantizando la calidad del producto.

⊙ **JEFE DE PRODUCCIÓN**

Es el responsable de la planificación, organización, ejecución y control del proceso productivo. Cada una de las áreas en relación a las características de las tareas, con su respectivo almacenamiento y conservación del producto.

⊙ **OPERARIO**

Es la persona responsable en transformar la materia prima en el producto terminado, siguiendo las indicaciones del jefe de producción y cumpliendo eficientemente con su trabajo para lograr un producto de calidad.

⊙ **VENDEDOR**

Es el encargado en la venta del producto en el local comercial ubicado en un lugar estratégico en el que existe mucha afluencia de personas para garantizar la venta del producto.

6.7.3 ORGÁNICO FUNCIONAL

Para el correcto funcionamiento de la empresa deberá contar con el orgánico funcional que establece una norma de cumplimiento obligatorio en el cual se detallan los requisitos mínimos de control interno en cada puesto a implantar en la empresa.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL GERENTE

FUNCIONES

- Representar legalmente a la Empresa en forma judicial y extrajudicial
- Encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de los estatutos, reglamento interno de la empresa.
- Orientar y ejecutar la política administrativa, técnica y financiera de la empresa.
- Responsable del éxito o fracaso de la empresa.

PERFIL

- Líder.
- Positivo.
- Capacidad para dirigir empresas.
- Mantener un espíritu emprendedor y dinámico.
- Contar con iniciativa y emprendimiento.
- Creativo y soñador.

COMPETENCIAS

PROFESIONALES

- Tolerancia a la Presión
- Capacidad de planificación y Organización
- Iniciativa e innovación

ESTRUCTURALES

- Amable
- Responsable
- Trabajo en equipo
- Puntual
- Prudencia y Autocontrol

REQUISITOS

- Título en Administración de Empresas y/o carreras a fines
- Tener experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL CONTADORA

FUNCIONES

- Ofrecer un trato cordial, amable y respetuoso al cliente.
- Efectuar los pagos correspondientes al personal que labora en la organización.
- Organizar y actualizar con claridad los inventarios de todos los bienes muebles e inmuebles de la empresa.

- Poseer información básica sobre los productos y precios que oferta la Empresa.
- Facturar los productos a los clientes.
- Adquisición de suministros de oficina con autorización de gerencia.
- Manejar el fondo de caja chica y su respectiva reposición mensual.

PERFIL

- Responsabilidad y cumplimiento de sus actividades
- Demostrar buen trato
- Saber trabajar en equipo
- Capacidad de trabajar bajo presión
- Buena presencia y excelente atención al cliente
- Confidencialidad de la información que se maneja en su trabajo diario

COMPETENCIAS

PROFESIONALES

- Aprendizaje continuo y búsqueda de información
- Tolerancia a la Presión
- Iniciativa
- Innovación

ESTRUCTURALES

- Prudencia y autocontrol.
- Responsable

REQUISITOS

- Título de secretaria.
- Tener experiencia de un año mínimo en cargos similares.
- Conocimientos básicos de contabilidad.
- Conocimientos de idiomas.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL JEFE DE PRODUCCIÓN

FUNCIONES

- Supervisar al personal operativo en las labores diarias.
- Realizar contactos con proveedores para la adquisición de insumos y materias primas.
- Administrar la bodega de materiales e insumos.
- Notificar cualquier anomalía en su área.

PERFIL

- Ingeniero Agroindustrial.
- Responsabilidad y eficiencia en las funciones encomendadas.
- Poseer actitud de trabajo en equipo.
- Tener buena iniciativa de trabajo.

COMPETENCIAS

PROFESIONALES

- Tolerancia a la Presión
- Tener profesionalismo en su trabajo

ESTRUCTURALES

- Responsable
- Eficiente
- Don de mando.
- Tener iniciativa en el trabajo.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL PARA LA PRODUCCIÓN

FUNCIONES

- Realizar las actividades de producción del producto, como es el lavado, el corte, el tratamiento químico, la deshidratación y finalmente el empaçado.
- Estas personas son muy importantes para la microempresa ya que de ellos depende la calidad del producto, es por eso que continuamente se capacitará y motivará a dicho personal.

PERFIL

- Ingeniero Agroindustrial.
- Tener actitud de trabajo en equipo.
- Actitud positiva.
- Buenas relaciones personales.

COMPETENCIAS

PROFESIONALES

- Tolerancia a la Presión
- Tener profesionalismo en su trabajo

ESTRUCTURALES

- Responsable
- Eficiente

REQUISITOS

- Tener experiencia en el manejo de máquinas empacadoras al vacío.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL VENDEDOR

- Almacenar de manera correcta el producto para su venta.
- Verificar que el producto este en buen estado para ser distribuido.

PERFIL

- Poseer actitud de trabajo en equipo
- Tener buena iniciativa de trabajo
- Tener buenas relaciones personales
- Tener conocimiento sobre los productos empacados al vacío

COMPETENCIAS

PROFESIONALES

- Tolerancia a la Presión

- Tener profesionalismo en su trabajo

ESTRUCTURALES

- Responsable
- Eficiente

REQUISITOS

- Tener experiencia en ventas mínimo de 3 años.

6.8 CONTROLES INTERNOS EN LA EMPRESA

6.8.1 CONTROL INTERNO FINANCIERO

- Depositar diariamente las ventas.
- El dinero deberá ser utilizado para el fin que indique la empresa.
- Arqueos periódicos de caja para verificar que las transacciones hechas sean las correctas.
- Hacer un conteo físico de los activos que en realidad existen en la empresa y cotejarlos con los que están registrados en los libros de contabilidad.
- Tener una numeración de los comprobantes de contabilidad en forma consecutiva y de fácil manejo para las personas encargadas de obtener información de estos.
- Analizar si los rendimientos financieros e inversiones hechas están dando los resultados esperados.
- Verificar que se están cumpliendo con todas las normas tanto tributarias, fiscales y civiles.

6.8.2 CONTROL INTERNO DE INVENTARIO

- Conteo físico de los inventarios por lo menos una vez al año.
- Mantenimiento eficiente de compras, recepción y procedimientos de embarque, almacenamiento del inventario para protegerlo contra el robo, daño o descomposición.
- Permitir el acceso al inventario solamente al personal que no tiene acceso a los registros contables.
- Mantener registros de inventarios perpetuos para las mercancías de alto costo unitario.
- Comprar el inventario en cantidades económicas.
- Mantener suficiente inventario disponible para prevenir situaciones de déficit, lo cual conduce a pérdidas en ventas.
- No mantener un inventario almacenado demasiado tiempo, evitando con eso el gasto de tener dinero restringido en artículos innecesarios.

6.9 ANÁLISIS LEGAL

6.9.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Empresa de fresas deshidratadas PRODES.

6.9.2 FIGURA JURÍDICA

Se constituirá como una empresa procesadora y comercializadora de fresas deshidratadas empacadas al vacío.

- **DOMICILIO:**

El domicilio será en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Ciudad Ibarra.

- **OBJETO:**

La empresa se dedicará al procesamiento y comercialización de fresas deshidratadas empacadas al vacío.

- **APERTURA DE CUENTA:**

Se abrirá una cuenta corriente a nombre de la persona interesada en crear la empresa.

- **CONVENIO:**

Se firmará un convenio ante un notario.

6.9.3 REPRESENTANTE LEGAL

Gabriela Alexandra Rodríguez Valles

6.9.4 CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa será unipersonal, es decir no tendrá socios. Por lo que se establecerá como una persona natural obligada a llevar contabilidad.

6.9.5 CAPITAL INICIAL

El capital inicial de la empresa es de 76.287,16 dólares cuyo aporte propio es de 30.514,86 y un crédito de 45.772,30

6.9.6 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Los requisitos para el funcionamiento son los siguientes:

- Registro Único de Contribuyentes
- Patente Municipal que es el permiso obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.
- Permiso sanitario para el funcionamiento

Los requisitos indispensables para la obtención del RÚC son:

- Cédula del representante legal
- Copia del certificado de votación
- Fotocopia del servicio básico en el cual indique la dirección donde se desarrollara la actividad económica

La Patente Municipal es un permiso obligatorio para la ejecución de una actividad económica habitual, esta se la debe obtener dentro de los 30 días siguientes al día final del mes en que se inician las actividades durante enero de cada año, los requisitos son los siguientes:

- Recibos de pago del último impuesto predial
- Copia del RÚC
- Documentos personales del representante legal

El permiso sanitario de funcionamiento es un documento que exige el Municipio para el normal desenvolvimiento de las actividades comerciales, los requisitos son los siguientes:

- Copia de la cédula
- Dos fotografías
- Examen Médico
- Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento
- Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios
- Entrega del informe final
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, el cual tiene vigencia de un año.

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO DE IMPACTOS

Se analizará los posibles impactos que representan efectos y consecuencias positivas y negativas, existentes en la investigación realizada en el proyecto, dentro de los ámbitos: económico, social, empresarial, y ambiental.

El objetivo que tiene este capítulo es efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo, para esto se ha realizado una matriz de valoración, con la cual nos permitirá analizar individualmente a cada impacto para luego concluir con un análisis general. A continuación se presenta una matriz en la que se señala una valoración -3 a 3 que se califica con relación a diferentes criterios como son:

CUADRO N° 54
MATRIZ DE VALORACIÓN

VALORACIÓN	NIVEL DE IMPACTO
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Una vez establecido los niveles de Impacto a cada indicador, se procede a la sumatoria de los valores, esta medición se la realiza en base a una medida ponderada que nos indicará si el resultado es positivo o negativo.

$$\frac{\sum}{N1} = \frac{\text{Sumatoria de indicadores}}{\text{Numero de indicadores}}$$

7.1. MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

CUADRO N° 55
MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Calidad de vida						x		2
Seguridad familiar						x		2
Migración					x			1
Bienestar comunitario						x		2
TOTAL					1	6		7

$$\Sigma = \frac{7}{4}$$

$$= 1,75$$

El resultado del Impacto Social equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

ANÁLISIS:

Con la ejecución del presente proyecto ayudara significativamente a que los productores de fresas como es el caso de los que se encuentran ubicados en la comunidad de Huaycopungo perteneciente al cantón Otavalo crezcan y obtengan mayores ingresos en su comercialización, permitiéndoles tener oportunidades para promover la mejora de su producción y de esta manera mejorar su calidad de vida, de esta manera obtendrán un impacto medio positivo, ya que con la ejecución del proyecto permitirá evitar la migración de los trabajadores fuera del país.

7.2. MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO N° 56
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Oferta de empleo							X	3
Demanda de mano de obra					x			1
Estabilidad económica familiar						x		2
Capacidad de compra						x		2
TOTAL					1	4	3	8

$$\Sigma = \frac{8}{4}$$

$$= 2,00$$

El resultado del Impacto Económico equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

ANÁLISIS:

En el Impacto Económico podemos ver que habrá oferta de empleo obteniendo un impacto alto positivo, ya que la implantación de la nueva unidad económica permitirá aumentar el número de agricultores que deseen formar parte de la misma. Con esto se contribuirá a evitar incremento del desempleo, de la misma manera se reducirán problemas sociales como la delincuencia, drogadicción, alcoholismo, etc., dando como resultado el mejoramiento de la estabilidad económica familiar, pues esta zona tendrá un impacto medio positivo, pues existirá un lugar en

donde se pueda adquirir un producto de acuerdo a las características requeridas por los consumidores.

7.3 MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 57
MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Clima organizacional						X		2
Manejo de recursos						X		2
Gestión de comercialización						X		2
TOTAL						4		6

$$\begin{aligned} \Sigma &= \frac{6}{3} \\ &= 2 \end{aligned}$$

El resultado del Impacto Empresarial equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

ANÁLISIS:

El Impacto Empresarial se pronostica será medio positivo, con relación a aspectos como clima organizacional, en el que se estima tendrá un impacto medio positivo pues existirá buenas relaciones entre las personas que formaran parte del proyecto, en el manejo de recursos se obtendrá un impacto medio positivo porque con un buen manejo de las actividades financieras y comerciales permitirá tener éxito en el desarrollo del proyecto. La gestión de comercialización poseerá un impacto medio positivo pues con las políticas y principios que se establecieron para el

desarrollo de las actividades permitirán alcanzar el éxito al efectuar la comercialización.

7.4 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO N° 58
MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de productos químicos							X	3
Contaminación auditiva						x		2
Conservación y uso racional del suelo					x			1
Polución ambiental						x		2
TOTAL					1	4	3	8

$$\Sigma = \frac{8}{4}$$

$$= 2$$

El resultado del Impacto Ambiental equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

ANÁLISIS:

El Impacto Ambiental es el de mayor importancia en el desarrollo del proyecto pues con el buen manejo que se le dé a este se podrá contribuir con la preservación del medio ambiente, y con la ejecución de este proyecto se obtendrá un impacto medio positivo en lo que hace referencia a polución ambiental porque se evitará que los productores de las fresas

usen excesivos abonos agroquímicos en su siembra, así como también se permitirá conservar el suelo obteniendo un impacto bajo positivo, pues se efectuarán nuevas modalidades de siembra y cosecha, también mejorará el manejo de los productos químicos teniendo un impacto alto positivo porque se reducirán su utilización en el proceso de la siembra de las fresas, en la contaminación Auditiva se estima obtener un impacto medio positivo ya que para la ejecución del proyecto se necesitará maquinaria la misma que minimiza el ruido evitando alguna afectación para las personas.

7.5 MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS

CUADRO N° 59
MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS

IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Social						X		2
Económico						X		2
Empresarial						X		2
Ambiental						X		2
TOTAL						8		8

$$\Sigma = \frac{8}{4}$$

$$= 2$$

ANÁLISIS:

El resultado obtenido en el análisis de impactos nos indica nque con la ejecución de este proyecto se obtendrá como resultado un Impacto medio positivo, pues esta empresa no afecta en ningún sector sino más bien beneficia a la población en general.

CONCLUSIONES

Al haber concluido el presente estudio para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de fresas deshidratadas empacadas al vacío, se llegó a la determinación de las siguientes conclusiones:

- Del análisis del diagnóstico se determinó la situación actual de los productores de la fresa en la comunidad de Huaycopungo en la Parroquia San Pablo cantón Otavalo, donde se conoció la falta de estrategias para la comercialización de sus productos así como también se constató que la producción que se da en la zona abastece de materia prima para la ejecución del proyecto.
- La información bibliográfica fue fundamental para el desarrollo del proyecto, ya que mediante esta se pudieron conocer datos distinguidos, que permitieron conocer más a fondo sobre las fresas deshidratadas y empacadas al vacío.
- En la investigación de campo los resultados obtenidos corrobora que el producto si tiene aceptación, así como también nos permitió conocer que no existe competencia directa, sino de productos similares comercializados, lo que hace atractiva la propuesta de creación de la nueva unidad económica.
- En el estudio técnico se estableció que la Ciudad de Ibarra es un lugar óptimo para la implantación de la empresa, lo cual garantiza una rápida comercialización del producto, pues se encuentra cerca de vías de primer orden, así como también la afluencia de personas es significativa, como también se definió un proceso productivo basado en la eficiencia.
- Del al análisis financiero se establece que la inversión para el proyecto es 76.287,16 dólares, al aplicar los evaluadores financieros confirman la posible factibilidad del proyecto.

- Del estudio organizativo se llegó a concluir que la empresa cuenta con una buena estructuración para su funcionamiento tanto en aspectos legales y administrativos, que ayudaran a desempeñar de manera eficiente sus diferentes funciones.
- Por último se concluye que los posibles impactos que genera el proyecto son positivos, en el ámbito social, económico, empresarial ambiental.

RECOMENDACIONES

- Con la ejecución de la empresa, los agricultores de las fresas pueden satisfacer al consumidor, y lograr que exista mayor demanda, obteniendo así a que el producto sea reconocido a nivel local, y regional.
- Es muy importante que la información se encuentre constantemente en actualización, pues es necesaria para mejorar el proyecto y poder conocer y utilizar nuevas tecnologías de producción y mejoramiento del producto.
- Para atraer más al mercado se lo puede hacer utilizando un producto de excelente calidad, planteando un plan de estrategias de comercialización acorde a las expectativas de los consumidores finales.
- Aprovechar la ubicación estratégica que la empresa tendrá para efectuar la comercialización del producto misma que se llevara a cabo en la ciudad de Ibarra, en el mercado amazonas siendo un lugar de mucha afluencia de personas.
- Se sugiere implantar el proyecto ya que los resultados del análisis financiero confirman su factibilidad potencial, por lo tanto las inversiones tendrán rentabilidad.
- Es importante que dentro de la empresa se lleve un control de las actividades que se han designado a cada uno de los trabajadores, pues del correcto desempeño de sus funciones depende e éxito o fracaso de la misma.

- Estar siempre en alerta por posibles afectaciones que puedan surgir por la implementación del proyecto, para aplicar los posibles planes de contingencia.

BIBLIOGRAFÍA:

- ANZOLA, S. (2010) “Administración de pequeñas empresas” México: McGrawhill
- BACA URBINA, Gabriel. (2006) “Evaluación de Proyectos”. Quinta Edición Mac Graw Hill, México
- BRAVO, Mercedes (2007) “Contabilidad General”, Séptima Edición, Editorial Nuevo Día.
- CHARLES W. Lamb, (2006), “Marketing”; Editorial Thomson, Octava Edición. México.
- CÓRDOBA, Marcial (2006). “Formulación y Evaluación de Proyectos”; Bogotá: ECOE.
- CÓRDOBA, Marcial (2011). “Formulación y Evaluación de Proyectos”; Bogotá: ECOE.
- D’ALESSIO, Fernando (2008) “ Administración de empresas” Editorial Season
- FIERRO, Ángel (2011). “Contabilidad General”. Bogotá: ECOE.
- FLORES Uribe, Juan Antonio (2007), “Proyectos de Inversión para Pymes”; Editorial Ecoe. Ediciones.
- FONTAINE R. Ernesto, (2008) Evaluación Social de Proyectos
- KOMIYA, Raúl (2004) “Marketing para Pymes”; Primera Edición; Editorial Palomino, Perú.
- KOTLER, Philip y Armstrong Gary (2007). “Fundamentos de Marketing”; 7ma Edición. México.
- KOTLER, Philip y Armstrong Gary (2008). “Fundamentos de Marketing”; 8va Edición. México.

- NÚÑEZ Z. Rafael (2007), “Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión”; Primera Edición; Editorial Trillos. México.
- SAPAG, Nassir Chain, (2008), “Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación “Primera Edición, Pearson Prentice Hall México.
- TENNET, J. (2010), “Gestión Financiera”; Primera Edición; Editorial “Ediecuatorial”; Quito- Ecuador.
- SARMIENTO, Rubén; (2010); “Contabilidad General“; Ecuador.
- ZAPATA, Pedro, (2004) “Contabilidad General”, Cuarta Edición Mc Graw Hill.

LINOGRAFÍA:

- <http://www.quiminet.com/articulos/maquinas-para-empacar-alimentos-al-alto-vacio-17121.htm>
- <http://www.envapack.com/221/>
- http://www.quiminet.com/ar8/ar_hgsAvcdbcbu-maquinas-para-empaque-de-alimentos-al-alto-vacio.htm
- <http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-emorasas-administracion-empradas.shtml>
- <http://www.monpgrafias.com/trabajos5/contab.shtml>
- www.monografias.com/AdministracionyFinanzas/Contabilidad
- www.monografias.com/trabajos/mercado
- <http://www.foromarketing.com>
- www.marketing-xxi.com/estrategias-de-marketing

ANEXOS

ANEXO #1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE LA CIUDAD DE IBARRA

OBJETIVO:

La presente encuesta pretende determinar la demanda existente para una empresa de fresas deshidratadas empacadas al vacío en la ciudad de Ibarra, para establecer las necesidades como los gustos y preferencias que desearían tener.

INSTRUCCIONES:

- Lea con atención cada pregunta antes de contestar.
- Marque con una X según cual sea su respuesta.

DATOS PERSONALES:

a. Edad

0 a 20 () 21 a 35 () 36 a 40 () 41 a 50 () más de 50 años ()

b. Genero

Masculino () Femenino ()

c. Ocupación

Estudiante () Profesional () Comerciante ()

Quehaceres domésticos ()

Otros ()

CUESTIONARIO

1. ¿Consumes fresas?

Mucho () Poco () Nada ()

2. ¿Con qué frecuencia consumes fresas?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

9. ¿Cómo le gustaría que se comercialice los productos de esta nueva unidad productiva?

Venta personalizada ()

Venta en supermercados ()

Venta en tiendas ()

Otros ()

Cual.....

.....

10. ¿Dónde le gustaría que este ubicada esta nueva empresa?

a. Cerca al mercado Amazonas ()

b. En la Avda. Atahualpa ()

c. Otro lugar ()

Donde.....

.....

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto de fresas deshidratadas empacadas al vacío?

De 1 a 3 () de 4 a 6 () más de 6 ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO #2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES DE PRODUCTORES DE FRESAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

OBJETIVO:

La presente entrevista busca la recopilación de información sobre la demanda existente en la adquisición de chocolates en la ciudad de Ibarra.

CUESTIONARIO

- 3 ¿Qué tipo de fresas ofrece al mercado?
- 4 Aproximadamente ¿Qué cantidad produce al mes?
- 5 ¿Qué tipo de fresas tienen más aceptación en el mercado?
- 6 ¿Qué mano de obra utiliza para la producción de fresas?
- 7 ¿qué tipo de maquinaria utiliza para su producción?
- 8 ¿Cómo prepara el suelo para la producción?
- 9 ¿Cuál es aproximadamente la rentabilidad que obtiene en la producción de fresas?
- 10 ¿utiliza algún sistema contable en su producción?
- 11 ¿Cuál es su opinión acerca de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de fresas deshidratadas?
- 12 ¿Qué aconsejaría a esta empresa para que pueda posicionarse en el mercado?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO #3

FRESAS DESHIDRATADAS

