



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SEMILLAS DE CALABAZA, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Previo a la Obtención del Título de Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría - CPA

AUTORAS:

Benalcázar González Cristina

Farinango Iñaquiza Tamia

DIRECTOR: Ing. Víctor Zea Zamora Mcs.

Ibarra, diciembre 2013

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como finalidad detallar, analizar e interpretar de manera clara el desarrollo de cada paso del proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de semillas de calabaza, en la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura. Principalmente se realiza un diagnóstico situacional de la zona andina de Cotacachi, estableciendo aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, así también se analiza todos los aspectos que encierra el presente proyecto para tener una visión más clara de la actividad empresarial; mediante el marco teórico se fortalece los conocimientos que aborda el tema central con la investigación bibliográfica de conceptos y aporte personal de cada uno de ellos. Posteriormente se realiza el estudio de mercado que determina la oferta, demanda, precio y estrategias de marketing, y la identificación del mercado meta. El desarrollo de un estudio técnico clarifica aspectos locacionales e ingeniería del proyecto, pretendidas para la ejecución del mismo; consecuentemente la realización del estudio económico y financiero establece la viabilidad y sustentabilidad del proyecto. Inmediatamente se determina la estructura administrativa y funcional de la empresa y los aspectos legales de constitución para el funcionamiento de la organización. Finalmente se analiza los impactos económico, social, empresarial y ambiental, que generará la empresa puesta en marcha; con los aspectos mencionados anteriormente se justifica la necesidad de arrancar el proyecto.

SUMMARY

The present investigation has as a finality to detail, to analyze and to interpret in a clear way the development of every step of the project of practicality for the creation of a company of production and commercialization of seeds of pumpkin, in the city of Cotacachi, province of Imbabura. Principally there is realized a situational diagnosis of the Andean zone of Cotacachi, establishing allies, opponents, opportunities and risks, this way also there are analyzed all the aspects that the present project shuts up to have a clearer vision of the managerial activity; by means of the theoretical frame strengthens the knowledge that tackles the central subject with the bibliographic investigation of concepts and personal contribution of each one of them. Later there is realized the market research that determines the offer, demand, price and strategies of marketing, and the identification of the market puts. The development of a technical study clarifies locational and engineering aspects of the project, called for the implementation of the same; consequently the realization of the economic and financial study establishes the roads and sustainability of the project. Immediately there decides the administrative and functional structure of the company and the legal aspects of constitution for the operation of the organization. Finally there are analyzed the economic, social, managerial and environmental impacts, which the company will generate starting; mentioned previously there apologizes to the aspects the need to start the project.

AUTORÍA

Nosotras, Mirian Cristina Benalcázar González y Tamia Soledad Farinango Iñaquiza, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SEMILLAS DE CALABAZA, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA", que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han aceptado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyan en este documento.

En Quito, a los 8 días del mes de dicembre

Srta. Cristina Benalcázar G.
C.C.: 100323387-9

Srta. Tamia Farinango I.
C.C.: 100350780-1

Ing. Com. Víctor Zea Zamora Msc.
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

CERTIFICACIÓN TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Miriam Benalcázar González Mirian Cristina y Farinango Iñaquiza Tamia

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por las señoritas Mirian Cristina Benalcázar González y Tamia Soledad Farinango Iñaquiza, para optar por el título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría - C.P.A., cuyo tema es: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SEMILLAS DE CALABAZA, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA"**. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 6 días del mes de diciembre del 2013

En concordancia suscribo este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte

Ing. Com. Víctor Zea Zamora Mcs.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

Srta. Cristina Benalcázar G.
C.C.: 100323387-6

Srta. Tamia Farinango I.
C.C.: 100350780-1

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

Nosotros, Benalcázar González Mirian Cristina y Farinango Iñaquiza Tamia Soledad, con cédula de ciudadanía No. 100323387-9 y 100350780-1 respectivamente, manifestamos nuestra 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 autoras del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SEMILLAS DE CALABAZA, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscrita este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 6 días del mes de diciembre del 2013

DIRECCIÓN:	Cristina Benalcázar González Mirian Cristina Farinango Iñaquiza Tamia Soledad Ciudadela del Consejo Provincial -Vía el Tejar- Cotacachi, Finca Calle Bolívar- Sector Para	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SEMILLAS DE CALABAZA, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA	
AUTORAS:	Benalcázar González Mirian Cristina Farinango Iñaquiza Tamia Soledad	
FECHA:	06 de diciembre 2013	
SOLICITANTE:		
PROGRAMA:	PREGRADO	
TÍTULO QUE OBTIENE:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.	
C.C.:	100323387-9	100350780-1



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	100323387-9 y 100350780-1
APELLIDOS Y NOMBRES:	Benalcázar González Mirian Cristina Farinango Iñaquiza Tamia Soledad
DIRECCIÓN:	Ciudadela del Consejo Provincial -Vía el Tejar Cotacachi, Final Calle Bolívar- Sector Piava
E -MAIL:	cris_benalcazar@hotmail.es tamysol_tsfi23@hotmail.com
TELÉFONO:	0988309091 y 0993049271
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SEMILLAS DE CALABAZA, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.
AUTORAS	Benalcázar Cristina - Farinango Tamia
FECHA	06, diciembre 2013
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A.
DIRECTOR:	ING. VÍCTOR ZEA ZAMORA MCS.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotros, BENALCÁZAR GONZALEZ MIRIAN CRISTINA Y FARINANGO IÑAQUIZA TAMIA SOLEDAD, con cédula de ciudadanía No. 100323387-9 y 100350780-1 respectivamente, en calidad de autoras de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material como apoyo a la educación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 144.

3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 6 días del mes de diciembre del 2013

LAS AUTORAS

ACEPTACIÓN



Cristina Benalcázar G.
C.C.: 100323387-9

Tamia Farinango I.
C.C.: 100350780-1

Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario.

DEDICATORIA

Cristina

El logro de este gran sueño lo dedico con mucho amor a Dios, en especial a mi padre Gonzalo Benalcázar que desde el cielo guía cada uno de mis pasos, a mi madre Piedad González que con su amor y sacrificio ha hecho de mí una persona de bien. A mis hermanas, hermanos y a todas las personas por el apoyo incondicional que me han brindado para culminar con el presente trabajo.

Tamia

A mi hija Sami Killary por quien cada día tiene sentido el testigo silencioso de mis luchas cotidianas en busca de un mejor futuro, a ella, mi esperanza, mi alegría, mi vida y la culminación de este trabajo y lo que representa. A mis padres, el pilar fundamental que me sostiene, el apoyo incondicional y el consejo sabio y oportuno, a ellos dedico cada día de esfuerzo para lograr lo que hoy soy y ofrezco.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por estar con nosotros en cada paso que damos, por fortalecer nuestro corazón e iluminar nuestra mente.

A nuestros padres por su amor, por su entrega incondicional, por su apoyo en todo sentido para la consecución de nuestros más grandes sueños.

A la gloriosa Universidad Técnica del Norte, templo del saber por permitirnos realizar los estudios profesionales, a través de la Modalidad Presencial.

A nuestros catedráticos, en especial al Ing. Víctor Zea Asesor de Trabajo de Grado quien estuvo guiándonos académicamente con su experiencia y profesionalismo.

Finalmente agradecemos a todas las personas que de una u otra manera colaboraron a la culminación de este trabajo.

Cristina y Tamia

PRESENTACIÓN

El presente trabajo es desarrollado para demostrar la factibilidad de la “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SEMILLAS DE CALABAZA, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”, el mismo que consta de siete capítulos expuestos de la siguiente manera:

En el Capítulo I, se realizó un diagnóstico situacional, detallando información sobre la ciudad de Cotacachi, permitiendo establecer las circunstancias actuales de la producción y comercialización de las semillas de calabaza, de esta manera se determinó la necesidad de emprender este proyecto, que pueda proporcionar fuentes de trabajo y por ende el mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad.

El Capítulo II, que se refiere al marco teórico, es un detalle minucioso de los fundamentos teóricos y científicos basados en libros, páginas web y publicaciones que aportaron al proyecto de investigación, los mismos que han facilitado la comprensión del presente estudio para llevar adelante la actividad empresarial.

En el Capítulo III, se realizó un estudio de mercado, en el que a través de encuestas, entrevistas y datos de fuentes de entidades gubernamentales se analizó la oferta, demanda y precios de la competencia existentes en el área de estudio.

En el Capítulo IV, se puntualiza el estudio técnico del proyecto que tiene un papel importante en la elaboración de esta investigación, ya que se ha logrado determinar aspectos como localización y tamaño del proyecto, tecnología y equipos, distribución de la planta, procesos productivos; y elaborar el presupuesto técnico que es la base para el desarrollo del siguiente capítulo.

El Capítulo V, está orientado a realizar un estudio económico y financiero del proyecto, en el cual se detalla la proyección a cinco años del nivel de ingresos y egresos que se generará, también se logra establecer la utilidad del proyecto, y con la aplicación de criterios de evaluación financiera se ha logrado establecer la factibilidad de este proyecto.

En el Capítulo VI, se determina la estructura administrativa y funcional, aspectos legales de constitución de la empresa, su misión y visión, sus objetivos organizacionales, su orgánico estructural y funcional permitiendo determinar las funciones y las políticas para el normal funcionamiento de la empresa propuesta.

Finalmente se concluye este trabajo con el Capítulo VII que es un análisis de los impactos que va a generar la ejecución del presente proyecto, se ha considerado impactos en los campos social, económico, empresarial y ambiental, con el único afán de establecer el impacto general que tendrá en la ciudad de Cotacachi.

ÍNDICE GENERAL

Contenidos	Página
RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY.....	iii
AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO¡Error! Marcador no defini	
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA	
UNIVERSIDAD	vi
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxii
ÍNDICE DE CUADROS	xxii
INTRODUCCIÓN	26
CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	30
Antecedentes	30
Situación Actual	31
Prospectiva	31
Objetivos Diagnósticos.....	32
Objetivos General	32
Objetivos Específicos.....	32
Variables diagnósticas e indicadores	32
Aspecto Socioeconómico.....	32
Producción	33
Comercialización.....	33
Matriz de Relación Diagnóstica.....	34
Fuentes de información.....	35
Análisis de variables diagnósticas	35
Aspecto Socioeconómico.....	35
Datos Históricos.....	35
Aspectos Geográficos.....	36
Organización Territorial.....	37

Actividades económicas.....	40
Producción	41
Zonas de producción	41
Volumen de producción	42
Mano de Obra	43
Comercialización.....	44
Formas de Comercialización.....	44
Diagnóstico Externo.....	45
Construcción de la matriz AOOD	45
Cruces Estratégicos.....	46
Identificación de la oportunidad de inversión	47
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	49
La empresa	49
Características de la empresa	49
Elementos de la empresa	50
Tipos de empresa	51
Finalidades de la empresa.....	53
Calabazas.....	53
Variedades de calabazas.....	55
Cucúrbita pepo	55
Cucúrbita maxima	55
Cucúrbita moschata.....	56
Cucurbita argyrosperma.....	57
Cucurbita ficifolia.....	57
Sambo (Cucúrbita ficifolia) y Zapallo (Cucúrbita maxima)	58
Manejo de cultivos de sambos y zapallos.....	60
Semillas de calabaza	61
Composición química de las semillas de calabaza	62
Propiedades alimenticias de las semillas de calabaza	62
Beneficios medicinales de las semillas de calabaza.....	63
Fundamentos de mercadotecnia.....	64
Mercado	64
Segmento de mercado.....	64
Mercado meta	65
Oferta	65
Demanda	66
Producto	66

Precio	67
Promoción	68
Publicidad	68
Canales de distribución.....	69
Comercialización.....	70
Fundamentos del estudio técnico	70
Localización del proyecto.....	70
Macrolocalización	70
Microlocalización.....	71
Tamaño del proyecto	71
Ingeniería del proyecto	71
Procesos	71
Flujogramas de procesos.....	72
Inversión fija	72
Capital de trabajo	72
Inversión diferida.....	73
Fundamentos económicos y financieros	73
Contabilidad.....	73
Importancia de la contabilidad	74
Objetivos de la contabilidad	74
Inversión	74
Ingresos	75
Costos	75
Gastos	76
Estados financieros.....	76
Balance General	76
Estado de Resultados.....	77
Flujo de caja	77
Evaluación financiera.....	77
Valor actual neto – VAN.....	78
Tasa interna de retorno – TIR.....	79
Tasa de rendimiento beneficio- costo	81
Periodo de recuperación de la inversión	81
Punto de equilibrio	81
Fundamentos administrativos	82
Administración	82
Niveles administrativos	82
Nivel directivo	82
Nivel ejecutivo	83

Nivel asesor	83
Nivel auxiliar o de apoyo.....	83
Misión	84
Visión	84
Organigrama	85
Normas INEN.....	85
Registro sanitario.....	86
Normas de calidad ISO.....	87
CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO	88
Presentación.....	88
Objetivos del estudio de mercado.....	89
Objetivo general.....	89
Objetivos específicos.....	89
Variables e indicadores del estudio de mercado.....	89
Matriz del Estudio de Mercado.....	91
Población y Muestra	92
Población proyectada	92
Cálculo de Muestra	93
Análisis e interpretación de los resultados.....	95
Encuestas realizadas a los consumidores (anexo 2)	95
Encuestas realizadas a los negocios (anexo 3)	106
Entrevista realizada a los comerciantes indirectos de pepas de sambo y zapallo del mercado Jatuk Cem- Cotacachi.....	113
Mercado meta	115
Análisis y proyección de la demanda.....	115
Análisis y proyección de la oferta.....	117
Balance oferta – demanda	119
Pronóstico de ventas	119
Análisis de precios	121
Identificación del producto	121
Producto a ofertar	121
Presentación del Producto	122
Diseño de la etiqueta	123
Estrategias de marketing	124
Sistema de comercialización.....	124
Estrategia de precios	125
Estrategias de promoción y publicidad	125

Conclusiones del estudio	128
CAPÍTULO IV. ESTUDIO TÉCNICO.....	129
Presentación	129
Localización del proyecto.....	129
Macrolocalización del proyecto	129
Microlocalización del Proyecto.....	129
Costo y disponibilidad de infraestructura	131
Servicios básicos	131
Disponibilidad de Mano de Obra.....	131
Cercanía de las fuentes de abastecimiento de Materia Prima	132
Cercanía al Mercado.....	132
Tamaño del proyecto	132
Tamaño del Mercado	132
Tecnología y Equipos	133
Disponibilidad de Recursos Financieros	133
Disponibilidad de materia prima e insumos.....	134
Organización.....	134
Capacidad Instalada del Proyecto	135
Ingeniería del proyecto	136
Procesos productivos.....	136
Compra de Materia Prima	136
Elaboración de la presentación semillas de calabaza naturales	136
Elaboración de la presentación semillas de calabaza tostadas saladas	136
Flujogramas de los procesos productivos	138
Flujograma proceso de compra de materia prima.....	138
Flujograma proceso de elaboración presentación semillas de calabaza naturales	139
Flujograma proceso de elaboración presentación semillas de calabaza tostadas saladas	140
Proceso de venta del producto	141
Flujograma del proceso de venta.....	142
Distribución de la planta.....	143
Presupuesto técnico	144
Inversión fija.....	144
Mobiliaria y Equipos.....	144
Muebles y Enseres	145
Equipos de Computación.....	145

Equipo de Oficina.....	146
Vehículo	146
Resumen Inversión Fija	147
Inversión diferida.....	147
Capital de trabajo	148
Materia prima directa	148
Mano de obra directa	148
Costos indirectos de producción	149
Gastos administrativos.....	149
Gastos de ventas	150
Resumen Capital de Trabajo	151
Inversión total de proyecto	151
Financiamiento.....	151
Talento humano	152
CAPÍTULO V. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	153
Presupuesto de ingresos	153
Proyección volumen de producción	153
Precios proyectados	153
Presupuesto de ingresos	154
Presupuesto de costos y gastos	155
Costos de producción	155
Materia Prima Directa	155
Mano de Obra Directa.....	156
Materia Prima Indirecta.....	157
Otros costos indirectos.....	157
Total costos indirectos de producción.....	158
Gastos administrativos.....	158
Remuneraciones administrativas	158
Suministros de Oficina	159
Otros Gastos Administrativos.....	159
Total Gastos Administrativos	160
Gastos en Ventas	160
Remuneración a Personal de Ventas	160
Otros Gastos en Ventas.....	161
Total Gastos en Ventas.....	161
Tabla de amortización del préstamo	162
Depreciación de activos fijos.....	163

Amortización Gastos de Constitución	164
Balance de Arranque al año cero.....	164
Estado de Resultados Proyectado.....	165
Flujo de Caja Proyectado.....	166
Evaluación Financiera.....	167
Costo de oportunidad.....	167
Cálculo del valor actual neto (VAN)	167
Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)	169
Relación Beneficio- Costo.....	171
Tasa de Rendimiento Beneficio- Costo.....	172
Punto de Equilibrio.....	172
Período de recuperación de la inversión.....	173
CAPITULO VI ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA	174
Análisis interno de la empresa	174
Nombre de la empresa.....	174
Logotipo de la empresa	174
Razón social	175
Misión	175
Visión	175
Objetivos Organizacionales	176
Políticas de la empresa.....	176
Principios y valores corporativos.....	177
Organización estructural y funcional de la empresa	178
Organigrama estructural	178
Niveles administrativos	179
Manual de funciones.....	180
Aspecto Legal de la empresa.....	189
Marco legal	189
Requisitos para constituir una compañía de responsabilidad limitada	191
Requisitos para obtener la patente municipal	194
Requisitos permiso de cuerpo de bomberos.....	194
Requisitos para obtener permiso de funcionamiento del MSP.....	195
Aspecto fiscal de la empresa	196
Aspecto laboral de la empresa.....	196
Seguridad industrial	196
Reglas para una buena seguridad industrial.....	197
Áreas en las que se debe aplicar la seguridad industrial	197

Normas de seguridad industrial	198
CAPÍTULO VII. ANÁLISIS DE IMPACTOS	199
Impacto Económico	200
Impacto Social	201
Impacto Empresarial	202
Impacto Ambiental	203
Impacto General	204
CONCLUSIONES	205
RECOMENDACIONES	207
BIBLIOGRAFÍA	208
ANEXOS	212

ÍNDICE DE FIGURAS

Título de la figura	Página
Figura N° 1. Ubicación geográfica de Cotacachi.....	36
Figura N° 2. Cucúrbita pepo.....	55
Figura N° 3. Cucúrbita maxima	56
Figura N° 4. Cucúrbita moschata	57
Figura N° 5. Cucúrbita argyrosperma	57
Figura N° 6. Cucúrbita ficifolia.....	58
Figura N° 7. Semillas de calabaza	61
Figura N° 8. Canales de distribución.....	69
Figura N° 9. Etiqueta semillas de calabaza naturales.....	123
Figura N° 10. Etiqueta semillas de calabaza tostadas y saladas	124
Figura N° 11. Sistema de comercialización.....	125
Figura N° 12. Publicidad	126
Figura N° 13. Diseño página web	127
Figura N° 14. Croquis del proyecto	130

ÍNDICE DE CUADROS

Título del cuadro	Página
Cuadro N° 1. División territorial de Cotacachi	37
Cuadro N° 2. División por parroquias y comunidades.....	38
Cuadro N° 3. Población de Cotacachi.....	39
Cuadro N° 4. Población Económicamente Activa de Cotacachi	39
Cuadro N° 5. Superficie sembrada de sambo y zapallo en el Ecuador.....	41
Cuadro N° 6. Producción de calabazas por agricultores de las comunidades de Cotacachi	42
Cuadro N° 7. Producción de semillas de calabaza en Cotacachi	43
Cuadro N° 8. Composición química	62
Cuadro N° 9. Hábito de consumo de las semillas de calabaza	95
Cuadro N° 10. Conocimiento de los beneficios de las semillas de calabaza	96
Cuadro N° 11. Forma de consumo de las semillas de calabaza	97
Cuadro N° 12. Preferencia de las presentaciones del producto.....	98
Cuadro N° 13. Precio de las semillas naturales 40 gramos	99
Cuadro N°14. Precio de las semillas tostadas saladas 20 gramos	100
Cuadro N° 15. Cantidad de consumo de las semillas de calabaza.....	101
Cuadro N° 17. Lugar de compra	103
Cuadro N° 18. Preferencia del medio publicitario	104
Cuadro N° 19. Género	105
Cuadro N° 20. Edad.....	105
Cuadro N° 21. Comercialización del maní	106
Cuadro N° 22. Venta semanal de maní.....	107
Cuadro N° 23. Precio de maní 20 g	108
Cuadro N° 24. Aceptación para comercializar semillas de calabaza	109
Cuadro N° 25. Compra semanal de semillas de calabaza	110
Cuadro N° 26. Precio semillas naturales 40 g.....	111
Cuadro N° 27. Precio semillas tostadas 20 g.....	111

Cuadro N° 28. Disposición a adquirir el producto a nuestra empresa.....	112
Cuadro N° 29. Demanda actual por gramos	116
Cuadro N° 30. Población proyectada por familias.....	116
Cuadro N° 31. Demanda proyectada por gramos	117
Cuadro N° 32. Oferta histórica	118
Cuadro N° 33. Oferta proyectada en gramos.....	118
Cuadro N° 34. Balance oferta – demanda en gramos	119
Cuadro N° 35. Pronóstico de ventas en gramos	119
Cuadro N° 36. Pronóstico de ventas por producto.....	120
Cuadro N° 37. Análisis y determinación de precios	121
Cuadro N° 38. Tamaño y capacidad instalada.....	135
Cuadro N° 39. Distribución de la planta	143
Cuadro N° 40. Mobiliario y equipos.....	144
Cuadro N° 41. Muebles y enseres	145
Cuadro N° 42. Equipo de computación	145
Cuadro N° 43. Equipo de oficina.....	146
Cuadro N° 44. Vehículo	146
Cuadro N° 45. Inversión fija	147
Cuadro N° 46. Gastos de Constitución	147
Cuadro N° 47. Materia prima directa.....	148
Cuadro N° 48. Mano de obra directa.....	148
Cuadro N° 49. Costos indirectos de producción	149
Cuadro N° 50. Remuneraciones Administrativas	149
Cuadro N° 51. Gastos Administrativos.....	149
Cuadro N° 52. Remuneración personal de ventas	150
Cuadro N° 53. Gasto de Ventas.....	150
Cuadro N° 54. Capital de trabajo	151
Cuadro N° 55. Inversión total	151
Cuadro N° 56. Financiamiento	152
Cuadro N° 57. Personal administrativo y operativo.....	152

Cuadro N° 58. Volumen de producción.....	153
Cuadro N° 59. Precios proyectados.....	154
Cuadro N° 60. Presupuesto de ingresos.....	154
Cuadro N° 61. Cantidad requerida de materia prima para la producción....	155
Cuadro N° 62. Materia prima directa.....	155
Cuadro N° 63. Mano de obra directa	156
Cuadro N° 64. Materia prima indirecta.....	157
Cuadro N° 65. Costos indirectos de producción	157
Cuadro N° 66. Resumen costos indirectos de producción.....	158
Cuadro N° 67. Remuneraciones al personal administrativo.....	158
Cuadro N° 68. Suministros de oficina	159
Cuadro N° 69. Otros gastos administrativos	159
Cuadro N° 70. Total gastos administrativos.....	160
Cuadro N° 71. Remuneración personal de ventas.....	160
Cuadro N° 72. Otros gastos en ventas	161
Cuadro N° 73. Total gastos en ventas	161
Cuadro N° 74. Tabla de amortización del préstamo	162
Cuadro N° 75. Gastos financieros.....	163
Cuadro N° 76. Abonos de capital.....	163
Cuadro N° 77. Depreciación activos fijos.....	163
Cuadro N° 78. Amortización gastos de constitución	164
Cuadro N° 79. Cálculo de la tasa de redescuento	167
Cuadro N° 80. Cálculo valor actual neto	168
Cuadro N° 81. Van con tasa inferior	169
Cuadro N° 82. Van con tasa superior	169
Cuadro N° 83. Relación beneficio- costo	171
Cuadro N° 84. Punto de equilibrio.....	172
Cuadro N° 85. Nómina de socios.....	189
Cuadro N° 86. Tabla de valoración de impactos.....	199
Cuadro N° 87. Impacto económico	200

Cuadro N° 88. Impacto social	201
Cuadro N° 89. Impacto empresarial	202
Cuadro N° 90. Impacto ambiental	203
Cuadro N° 91. Impacto general.....	204

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad desarrollar el trabajo de grado titulado: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de semillas de calabaza, en la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura”.

Antecedentes

En la provincia de Imbabura, ubicada en la zona norte de Ecuador se encuentra Cotacachi, el cantón más extenso, quien además de ser denominada “cantón ecológico” por la combinación de elementos naturales, culturales y sobre todo artesanales, es una ciudad rica en tierras, en la que la gente campesina e indígena ha implementado técnicas agrícolas para la conservación y uso sostenible de la agro-biodiversidad y seguridad alimentaria.

El aparecimiento de las semillas de calabazas data de hace muchos años atrás y fueron obtenidos alrededor del mundo con la finalidad de aprovechar los beneficios nutricionales que presentaban las semillas oleaginosas. La utilización tradicional de las pepas de calabaza existente en el sector por el modelo de cultivos que se utiliza es de autoconsumo y de producción familiar, característica que le convierte a la agricultura poco extractiva y competitiva dada por el poco interés a la organización empresarial.

Hoy en día, a nivel mundial se pretende aprovechar todo tipo de semillas, entre ellas, las de sambo y zapallo, ya que poseen propiedades nutricionales y curativas. En el Ecuador existen pocos estudios realizados sobre la extracción de estas semillas, pese a que se cuenta con ambos frutos.

El aprovechamiento de dichas semillas enmarcado al campo empresarial convertirá a la agricultura tradicional en uno de los factores de avance técnico y agrícola, puesto que su utilización contribuirá a disminuir el desperdicio y aumentar la producción de calabazas, en especial a las especies *cucúrbita ficifolia* y *cucúrbita maxima*, dándole así un mejor uso para la salud alimentaria en sus diferentes presentaciones, desde su consumo directo, como también dándole un valor agregado, para que éste satisfaga los diferentes gustos de la población.

De esta manera, la creación de una empresa de producción y comercialización de semillas de calabaza fortalecerá y fomentará los hábitos de consumo que han sido olvidados por la sociedad, sin importar su gran aportación en la medicina tradicional y sus componentes nutricionales.

Justificación

El presente proyecto es de mucha importancia, ya que además de tratarse de un tema de desarrollo de emprendimiento; tiene un aporte significativo a la salud alimentaria que se basa en el rescate de alimentos tradicionales; y por tanto contribuye directamente a la especialización académica y por ende a la economía familiar y global del país.

En la actualidad, el mercado es dinámico y competitivo, cada vez más se tecnifica las labores diarias por la implementación de la tecnología, que ha remplazado la mano de obra por maquinarias de punta y así los ingresos de las familias han tenido una tendencia a decaer, es decir cada día se vuelven más escasas las posibilidades de tener trabajo para una inclusión laboral, por lo que es viable la creación de una empresa productora y comercializadora de semillas de calabaza como una alternativa a la solución de una parte del problema, ya que brindará empleo y estabilidad laboral a las familias a nivel rural y comunitario.

La creación de este tipo de empresa contribuirá a la generación de ingresos y rentabilidad, que beneficiará a los propietarios, a las familias que trabajen en ella y por ende al desarrollo productivo y comercial del cantón Cotacachi. De igual forma esta direccionada con atender los gustos y preferencias de un determinado segmento de mercado.

Por otra parte cabe recalcar que este proyecto contiene dos aspectos de interés, establecer y crear estrategias de desarrollo y uso sostenible de la agro biodiversidad para la seguridad alimentaria, centro de una tradición milenaria y el otro aspecto en crear una empresa productora y comercializadora técnicamente diseñada acorde a las modernas tendencias de estructura administrativa y con el debido respaldo de un control contable – financiero adecuado, por lo tanto la originalidad de la idea es obvia y visionaria ya que ofrece un beneficio socioeconómico del sector, área donde se desarrollará el emprendimiento.

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de semillas de calabaza, en la ciudad de Cotacachi, provincia Imbabura.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional con el fin de determinar las características del entorno social y situación económica del mismo.
- Estructurar un marco teórico que sustente la formulación del estudio de factibilidad.
- Efectuar un estudio de mercado que determine los niveles de oferta y demanda e identifique las 4Ps.
- Realizar un estudio técnico e ingeniería del proyecto para determinar las capacidades operativas del proyecto.
- Elaborar un análisis económico financiero para establecer la factibilidad del proyecto.
- Diseñar un estudio de la propuesta estratégica de la organización de la empresa.
- Conocer la influencia de los posibles impactos que generará el presente proyecto.

CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

La provincia de Imbabura, caracterizada por ser una zona de producción agrícola a gran escala, es centro de cultivos de productos andinos que fortalecen la alimentación y comercio de sus comunidades.

Cotacachi, uno de los cantones de Imbabura, forma parte esencial en el rescate de la producción de ciertos frutos andinos, tal es así el cultivo del sambo y zapallo y de la extracción de sus semillas; las prácticas agrícolas tradicionales y sus diversas formas de producción (monocultivos y/o asociados) han sido salvados de su extinción, gracias a la utilización en ambientes, tales como la etnomedicina, jardines botánicos, bancos de germoplasma del INIAP (Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias), costumbres culinarias y el agroturismo, mismas que son contemplados para mejorar la subsistencia económica familiar.

Nuevas formas de salud alimentaria, han permitido el aprovechamiento de los productos andinos, siendo las pepas de sambo y zapallo, uno de los productos de gran interés en la comida tradicional de nuestros pueblos.

1.2 Situación Actual

En la actualidad la pobreza es una de las circunstancias que han direccionado a la búsqueda de alternativas políticas, sociales y económicas que permitan la sobrevivencia de su población, interviniendo así la Asamblea Cantonal y la Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi (UNORCAC), que con su crecimiento organizativo y su desarrollo de capacidades de gestión han permitido ejecutar programas y proyectos de fomento de cultivos andinos para el desarrollo rural del Ecuador, permitiendo el rescate, conservación y uso sostenible de ciertos productos poco utilizados, y a la vez ha generado capacidad local en el área agrícola y la creación de procesos de valor agregado.

1.3 Prospectiva

Cotacachi se proyecta a una economía sobresaliente, ya que la agricultura es uno de los principales dinamizadores para su desarrollo, la actual administración de la Asamblea está interesada en seguir siendo los promotores de la generación de nuevas iniciativas y proyectos con sus respectivos incentivos y la colaboración de los mismos, enfocándose al área rural para así, se concentren los recursos, armonicen y diversifiquen la agricultura del cantón Cotacachi, con el propósito de generar empleo y a su vez aportar con la reducción y eliminación de los niveles de pobreza que permanecen en sectores del cantón, y así contribuir al desarrollo de la economía del país.

1.4 Objetivos Diagnósticos

1.4.1 *Objetivos General*

Realizar un diagnóstico situacional de la zona andina de Cotacachi, para establecer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto a implantarse.

1.4.2 *Objetivos Específicos*

- Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.
- Determinar el volumen de producción de semillas de calabaza en el sector agrícola de la ciudad de Cotacachi.
- Identificar las formas de comercialización utilizadas por los productores.

1.4.3 *Variables diagnósticas e indicadores*

1.4.3.1 *Aspecto Socioeconómico*

- a. Datos históricos
- b. Organización territorial

- c. Aspectos geográficos
- d. Aspectos demográficos
- e. Actividades económicas

1.4.3.2 *Producción*

- a. Zonas de producción
- b. Volumen de producción
- c. Mano de Obra

1.4.3.3 *Comercialización*

- a. Formas de Comercialización

1.4.4 Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	PÚBLICO META
Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.	Aspecto Socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> - Datos históricos - Aspectos geográficos - Organización territorial - Aspectos demográficos - Actividades Económicas 	<ul style="list-style-type: none"> - Bibliográfica - Observación directa 	<ul style="list-style-type: none"> - Autoridades - Habitantes
Determinar el volumen de producción de semillas de calabaza en el sector agrícola de la ciudad de Cotacachi.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> - Zonas de producción - Volumen de producción - Mano de Obra 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Observación directa - Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> - Autoridades - Expertos en el tema
Identificar las formas de comercialización utilizadas por los productores.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - Formas de Comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Observación directa 	<ul style="list-style-type: none"> - Expertos en el tema

Fuente: Planteamiento de objetivos, variables e indicadores.

Elaborado por: Las Autoras.

1.5 Fuentes de información

Para la elaboración del diagnóstico situacional se utilizó información proporcionada por la UNORCAC, agricultores de las comunidades de Cotacachi y habitantes expertos en el tema a investigar, obtenidos mediante la realización de entrevistas.

Así también información y datos encontrados en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Último Censo Nacional Agropecuario-Proyecto SICA 2002, INIAP, portal web del municipio del cantón Cotacachi, y observación directa del entorno.

1.6 Análisis de variables diagnósticas

1.6.1 Aspecto Socioeconómico

1.6.1.1 Datos Históricos

Cotacachi, la ciudad más extensa de los seis cantones de la provincia de Imbabura, está ubicada a las faldas del volcán que lleva su mismo nombre. Fue fundada en la época colonial, por Fray Pedro de la Peña; en 1.824, es elevado a la categoría de cantón por Simón Bolívar y finalmente, el 6 de julio de 1.861 se logra la Cantonización, iniciando así su vida política y administrativa.¹

¹ (GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi, 2013)

Es una villa tranquila de tierras fértiles, prados y campiñas asentada en las faldas del Cotacachi. Es considerada capital musical del Ecuador por la devoción que expresa su pueblo, por la música y denominada Castillo de Luz por la diversidad de ecosistemas, tradiciones y costumbres lo que le convierte en el cantón más próspero de la provincia de Imbabura.

Su diversidad geográfica y cultural le ha convertido a Cotacachi en uno de los principales atractivos turísticos del Ecuador. Es conocido mundialmente por la producción y comercialización de los artículos de cuero.

1.6.1.2 Aspectos Geográficos

Cotacachi, reliquia ecológica y cultural de los Andes, cuenta con una superficie de aproximadamente 1.848.5 km², casi el 40% del territorio total de la provincia. Ubicado a 104 kilómetros al norte de la ciudad de Quito capital del Ecuador, en la gran planicie occidental de la Hoya de Imbabura, en el sector sur-occidental de la provincia, limita al norte con el cantón Urcuquí; al sur con el cantón Otavalo y la provincia de Pichincha; al este con el cantón Antonio Ante y al oeste con la provincia de Esmeraldas.

Figura N° 1. Ubicación geográfica de Cotacachi



Fuente: periodicoexpectativa.com
Elaborado por: Las autoras

La geografía del cantón es muy variada encontrándose alturas que van desde los 4.939 metros (volcán Cotacachi) m.s.n.m, pasando por los 2.418 m.s.n.m (ciudad Cotacachi, Cabecera Cantonal) hasta los 1.600 m.s.n.m. en la zona de Nangulví y 200 m.s.n.m. en la parte más occidental. Las características topográficas y climáticas del cantón permiten diferenciar claramente dos zonas: la Andina y la Subtropical. ²

La zona Andina está ubicada en las faldas orientales del volcán Cotacachi, Su clima oscila entre 15 y 20 grados centígrados. La zona Subtropical conocida como Intag se extiende desde la Cordillera Occidental de los Andes hasta el límite con la provincia de Esmeraldas y Pichincha. Su clima oscila entre 25 y 30 grados centígrados.

1.6.1.3 Organización Territorial

El cantón está organizado territorialmente en parroquias y comunidades y de manera especial en zonas. Existen 10 parroquias, de las cuales 8 son rurales y 2 son urbanas.

Cuadro N° 1. División territorial de Cotacachi

Zonas	Ubicación	Parroquias
Andina	Faldas del volcán Cotacachi.	Urbanas: San Francisco y El Sagrario. Rurales: Imantag y Quiroga
Subtropical	Estribaciones occidentales de la Cordillera de los Andes.	Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Cuellaje, Vacas Galindo, Plaza Gutiérrez.

Fuente: Plan Cantonal de Salud 2002-2006. – INEC

Elaborado por: Las autoras

² (Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi, 2011, marzo)

Cuadro N° 2. División por parroquias y comunidades

Parroquia	Comunidad
Imantag	Piñan, Pucalpa, Peribuela, Quitumba, Morlán, Ambi Grande, Colimbuela, Perafán
El Sagrario	Alambuela, El Cercado, San Pedro, Tunibamba, Piava Chupa, Piava San Pedro, Pilchibuela, Ashambuela, Yambaburo, El Batán, Azaya, Topo Grande, Santa Bárbara, Iltaquí.
San Francisco	Quitugo, Calera, San Ignacio, Turuco, Anrabí, San Miguel, Chilcapamba, Morales Chupa, Morochos.
Quiroga	San Martín, Domingo Sabio, Guitarra Ucu, Cuicocha Centro, Cuicocha Pana, San Antonio del Punje, San José del Punje, Cumbas Conde, San Nicolás, Arrayanes, Ugshapungo, San Bartolo.

Fuente: UNORCAC, 2006

Elaborado por: Las autoras

1.6.1.4 Aspectos Demográficos

La población de Santa Ana de Cotacachi de acuerdo al censo poblacional 2010, alberga a un total de 40.036 habitantes, de los cuales el 22% (8.848 habitantes) se ubican en el área urbana, y el 78% (31.188 habitantes) en el área rural. De acuerdo a los últimos censos de población, el cantón de Cotacachi ha tenido un bajo crecimiento poblacional. Aun cuando Cotacachi es el cantón más grande de la provincia de Imbabura, únicamente acoge al 10% de la población provincial. La tasa de crecimiento demográfico del cantón gira alrededor del 1,48%.³

³ INEC – VII Censo de Población y Vivienda 2010.

Cuadro N° 3. Población de Cotacachi

	URBANO	RURAL	Total
6 DE JULIO DE CUELLAJE	-	1.780	1.780
APUELA	-	1.824	1.824
COTACACHI	8.848	8.291	17.139
GARCIA MORENO	-	5.060	5.060
IMANTAG	-	4.941	4.941
PEÑAHERRERA	-	1.644	1.644
PLAZA GUTIERREZ	-	496	496
QUIROGA	-	6.454	6.454
VACAS GALINDO	-	698	698
TOTAL	8.848	31.188	40.036

Fuente: Datos INEC- VII Censo Poblacional 2010

Elaborado por: Las autoras

La población del cantón, en su mayoría pertenece a la etnia indígena (40%), los otros grupos étnicos son: mestizos (54%), afroecuatorianos (1%) y blancos (2%).⁴

Cuadro N° 4. Población Económicamente Activa de Cotacachi

Parroquia	Condición de Actividad (10 y más años)		
	PEA	PEI	Total
6 DE JULIO DE CUELLAJE	592	745	1.337
APUELA	599	764	1.363
COTACACHI	6.894	6.393	13.287
GARCIA MORENO	1.779	1.943	3.722
IMANTAG	1.673	1.992	3.665
PEÑAHERRERA	632	692	1.324
PLAZA GUTIERREZ	206	194	400
QUIROGA	2.360	2.636	4.996
VACAS GALINDO	232	296	528
TOTAL	14.967	15.655	30.622

Fuente: Datos INEC- VII Censo Poblacional 2010

Elaborado por: Las autoras

⁴ Gobierno Municipal de Cotacachi, Administración 2009-2014

1.6.1.5 Actividades económicas

La principal actividad económica del cantón Cotacachi es la producción agropecuaria, en segundo lugar se encuentra la producción manufacturera y artesanal y en tercer lugar el turismo y los servicios de hospitalidad.

Las actividades de la población urbana giran en torno a la elaboración y comercialización de productos de cuero, negocios y servicios turísticos, especialmente de la cabecera cantonal; mientras que la población de la zona Andina se dedican a la agricultura (cultivos de gramíneas, leguminosas, tubérculos, plantas frutales) y ganadería (ganado vacuno, porcino, caballar, ovino, aves de corral, cuyes, conejos, abejas, chivos).

Existe la presencia ocasional e itinerante de servicios públicos y de organizaciones no gubernamentales externas. Además, está rodeada por pequeñas propiedades y haciendas agroindustriales que producen flores, hortalizas y frutas para exportación.⁵

Mediante el Plan de Desarrollo Cantonal, se pretende dinamizar el desarrollo económico a través del incremento de iniciativas empresariales, generando capacidades para el progreso de las personas y la producción de calidad. Es así que, Cotacachi cuenta con proyectos enfocados a la generación de actividades productivas con pequeños productores comunitarios.

⁵ Gobierno Municipal de Cotacachi, Administración 2009-2014

1.6.2 Producción

1.6.2.1 Zonas de producción

La producción de sambos y zapallos y el uso de sus semillas en las comunidades de Cotacachi permiten el abastecimiento de su dieta alimentaria, recalcando también que sus excedentes son comercializados en los mercados, con el fin de obtener ingresos que permitan el sustento económico de la familia.

Cuadro N° 5. Superficie sembrada de sambo y zapallo en el Ecuador

PROVINCIA	MONOCULTIVO	ASOCIADO
	Superficie sembrada (Ha)	Superficie sembrada (Ha)
AZUAY	2.731	1.894.65
BOLÍVAR	4.489	1.035
CAÑAR	-----	20.197
CHIMBORAZO	2.977	38.023
COTOPAXI	23.198	39.795
IMBABURA	0.21	24.720
LOJA	23.536	249.486
MORONA SANTIAGO	6.734	0.35
PICHINCHA	5.393	22.555
TUNGURAHUA	10.956	20.178

Fuente: Proyecto SICA, 2002.

Elaborado por: Las autoras

El cultivo en Imbabura, y en su mayor parte en el cantón Cotacachi no se encuentra ampliamente difundido razón por la cual su cultivo es de forma artesanal o asociado especialmente con el maíz, esto permite que el aprovechamiento de sus semillas o pepas sea al máximo.

1.6.2.2 Volumen de producción

Cuadro N° 6. Producción de calabazas por agricultores de las comunidades de Cotacachi

N°	Nombres y Apellidos	Comunidad	Cultivos especie Cucúrbitas	Producción
1	Elisa Tambaco	Imantag	10	500
2	Sonia Lascano	Cuicocha Centro	20	1.000
3	Luz María Alta	Santa Bárbara	22	1.100
4	Tomasa Gómez	Imantag	40	2.000
5	Rosa Elena Orbes	Morlán	15	750
6	María Cecilia Bonilla	Itaqui	25	1.250
7	Soledad Guaján	Santa Bárbara	12	600
8	Digna Guandinango	Santa Bárbara	15	750
9	Etelvina Vinuesa	Santa Bárbara	10	500
10	Estela Flores	Calera	20	1.000
11	Carmen Perugachi	Santa Bárbara	10	500
12	Mercedes Sánchez	Tunibamba	25	1.250
13	Luis Eduardo Guandinango	Tunibamba	10	500
14	Olger Tabango	Cuicocha Centro	40	2.000
15	Alberto Sánchez	Chilcapamba	30	1.500
16	Jesús Guitarra	Alambuela	20	1.000
17	Nicolás Chávez	Peribuela	25	1.250
18	Segundo Anrrango	Turuco	30	1.500
19	Alberto Marcillo	Itaqui	40	2.000
20	Carmen Caranqui	Alambuela	40	2.000
21	Antonio Morales	Chilcapamba	50	2.500
22	Jesús Fuentes	Alambuela	24	1.200
23	Asociación de Agricultores de Imantag	Imantag	200	10.000
24	María Francisca Panamá	Morochos	35	1.750
25	Ángel González	San Pedro	25	1.250
26	Alonso Estrada (Hacienda)	Tunibamba	80	4.000
27	Alicia Lanchimba	Quitugo	25	1.250
28	Grupo San Nicolás	San Nicolás	80	4.000
29	Luis Campo	Cumbas Conde	32	1.600
30	Ramiro Yépez	Alambuela	25	1.250
31	Alberto Pijuango	Punje	30	1.500
32	Azucena de la Cruz	Turuco	15	750
33	Juan Iñaquiza	Piava San Pedro	40	2.000
34	Segundo Moran	Piava San Pedro	25	1.250
35	Tránsito Guandinango	El Batán	20	1.000
36	María Mercedes Andrango	Alambuela	30	1.500
37	José Menacho	Colimbuela	8	400
38	María Juana Morales	Alambuela	10	500
39	Isabel Sanipatin	Alambuela	15	750
40	Camilo Pijuango	Alambuela	15	750
41	Luis Alfonso Perugachi	Tunibamba	10	500
42	Segundo Sánchez	Tunibamba	15	750
43	Luis Alberto Morán	Alambuela	10	500
44	Digna María Monroy	Alambuela	15	750
45	José Luis Morales	Topo Grande	15	750
46	José Manuel Morales	El Batán	20	1.000
47	Ángel María Lanchimba	Azaya	35	1.750
48	Mariano Liquinchano	Alambuela	20	1.000
49	María Carmen Orbes	Colimbuela	15	750
50	María Rosa Ruiz	Calera	25	1.250
51	César Cumba	Punje	20	1.000
52	Miguel Caranqui	Quitugo	10	500
52	María Tomasa Andrango	Azaya	10	500
			1.463	73.150

Fuente: Proyecto "UCODEP", 2008 – UNORCAC, 2006

Elaborado por: Las autoras

Se tiene reportado que de todas las especies del género *Cucurbita*, *C. ficifolia* es una de las plantas que mayor número de frutos produce, con más de 50 frutos por planta; existiendo así una alta productividad en la cantidad de semillas para esta especie, algunos frutos de tamaño mediano pueden contener más de 500 semillas.⁶

Por tanto de 10 frutos maduros de calabazas se obtienen 5.000 semillas, cantidad equivalente a una libra, es decir en una planta de calabaza se podrá obtener 5 libras, ya que su producción promedio está entre los 50 frutos. Obteniendo así la siguiente tabla, que muestra el volumen de producción de semillas de calabaza.

Cuadro N° 7. Producción de semillas de calabaza en Cotacachi

PRODUCCIÓN SAMBOS Y ZAPALLOS	PRODUCCIÓN SEMILLAS (Libras)	PRODUCCIÓN SEMILLAS (Gramos)
73.150	7.315	3.318.010,85

Fuente: Proyecto "UCODEP", 2008 – UNORCAC, 2006
Elaborado por: Las autoras

1.6.2.3 *Mano de Obra*

El manejo de la producción de sambos y zapallos, lo realizan los campesinos agricultores de las diversas comunidades de Cotacachi; quienes también extraen las semillas o pepas de calabaza para darles uso culinario o

⁶ Lira & Montes-Hernández, 1992; Lira, 1995

la respectiva comercialización de las mismas. Sus conocimientos ancestrales y tradicionales permiten su fácil manejo productivo.

Debido al bajo nivel de ingresos que perciben los agricultores, estos buscan otras fuentes de empleo, ocupándose en trabajos artesanales, jornaleros agrícolas, albañería; medios que han permitido mejorar su situación económica debido a la escasez de plazas de trabajo.

1.6.3 Comercialización

1.6.3.1 Formas de Comercialización

Las formas de comercializar los sambos y zapallos, para muchos productores están mayoritariamente en la venta de sus semillas y de su pulpa.

La extracción de las semillas de calabaza de sus frutos favorece en gran medida al proyecto y resulta beneficioso, ya que los restos de los sambos y zapallos, como es la pulpa y las cáscaras son utilizadas para consumo propio o alimento para el ganado vacuno. Este procedimiento lo realizan los mismos agricultores que poseen este tipo de cultivos.

Actualmente la producción de pepas de sambos y zapallos es utilizada para autoconsumo familiar, siendo también vistas como atractivo comercial por parte de los agricultores, en la entrega como materia prima para la

elaboración de salsas, snacks nutritivos y la conocida granola a organizaciones productivas.

Los principales sitios de comercialización en Cotacachi son el Mercado Municipal Jatuk Cem, patios de la Organización JAMBI MASCARIC y Ferias Agroindustriales, donde acuden vendedores y compradores de diversos productos nativos cultivados en la zona, entre ellas las pepas de sambo y zapallo y sus preparaciones en salsas.

1.7 Diagnóstico Externo

1.7.1 Construcción de la matriz AOOD

Aliados	Oponentes
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Producción suficiente de semillas de calabaza, ya que los cultivos de sambos y zapallos, en muchos casos es espontánea. ➤ Condiciones climáticas favorables para la producción de calabaza y por ende la obtención de semillas de calidad. ➤ Mano de obra disponible ➤ Comunidades organizadas para la provisión del producto (semillas de calabaza). ➤ Conocimiento de los agricultores del cultivo de la pepa de calabaza. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ausencia de tecnología actualizada en la extracción de semillas de calabaza de sus frutos. ➤ Competencia de productos similares: maní, semillas de girasol.

OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuevas tendencias de consumo. ➤ Disponibilidad de nuevas tecnologías para extraer las semillas. ➤ Desarrollo del sector agrícola y agroindustrial. ➤ Apoyo financiero a la creación de nuevas empresas. ➤ Producto nutritivo, medicinal y afrodisíaco para el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pérdida de la producción por variaciones climáticas. ➤ Aparición de plagas y enfermedades.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

1.7.2 Cruces Estratégicos

Estrategias AO (Aliados y Oportunidades)	Estrategias AR (Aliados y Riesgos)
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Incentivar a las comunidades a la producción permanente de semillas de calabaza, aprovechando el suelo óptimo para su producción. ➤ Utilizar de manera apropiada la materia prima, la mano de obra y tecnología existente para una producción óptima que satisfaga los gustos y tendencias de las personas. ➤ Aprovechar el cultivo y crecimiento espontáneo de las 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aprovechar el apoyo técnico de organizaciones en la producción, para evitar la aparición de plagas y enfermedades que afecten el proceso productivo. ➤ Aplicar procesos de producción en base a conocimientos agrícolas para evitar posibles daños de la producción por la inestabilidad climática.

<p>semillas de calabaza, impulsando la creación de nuevos productos nutritivos y saludables; y el desarrollo agrícola – agroindustrial.</p>	
<p>Estrategias OO (Oponentes y Oportunidades)</p>	<p>Estrategias OR (Oponentes y Riesgos)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Promocionar el producto para que exista una demanda potencial e incremente la producción. ➤ Mejorar la producción de las semillas de calabaza con valor agregado, brindando al mercado un producto nutritivo. ➤ Gestionar el apoyo de instituciones financieras para la adquisición de tecnologías que permita establecer una adecuada producción 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Averiguar sobre los sistemas de cultivo anti variaciones climáticas para que la inversión sea la adecuada y a bajos costos de producción. ➤ Aplicar estrategias para un mejor cultivo y cuidado de las plagas o enfermedades que afecten las semillas de calabazas, con el objetivo de que no disminuya la producción, sino que se aumente o se genere en nuevas tierras.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

1.8 Identificación de la oportunidad de inversión

Del análisis del diagnóstico situacional externo aplicada a la presente investigación, se determina que existe una producción suficiente de semillas de calabaza en la zona Andina de Cotacachi, con un total 7.315 libras o 3.318.010,85 gramos anuales, medio que facilita el abastecimiento de materia prima al proyecto productivo. Siendo también un buen complemento, la acción participativa de organizaciones y las propias comunidades en desarrollar medios productivos que a la vez promocionen y difundan los usos

tradicionales y bondades nutricionales y medicinales de las semillas de calabaza.

Por lo tanto se propone la creación de una empresa de producción y comercialización de semillas de calabaza, en donde se propague la conservación de la agrobiodiversidad y la oferta de fuentes de empleo que permita mejorar los niveles de vida.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 La empresa

Flórez (2007, pág. 12), dice: “Empresa es la entidad u organización que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y la comercialización de bienes y/o servicios en general, para satisfacer las diversas necesidades humanas”.

La empresa es una organización integrada por personas, recursos materiales, financieros y tecnológicos, cuya finalidad es producir bienes y prestar servicios para la satisfacción de las necesidades del mercado.

2.1.1 *Características de la empresa*

Las empresas presentan características únicas que le permiten su clara diferenciación de las demás organizaciones conformadas en el ámbito empresarial.

- a) Produce bienes y ofrece servicios.
- b) Creadora fuentes de trabajo.

- c) Obtener rentabilidad.
- d) Generadora de riqueza.
- e) Satisfacer las necesidades humanas.
- f) Optimizar recursos materiales, económicos y humanos.

2.1.2 Importancia de la empresa

- a) **Aspecto económico:** La empresa es proveedora de empleo, generadora de ingresos internos, produciendo beneficios para la comunidad y el país.
- b) **Aspecto social:** Satisface necesidades y permite alcanzar objetivos empresariales, grupales e individuales.
- c) **Aspecto político:** Favorece al desarrollo económico de un país.

2.1.3 Elementos de la empresa

- a) **Empresario:** La empresa puede ser conducida por una persona o una sociedad de personas, mismos que serán quienes coordinen y dirijan el proyecto persiguiendo fines de lucro.
- b) **Patrimonio:** Conjunto de bienes materiales e inmateriales, o derechos que la empresa posee, organizado por el empresario para la ejecución de su actividad mercantil.

- c) **Trabajo:** Esfuerzo físico e intelectual de las personas, para crear bienes o prestar servicios esto es equivalente a la “mano de obra” de la empresa, parte fundamental para el desarrollo de la misma.

2.1.4 Tipos de empresa

De acuerdo a su forma jurídica

- a) **Unipersonal:** Pertenecen a un solo individuo, quien debe responder ilimitadamente con su patrimonio frente a aquellos individuos perjudicados por las acciones de la empresa.
- b) **Sociedad Colectiva:** Formada por más de dos personas, quienes responden de forma ilimitada con sus bienes.
- c) **Cooperativas:** Son empresas conformadas por trabajadores, productores, cuyo fin es el beneficio de sus miembros y no tienen fines de lucro.
- d) **Comanditarias:** En estas empresas existen dos tipos de socios: por un lado, están los socios colectivos que participan de la gestión de la empresa y poseen responsabilidad ilimitada. Por otro, los socios comanditarios, que no participan de la gestión y su responsabilidad es limitado al capital aportado.
- e) **Sociedad de responsabilidad limitada:** En estas empresas, los socios sólo responden con el capital que aportaron a la empresa y no con el personal.

- f) **Sociedad anónima:** Estas sociedades poseen responsabilidad limitada al patrimonio aportado y, sus titulares son aquellos que participan en el capital social por medio de acciones o títulos.

Según su actividad

- a) **Empresas de servicios:** Son las empresas que buscan prestar un servicio para satisfacer las necesidades de la comunidad.
- b) **Empresas comerciales:** Son las empresas que se dedican a la compra y venta de productos, colocan en los mercados productos naturales, semielaborados y terminados a mayor precio del comprado obteniendo así una ganancia.
- c) **Empresas industriales:** Son empresas que se dedican a transformar la materia prima en producto terminado o semielaborado.

Según su tamaño

- a) **Pequeña:** Es aquella que maneja escaso capital y pocos empleados, se caracteriza porque no existe una delimitación clara y definida de funciones. Su contabilidad es sencilla debido a que se maneja poca información.
- b) **Mediana:** En este tipo de empresa existe una mayor división y especialización del trabajo, su información contable es más amplia.

- c) **Grande:** Es la mayor organización, posee personal técnico especializado. En este tipo de empresa existe una gran división y especialización del trabajo. La información contable es mayor y se lleva en forma sistematizada.

2.1.5 Finalidades de la empresa

- a) Obtener máxima rentabilidad.
- b) Brindar un bien o un servicio a la sociedad.
- c) Satisfacer las necesidades de las personas.
- d) Obtener resultados a corto plazo.
- e) Ofrecer beneficios a los empleados.

La principal finalidad de una empresa privada es obtener beneficio económico a través del bien o servicio que ofrezca, satisfaciendo la necesidad de los consumidores y así, logra el posicionamiento en la mente del consumidor para que la empresa pueda seguir desarrollándose.

2.2 Calabazas

“La calabaza es una hortaliza que pertenece a la familia de las Cucurbitáceas (Cucurbitaceae). Esta familia comprende unas 850 especies de plantas casi siempre herbáceas, trepadoras o rastreras, que producen frutos generalmente grandes y protegidos por una corteza firme”. (Fundación Eroski Consumer, 2006)

FAO (2006, pág. 155), expresa que:

La calabaza es una planta rastrera o trepadora de frutos muy nutritivos. Hay variedades grandes y pequeñas. El fruto es la parte comestible principal. La piel puede ser verde, anaranjada, amarilla o veteada. Los brotes tiernos de las hojas y las flores grandes también son alimentos saludables, pero mucha gente no lo sabe. Las semillas de calabaza tostadas o asadas son un refrigerio muy sabroso. La calabaza puede cultivarse en la temporada cálida, o durante todo el año en los trópicos.

Según el contenido de la página web, señala que las calabazas son plantas rastreras, familia de las cucurbitáceas, cuyos frutos son grandes, protegidos por una corteza firme, así también las publicaciones FAO, añade que las plantas de calabaza brindan frutos con gran contenido nutricional, siendo éstas de color amarillo, anaranjado o verdoso, donde sus semillas y pulpa son aprovechadas al máximo en diferentes preparaciones culinarias.

Existe un gran número de variedades de calabaza, que difieren tanto en el tamaño como en la forma, el color interno y el exterior y en sabor. Hortaliza que contiene uno de los nutrientes más importantes, como son las vitaminas E y C, presentes en casi todas sus variedades.

La facilidad de su cultivo ha hecho que se expandan, prácticamente en casi todas las zonas, esto ha hecho que se consiga notables mejoras de calidad y producción. Crecen en cualquier tipo de suelo de calidad, que no se seque con rapidez y un lugar con mucho sol.

2.2.1 *Variedades de calabazas*

2.2.1.1 *Cucúrbita pepo*

Presenta una diversidad de frutos mayor que las demás especies del género *cucúrbitas*. Pueden ser verdes, amarillos, naranjas, blancos, de formas planas, redondeadas, ovaladas, alargadas. El diámetro de esta especie varía entre los 5 cm hasta 50 cm.

Figura N° 2. Cucúrbita pepo



Fuente: gernot-katzers-spice-pages.com
Elaborado por: Las autoras

2.2.1.2 *Cucúrbita maxima*

Producen los frutos de mayor tamaño entre todas las calabazas. Son de color naranja, verde o gris; por lo general son redondos u ovales. Sus semillas son grandes e hinchadas, de color blanco o marrón. Las flores son de color amarillo, las hojas de lámina orbicular, no lobulada.

Dentro de esta especie, se encuentran los zapallos, calabaza de origen andino, su periodo de cultivo varía desde los 5 a 6 meses. Los zapallos se cultivan durante todo el año, en climas templados y cálidos.

Figura N° 3. Cucúrbita maxima



Fuente: es.123rf.com

Elaborado por: Las autoras

La producción de zapallos que comprende esta especie de *cucúrbita*, centralizada en Cotacachi, provincia de Imbabura se ha convertido en un medio productivo que ha permitido a las comunidades la preparación de platos gastronómicos con la utilización de su pulpa, como de sus semillas.

2.2.1.3 *Cucúrbita moschata*

Sus frutos son frecuentemente grandes, de superficie suave o arrugada, de color verde. Existen cultivos de frutos aplanados, redondeados, ovals o con cuello curvo.

Figura N° 4. Cucúrbita moschata



Fuente: www.ethno-botanik.org
Elaborado por: Las autoras

2.2.1.4 *Cucurbita argyrosperma*

Tiene semillas muy grandes. Esta variedad tiene frutos redondos, de color crema matizada de verde.

Figura N° 5. Cucúrbita argyrosperma

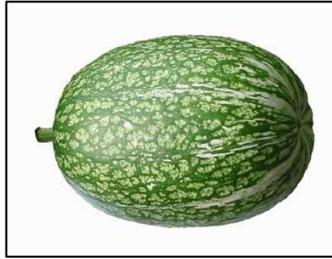


Fuente: botany.csd.tamu.edu
Elaborado por: Las autoras

2.2.1.5 *Cucurbita ficifolia*

Es la única especie que presenta semillas negras, también marrón oscuro en comparación al resto de especies del género. Sus flores son de color amarillo y son cultivadas en casi todo el mundo con fines gastronómicos.

Figura N° 6. Cucúrbita ficifolia



Fuente: <http://prgdb.crg.eu>
Elaborado por: Las autoras

El sambo, es una variedad de esta especie que sobresale en la producción, comercialización y consumo. En Ecuador, la producción agrícola de esta hortaliza ha permitido nuevos descubrimientos en sus diferentes preparaciones, usualmente consumido por su gran componente nutricional y medicinal.

2.2.2 Sambo (*Cucúrbita ficifolia*) y Zapallo (*Cucúrbita maxima*)

Suquilanda (2005, pág. 188), dice que:

El sambo (*cucúrbita ficifolia*) y el zapallo (*cucúrbita maxima*) son dos especies que pertenecen a la familia de las cucurbitáceas. Son plantas rastreras de tallos suculentos y grandes hojas que cubren el suelo, cuyo cultivo se remonta a los inicios de nuestra agricultura en los primeros asentamientos humanos de nuestras tribus primigenias.

No se conoce el lugar preciso de origen del sambo, pero se conoce que su cultivo es muy antiguo en la zona andina y es tradición agrícola y culinaria en el norte del Ecuador y algunas provincias de la Sierra ecuatoriana.

El sambo (*cucúrbita ficifolia*), es una calabaza que prefiere tierras altas y es común encontrarlos en huertos familiares y chacras de comunidades indígenas de Imbabura, donde su producción es espontánea, como también utilizados dentro de un proceso agrícola programado. Esta especie se distingue del resto de especies del género Cucúrbita, por tener semillas negras. El sambo, es la calabaza que más se aprovecha en las comunidades para su alimentación. Es muy común ver sambos expuestos al sol, ya que estos adquieren una cierta dulzura. Las semillas secas de los sambos, son comestibles con algo de sal, y en muchos casos utilizados en la elaboración de salsas.

El zapallo (*cucúrbita maxima*), es la calabaza común, cultivada por su pulpa, así como por sus semillas oleaginosas. La especie *cucúrbita máxima*, es una calabaza extraordinaria, considerada ya que produce el fruto más grande, alcanzando los 40 kilos o más. Sus semillas o pepas son muy grandes, comestibles y apreciadas por su buen sabor y alto contenido de aceite.

Los sambos y zapallos se cultivan en nuestro país, desde el nivel del mar hasta los 3.300 metros sobre el nivel del mar, en zonas con climas templados y fríos. Su cultivo se encuentra haciendo parte de los sistemas asociativos de producción, como también como monocultivos, que actualmente aún se practican en el Ecuador.

Generalmente los sambos y zapallos se siembran a una distancia entre surcos de 4 a 8 metros y de 2 a 4 metros entre matas (1250-312 matas /ha). La germinación de las semillas de sambos y zapallos se da cuando el suelo alcanza una temperatura de 20-25°C, para el desarrollo vegetativo de las plantas se debe mantener una

temperatura atmosférica de 25-30°C y para la floración de 20-25°C". (Suquilanda, 2005, págs. 183,193)

Este tipo de hortalizas se pueden sembrar durante todo el año, obteniendo mejores cosechas durante el invierno; en Ecuador existe dos ciclos agrícolas, el primero correspondiente a la época de lluvias (noviembre-abril) y el segundo ciclo durante la época seca del año en terrenos planos y de bajo riego.

En Imbabura, la producción de sambos y zapallos, es muy variada, ya que la calidad de tierra se presta para ello. Su cultivo ha permitido un buen abastecimiento de alimento nutritivo, encontrados en sus diferentes platos gastronómicos.

2.2.3 Manejo de cultivos de sambos y zapallos

- **Elección y preparación del suelo:** El terreno apto para el cultivo de zambos y zapallos son los mismos que se utilizan para cultivar maíz, papas y demás tubérculos andinos.
- **Siembra:** Ecuador maneja un sistema de agricultura tradicional, sean estas como monocultivos o cultivos asociados. La siembra de zambos y zapallos se realiza con semilla sexual (pepas), obtenidos de los frutos de buena calidad.

- **Manejo del cultivo:** Actividades de deshierba, aporque, riego y el manejo ecológico de plagas.
- **Cosecha:** Los rendimientos en monocultivos está entre 20 a 30 toneladas por hectárea.

2.3 Semillas de calabaza

En la página web de CODECO Nutrilife (2011), se dice:

Las semillas de calabaza son conocidas desde hace siglos como sustancias naturales con propiedades curativas. Estas son beneficiosas para el organismo, contienen hasta un 24,5% de proteínas, ácidos grasos, minerales, aminoácidos esenciales, cucurbitita y ácido cucúrbico. Poseen propiedades antiinflamatorias, emolientes y antiparasitarias.

Las semillas de calabaza, también denominadas pepitas de calabaza, es un alimento con un gran contenido nutricional, medicinal y alimenticio, que ha sido consumido desde la antigüedad en diferentes preparaciones gastronómicas, tales como salsas, snacks nutritivos, y elaboración de la granola.

Figura N° 7. Semillas de calabaza



Fuente: elgestodelaneurona.wordpress.com
Elaborado por: Las autoras

Las semillas de la calabaza son planas y de un color verde oscuro y contienen tanto propiedades dietarias como medicinales; comestibles crudas o tostadas, realzando el sabor natural de las semillas y brindando un sabor crujiente al paladar.

2.3.1 *Composición química de las semillas de calabaza*

Cuadro N° 8. Composición química

	Semillas de sambo	Semillas de zapallo
Calorías	547	547
Agua (%)	4,6	4,9
Proteínas (g)	30	30,3
Carbohidrato (g)		
Total	14,4	14,7
Fibra	2,2	2,2
Grasas (g)	45,8	45,8
Calcio (mg)	38	38
Fósforo (mg)	1,064	1,064
Hierro (mg)	9,2	9,2
Vit. A NC 65,0 (UI)	15	15
Vit. B1(Tiamina)(mg)	0,23	0,23
Vit. B1 (Riboflav.)(mg)	0,16	0,16
Niacina (mg)	2,9	2,9
Vit. C (mg)	0	0

Fuente: Hammerly (1984)

Elaborado por: Las autoras

2.3.2 *Propiedades alimenticias de las semillas de calabaza*

En la página web de Fernández (2007), se establece que:

Las semillas o pepitas de calabaza contienen ácidos grasos esenciales omega-3 y omega-6, hierro, zinc, magnesio, selenio, potasio, niacina y fósforo. Contienen también vitaminas A, B, C, D, K y E, de hecho, de los frutos secos, es el que más cantidad de vitamina E posee. Las semillas de calabaza son ricas en fibra, hidratos de

carbono y contienen hasta un 24.5% de proteínas. Poseen alto contenido de aminoácidos, especialmente cucurbitita y ácido cucúrbico. Aportan energía y constituyen un buen remedio antienvjecimiento. Son alimentos ligeros y fáciles de digerir. Dan sensación de saciedad aunque aportan bastante calorías (548 caloría/ 100 gr).

Las semillas de calabaza no solo dan vida a una nueva planta, también sirven como alimentos que ayudan a preservar la salud, las semillas de sambo se caracterizan por ser ricas en fósforo, este elemento químico ayuda en el crecimiento de los niños, las de zapallo tienen el doble de fósforo, por cada 100 g contiene 1 200 mg, mientras que la de sambo alcanza entre 600 y 700 mg. El consumo está recomendado para niños, adultos y personas de la tercera edad.

2.3.3 Beneficios medicinales de las semillas de calabaza

“Por su composición, las semillas de calabaza poseen propiedades antiinflamatorias, emolientes y antiparasitarias. Son ideales para proteger el corazón y la próstata, así como para problemas de vejiga. Contienen ácidos grasos insaturados y antioxidantes que ayudan a prevenir algunas enfermedades cardiovasculares y a regular el tránsito intestinal. Se sabe también que las semillas de calabaza estimulan las funciones del páncreas para regular el control de los niveles de azúcar en la sangre. Elimina la mucosidad en los pulmones y por si esto fuera, ayudan en caso de depresión y problemas de aprendizaje”. (Fernández, 2007)

Las semillas de calabaza con sus bondades medicinales ayuda a disminuir el colesterol, la hipertensión, la inflamación en la artritis y el cáncer de mama gracias a su componente esencial de omega – 3, así también ayuda al aparato circulatorio ya que contiene omega – 6.

Estas pepitas mantienen a las células en buen estado y previenen la degeneración de las mismas, manteniendo al organismo más joven.

2.4 Fundamentos de mercadotecnia

2.4.1 Mercado

Rivera & López (2012, pág. 71), mencionan: “El mercado es el lugar físico o virtual en el que se produce una relación de intercambio entre individuos u organizaciones”.

El mercado es el lugar donde actúan compradores y vendedores para intercambiar bienes y servicios a través de un valor monetario, satisfaciendo así las necesidades de las personas. Derivándose así, mercado actual, que es el que en un momento preciso demanda de un producto o servicio determinado; y mercado potencial, que es el número máximo de compradores al cual se puede dirigir la oferta comercial de la empresa.

2.4.2 Segmento de mercado

Rivera & López (2012, pág. 85), expresan que:

La segmentación es el proceso desarrollado por la empresa para dividir su mercado total en varios grupos o submercados más pequeños. Esta división, en base a diversos criterios de compra y/o uso del producto, trata de encontrar submercados que son homogéneos al interior de los mismos, pero diferentes entre ellos.

Para la oferta de un producto o prestación de servicios debe existir segmentación de mercado, que consiste en dividir el mercado en subgrupos de manera homogénea, basándose en los diferentes hábitos y deseos de compra, para de esta manera poder ser identificado dentro del mercado. Mediante la segmentación de mercado, la empresa logra tener un conocimiento profundo de los clientes y consumidores y satisfacer la mayor cantidad de demanda con la correcta utilización de recursos.

2.4.3 Mercado meta

“El mercado meta es aquel segmento de mercado que la empresa decide captar, satisfacer y/o servir, dirigiendo hacia él su programa de marketing; con la finalidad, de obtener una determinada utilidad o beneficio”. (Thompson, 2006)

Para ser más específico, es necesario determinar el mercado meta, segmento al cual la empresa decide captar para vender dicho bien o servicio, satisfaciendo las necesidades de cada persona, con la finalidad de obtener rentabilidad.

2.4.4 Oferta

“La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos”. (Thompson, 2006)

La oferta representa la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a los potenciales consumidores, a diferentes precios y condiciones en un determinado momento. Dentro de los determinantes significativos de la oferta están el precio, costos de producción del producto, el tamaño del mercado al cual está dirigido el producto y su competencia.

2.4.5 Demanda

Rivera & López (2012, pág. 120), dicen: “Demanda es la estimación razonada de las posibilidades cuantitativas de ventas de un producto o de un servicio para un periodo determinado y para una clientela definida.”

La demanda permite determinar la cantidad de bienes y servicios que requieren comprar los consumidores en el mercado, misma que está determinada por diferentes factores tales como el precio, los hábitos de consumo, gustos y preferencias, con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores. Es de suma importancia determinar la demanda en el proyecto para conocer el grado de aceptación del producto.

2.4.6 Producto

Rivera & López (2012, pág. 286), expresan: “El producto es cualquier bien, servicio o idea que posea valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad o deseo.”

Producto es el resultado de un continuo proceso productivo, interviniendo así la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, para la obtención de un bien o un servicio final. El producto constituye el punto central de la empresa y que se pone a disposición del consumidor para obtener satisfacción mutua.

2.4.7 Precio

(Baena & Moreno, 2008, pág. 59), definen que:

La variable precio se define como el coste que percibe el consumidor, necesario para adquirir los productos que le ofrece el mercado y él mismo desea. Fuerte instrumento competitivo susceptible de ser empleado a lo largo de la vida del producto para ejercer influencia sobre los competidores.

El precio es el valor monetario que se pacta entre un comprador y un vendedor para el intercambio de un bien o un servicio. Para la fijación del precio, los determinantes más habituales son el coste, la demanda y la competencia, claves para determinar la sensibilidad del cliente frente a la adquisición del producto o servicio.

Antes de fijar el precio del producto de este proyecto, se analizará los precios de la competencia para de esta manera tener un rango de precios aceptable en el cual no podamos tener ciertas indiferencias.

2.4.8 Promoción

Bastos (2010, pág. 5), explica. “La promoción equivale a todo tipo de comunicación comercial que dé apoyo a un producto o servicio. Se refiere a un conjunto de acciones comerciales encaminadas al cumplimiento de objetivos de ventas.”

Promoción es dar a conocer un producto o servicio con mayor relevancia, con el fin de que los consumidores adquieran el bien, y cumplir con las expectativas de ventas y objetivos de la empresa.

Promocionar implica convencer a los consumidores para que compren el producto, incluso antes de haberlo visto o probado; por tanto la promoción es el intento de influir en el público, es un elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y/o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.

2.4.9 Publicidad

Bastos (2010, pág. 38), mencionan que:

La publicidad puede definirse como un tipo particular de comunicación por su intencionalidad comercial. Forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover la contratación de bienes, servicios, derechos y obligaciones.

La publicidad es un medio de comunicación y persuasión con el fin de llegar al público ofreciendo sus productos y servicios, y tratar de incrementar el consumo.

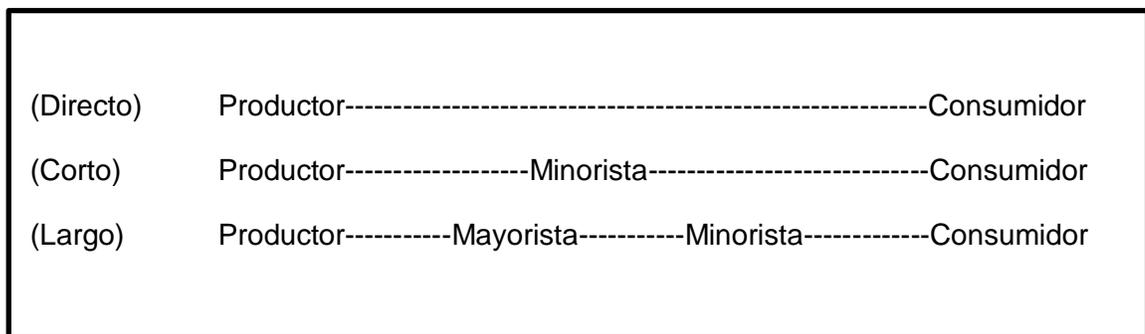
2.4.10 *Canales de distribución*

Baena & Moreno (2008, pág. 93), mencionan que:

El canal está constituido por todas las personas u organizaciones interdependientes que facilitan la circulación del producto terminado o cualquier objeto de valor desde su punto de fabricación o elaboración hasta el consumidor o usuario final, por lo que puede definirse como el camino que atraviesa el producto desde el origen hasta su destino, desde la fabricación hasta el consumo.

Los canales de distribución constituyen la ruta que toma un producto para pasar del productor al consumidor final.

Figura N° 8. Canales de distribución



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

El proceso de seleccionar el canal más adecuado para la distribución del producto se basa en tres aspectos: cobertura del mercado, control del producto y los costos.

2.4.11 Comercialización

“Comercializar un producto es encontrar para él la presentación y el acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores, la red más apropiada de distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal”. (Guerrero & Yamisleydis, 2009)

Comercialización es el conjunto de actividades que permiten al productor llevar un servicio o bien al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar, previo análisis de las necesidades de los consumidores y utilización de estrategias de marketing.

2.5 Fundamentos del estudio técnico

2.5.1 Localización del proyecto

La localización del proyecto comprende la macrolocalización y microlocalización que va en función de la ubicación del mercado meta, la materia prima, la mano de obra e infraestructura disponible.

2.5.2 Macrolocalización

La macrolocalización consiste en determinar la zona general en donde se instalará la empresa o planta productiva, es decir establecer el país, la provincia y el cantón.

2.5.3 *Microlocalización*

La microlocalización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa, por ende implica establecer la ciudad, parroquia, barrio, calles principales y número de residencia.

2.5.4 *Tamaño del proyecto*

Fernández (2007, pág. 43), menciona:” El tamaño de la planta está definido por la cantidad a producir en función de la fracción del mercado que se desea satisfacer.”

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse tomando en cuenta el volumen de producción y el tamaño de mercado a satisfacer.

2.5.5 *Ingeniería del proyecto*

La ingeniería de un proyecto permite determinar aspectos de gran importancia para la ejecución del mismo, tales como identificar los procesos productivos, la maquinaria a utilizarse, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para el correcto funcionamiento del proyecto.

2.5.6 *Procesos*

El proceso productivo es una combinación y acumulación ordenada y dinámica de todos y cada uno de las actividades que requiere llevar a cabo la

producción, mismos que deben ser ordenados, controlados y registrados adecuadamente para conseguir así una eficiencia y ahorro de tiempo en las actividades.

2.5.7 *Flujogramas de procesos*

Los flujogramas son representaciones gráficas que indican la secuencia de un proceso, como también la interacción de etapas dentro de un procedimiento; de manera que permita su fácil visualización y análisis aplicados, con el fin de establecer los problemas y oportunidades de mejora en cada una de las actividades que intervienen en el proceso.

2.5.8 *Inversión fija*

Constituyen aquellos recursos tangibles, tales como: terreno, edificios, muebles y enseres, maquinarias y equipos, necesarios para la realización del proyecto.

2.5.9 *Capital de trabajo*

El capital de trabajo es el recurso económico (efectivo) necesario para que la empresa pueda operar, hasta que genere sus propios ingresos, por tanto el capital de trabajo se convierte en la capacidad que tiene la empresa para seguir ejerciendo con regularidad las funciones y actividades en un corto plazo. El capital de trabajo cubre los siguientes rubros:

- Adquisición de materiales e insumos: materia prima directa y materia prima indirecta.
- Adquisición de activos fijos

- Pago de salarios.- mano de obra directa y mano de obra indirecta
- Pago costos indirectos
- Gastos de administración
- Imprevistos: Dinero utilizado en situaciones no planificadas.

2.5.10 Inversión diferida

La inversión diferida constituye los gastos iniciales para la creación de una empresa, en los que constan gastos de constitución e instalación, registro sanitario, permisos de operación, entre otros.

2.6 Fundamentos económicos y financieros

2.6.1 Contabilidad

Según Omeñaca (2008, pág. 21), expresa:

Contabilidad es la ciencia que orienta a los sujetos económicos, para que estos coordinen y estructuren en libros y registros adecuados la composición cualitativa y cuantitativa de su patrimonio (estática contable), así como las operaciones que modifican, amplían o reducen dicho patrimonio (= dinámica contable).

La contabilidad es el arte de registrar y analizar las operaciones comerciales de forma sistemática y ordenada, con el fin de conocer la situación económica financiera de la empresa; y para de esta manera tomar decisiones que beneficien a la misma.

2.6.1.1 Importancia de la contabilidad

La importancia de la contabilidad radica en proporcionar información financiera adecuada y oportuna de las actividades comerciales que realiza la empresa, facilitando de esta manera a los responsables e interesados tomar las respectivas decisiones en cuanto a determinar políticas de acción de mejoras o la necesidad de inversión; por tanto la contabilidad constituye una valiosa herramienta.

2.6.1.2 Objetivos de la contabilidad

- Informar de la situación económica financiera de la empresa, tanto en su aspecto cuantitativo como en su aspecto cualitativo, a través de los estados financieros.
- Notificar de los resultados obtenidos en cada ejercicio económico, detallando los ingresos y egresos incurridos en cada período.
- Indicar las causas de dichos resultado, para saber el porqué de esas pérdidas y de esas ganancias.

2.6.2 Inversión

Según la página web de Eco-finanzas (2012), se manifiesta que:

Inversión es aquella parte de la producción que no se destina al consumo inmediato sino a la producción de nuevos bienes de consumo o de nuevos bienes de Capital. En este sentido es equivalente a la acumulación de activos físicos, para lo cual es necesario reponer el stock de capital que se gasta en el proceso de producción, además de incrementar dicho stock.

Invertir es hacer uso del capital en la compra de activos, instrumentos financieros o de algún tipo de actividad comercial, con el fin de incrementarlo y obtener beneficios futuros y distribuirlos en el tiempo. Por lo general el capital o recurso financiero es colocado en títulos valores o en cualquier documento financiero, con el fin de obtener utilidades.

2.6.3 Ingresos

Martínez (2009, pág. 61), manifiesta: “Será ingreso todo aumento de recursos obtenidos como consecuencia de la venta de productos comerciales o por la prestación de servicios, habituales o no, además de los beneficios producidos en un ejercicio económico”.

Son cuentas acreedoras que representan ganancias y aumentos de capital de la empresa. Son el resultado positivo y rentable en la venta de bienes y prestación de servicios durante un periodo de tiempo.

2.6.4 Costos

Los costos son valores monetarios recuperables que incurren en un proceso de producción o fabricación de productos en un determinado periodo de tiempo.

Los costos de producción abarcan tres rubros: materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, siendo el último la agrupación de los materiales indirectos, mano de obra indirecta y otros costos indirectos que forman parte esencial para el producto final.

2.6.5 Gastos

Mallo & Pulido (2008, pág. 473), manifiestan: “Los gastos representan el consumo de recursos productivos que realiza la empresa para desarrollar su proceso de creación de valor, que encuentra su contraprestación en los ingresos que generan sus ventas de bienes y servicios”.

Los gastos corresponden a los egresos o salidas de dinero en las etapas de administración, venta y financiamiento de la empresa. Los gastos representan cuentas deudoras y estas son valores que no se pueden recuperar, ya que cubren erogaciones en el funcionamiento de la organización.

2.6.6 Estados financieros

Son informes financieros que representan en forma documentada el resultado de todo el ejercicio contable de la empresa durante un periodo de tiempo, con el fin de conocer su situación económica. Los estados financieros son presentados a la alta dirección para la respectiva toma de decisiones. Dentro de los principales y básicos, están:

- Balance General
- Estado de Resultados
- Flujo de Caja

2.6.6.1 Balance General

El Balance General es un estado financiero que muestra detalladamente los activos, pasivos y patrimonio que posee una empresa a

una fecha determinada. Su elaboración se lo realiza cada año (01 de enero al 31 de diciembre) al culminar el ejercicio contable de la empresa, de esta manera el Balance General permite conocer la situación financiera que tiene la organización para su respectivo análisis y toma de decisiones en relación a realizar inversiones.

2.6.6.2 Estado de Resultados

También conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias, presenta los resultados de las operaciones de una empresa durante un periodo específico sea este trimestral o anual; y resume los ingresos generados y los gastos incurridos por la empresa durante el periodo contable.

2.6.6.3 Flujo de caja

El flujo de caja es un estado financiero que resume los orígenes y operaciones de efectivo durante un período determinado.

2.6.7 Evaluación financiera

La evaluación financiera establece y analiza los beneficios netos que obtendría el factor capital al comportamiento de un proyecto específico.

Mediante los evaluadores financieros se puede establecer la factibilidad que tiene el proyecto dentro de los escenarios, demostrando así la posibilidad de tener éxito o por lo menos trate de ser factible. Dentro de los principales se hallan:

2.6.7.1 Valor actual neto – VAN

Rico & Sacristán (2012, pág. 210), expresan: “El valor actual neto (VAN) de un proyecto de inversión se define como la suma de los valores actualizados de todos los flujos de caja asociados a la realización de la inversión, menos el desembolso inicial”.

$$VAN = -Inversión + \sum \frac{Flujos\ de\ Caja\ Neto}{(1 + i)^n}$$

Este evaluador financiero permite conocer el valor del dinero actual que va a recibir el proyecto en el futuro. Es decir el valor del dinero a futuro expresado en poder adquisitivo del presente. Por ende, la regla es aceptar toda inversión, cuando el VAN sea mayor a cero.

- Si el VAN es (+) significa que se va a recibir más dinero que el correspondiente a la inversión inicial del proyecto. Esto indica el proyecto es potencialmente atractivo.
- Si el VAN=0 se ha encontrado la Tasa Interna de Retorno. Lo que se recibe = inversión inicial.
- Si el VAN es (-) no hay atractivo financiero, se recibe menos de lo invertido.

2.6.7.2 Tasa interna de retorno – TIR

Rico & Sacristán (2012, pág. 214), manifiestan: “La tasa interna de rentabilidad es aquella tasa que hace que el valor actual neto de la inversión sea igual a cero”.

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

En donde:

Ti = Tasa Inferior

Ts = Tasa Superior

VAN Ti = Valor Actual Neto con tasa inferior

VAN Ts = Valor Actual Neto con tasa superior

Por lo tanto, la TIR es la rentabilidad que tiene el proyecto durante su vida útil. Y es igual matemáticamente al VAN= 0. Según este criterio a la empresa solo le interesará realizar aquellos proyectos cuya tasa interna de rentabilidad sea superior a la tasa de rendimiento medio.

- TIR > TRM= Proyecto ejecutable.
- TIR = TRM: Indiferencia
- TIR < TRM : Proyecto no ejecutable

2.6.7.3 *Relación beneficio- costo*

“Es la relación entre el valor presente de todos los ingresos del proyecto sobre el valor presente de todos los egresos del proyecto, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto”. (Contabilidad y Finanzas, 2012)

$$B/C = \frac{\Sigma \text{Ingresos Deflactados}}{\Sigma \text{Egresos Deflactados}}$$

El análisis del beneficio- costo hace referencia al comportamiento de los ingresos y los egresos, es decir cuánto invierte y cuánto genera ésta inversión, de manera que permita la toma de decisión óptima.

- B/C >1: Indica que existe una buena compensación entres ingresos y egresos. El proyecto es viable, porque genera aportes económicos y sociales a la comunidad independientemente de que el VAN sea negativo o igual a cero porque el impacto de la inversión es social y no toma en cuenta la rentabilidad.
- B/C = 1: Hay indiferencia, es decir los ingresos y los gastos son similares. Es indiferente realizar o no la inversión desde el punto de vista financiero.
- B/C <1: Hay mayor gasto que ingreso, por lo tanto el proyecto no es aconsejable.

2.6.7.4 Tasa de rendimiento beneficio- costo

La tasa de rendimiento beneficio/costo, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial. La regla del TRBC afirma que se debe emprender una inversión si su tasa es superior a 1.

$$TRBC = \frac{\Sigma \text{Flujos Netos Deflactados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

2.6.7.5 Periodo de recuperación de la inversión

Besley & Eugene (2008, pág. 365), expresan: “Periodo de recuperación es la extensión del tiempo en que se recupera el costo original de una inversión de sus flujos de efectivo esperados”.

El periodo de recuperación es el tiempo necesario para que una inversión genere flujos de efectivo suficientes para recuperar la inversión inicial.

2.6.7.6 Punto de equilibrio

Es una herramienta de análisis y de toma de decisiones que expresa el volumen de producción y ventas necesarias para no perder ni ganar. Representa el valor que permite iniciar la recuperación de la inversión.

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

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

2.7 Fundamentos administrativos

2.7.1 Administración

Robbins & Coulter (2010, pág. 5), expresan: “Administración se refiere al proceso para conseguir que se hagan las cosas con eficiencia y eficacia, a través de otras personas y junto con ellas”.

Administración es la habilidad de coordinar las actividades empresariales y la forma de utilizar los recursos necesarios para su funcionamiento de manera óptima, eficiente y eficaz con el fin de obtener excelentes resultados.

2.7.2 Niveles administrativos

2.7.2.1 Nivel directivo

Las funciones principales del nivel directivo son legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor

desarrollo administrativo y operativo de la empresa. Este organismo constituye el primer nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Socios.

2.7.2.2 Nivel ejecutivo

Este mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

2.7.2.3 Nivel asesor

El nivel asesor no tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa.

2.7.2.4 Nivel auxiliar o de apoyo

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

2.7.2.5 Nivel operativo

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

Los niveles administrativos permiten establecer un orden de superioridad o de subordinación entre el personal que labora en la empresa. Es decir, existe una organización jerárquica definida en base al nivel de autoridad, responsabilidad y deberes; que engloba la comunicación, coordinación y supervisión.

2.7.3 Misión

Publicaciones Vértice S.L (2008, pág. 39), expresa “La misión de la empresa es el punto de partida de la actividad de la empresa cuya definición tiene mucho que ver con el negocio (actividad productiva y comercial) de la misma”.

La misión constituye la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. La misión está en función de sus actividades, y a la vez es definida y perfeccionada en forma estratégica. Para su planteamiento se toma en cuenta ciertos puntos, tales como: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, los productos y servicios a ofertar.

2.7.4 Visión

Hitt, Ireland, & Hoskisson (2008, pág. 19), manifiestan “La visión es una panorámica de todo lo que, en un sentido amplio, quiere ser una empresa y de aquello que quiere lograr en última instancia”.

La visión empresarial es la perspectiva a futuro que la organización se fija para el logro de metas, en beneficio interno como externo, es decir en

función del entorno. La importancia de visión radica en que es una fuente de inspiración y anhelo para el negocio, sin perder la esencia de la iniciativa empresarial planteada, y que a la vez engloba a todo el personal (administrativo y operativo) a trabajar por un motivo y en la misma dirección.

2.7.5 Organigrama

Medina & Correa (2010, pág. 127), manifiestan: “El Organigrama es una representación gráfica de la estructura del proyecto que permite visualizar correctamente las relaciones que se producen entre los distintos miembros que conforman la organización”.

El organigrama, instrumento importante que indica cómo está organizada internamente una empresa u organización mediante estructuras departamentales, utilizado en la teoría y práctica administrativa.

La estructura formalizada en un organigrama constituye el marco formal de autoridad y responsabilidad, en el cual, las actividades se desarrollan con el cumplimiento de la misión y objetivos planteados y controlados.

2.7.6 Normas INEN

Son normas adoptadas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización que disponen la producción de bienes y servicios de óptima calidad con el fin de garantizar la participación competitiva y diversificada de la producción ecuatoriana en el mercado internacional.

Las normas INEN establecen mecanismos de calidad, garantizando el claro cumplimiento de los derechos de los ciudadanos ecuatorianos en relación a la seguridad, protección de vida y salud humana; como también la preservación del medio ambiente, puntos clave para promover e incentivar la competitividad sana y de calidad.

Así mismo, las normas INEN permiten la equidad de comercialización de bienes y servicios, sean estas nacionales o importadas, direccionada desde el proceso de fabricación hasta la presentación del producto terminado, incluyendo medidas sanitarias, fitosanitarias e ictiosanitarias; que faciliten el acceso del producto ecuatoriano al mercado internacional. Es así, que si un producto fabricado en el exterior quiere ingresar al mercado nacional, deberá establecer su cumplimiento de reglamentos técnicos, mediante un certificado de conformidad por un Organismo de Certificación Acreditada.

2.7.7 Registro sanitario

Reglamento de carácter obligatorio, aplicado a todo alimento procesado y aditivos alimenticios sean industriales o agrícolas que se expendan directamente al consumidor. Consiste en el registro del proceso realizado, a modo de satisfacer los requerimientos de salubridad, de manera que se garantice el derecho de las personas a una calidad de vida que asegure la salud, alimentación y nutrición.

El otorgamiento del registro sanitario está avalado por el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez, regulada por el Ministerio de Salud Pública.

2.7.8 Normas de calidad ISO

ISO 9000 es un conjunto de normas sobre calidad y gestión de calidad, establecidas por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad orientada a la producción de bienes o servicios. La función principal es buscar la estandarización de los productos, la calidad del diseño y la seguridad de las empresas u organizaciones. Su implementación compleja y ventajosa ofrece:

- a. Estandarizar las actividades del personal que trabaja dentro de la organización por medio de la documentación.
- b. Incrementar la satisfacción del cliente al asegurar la calidad de productos y servicios de manera consistente, dada la estandarización de los procedimientos y actividades.
- c. Medir y monitorear el desempeño de los procesos.
- d. Incrementar la eficacia y/o eficiencia de la organización en el logro de sus objetivos.
- e. Mejorar continuamente en los procesos, productos, eficacia, entre otros.
- f. Reducir las incidencias negativas de producción o prestación de servicios.

CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

El estudio de mercado constituye el elemento de mayor importancia, ya que permite visualizar la viabilidad y factibilidad comercial del proyecto antes de su implementación; además ayuda a evaluar periódicamente los cambios y tendencias en el mercado que se está atendiendo. El presente estudio implica un análisis profundo de las variables: oferta, demanda, mercado, comercialización, precio y producto; basado en la investigación de campo.

Dado que la presentación diversificada de las semillas de calabaza permite alcanzar diferentes tipos de mercado, siendo así los niños, jóvenes y adultos; se toma en cuenta a la población cotacacheña para determinar el grado de aceptación y por ende determinar la demanda del proyecto.

El análisis profundo realizado en el presente estudio permite aplicar las cuatro P de marketing (producto, precio, plaza y promoción/publicidad), de manera que el producto final tenga un valor agregado, es decir una ventaja competitiva, que le haga diferente a la competencia; y por ende garantizar su comercialización y la obtención de óptimos resultados.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 *Objetivo general*

Realizar un estudio de mercado que permita determinar el nivel de aceptación de las semillas de calabaza en los posibles consumidores e identificar los actuales comerciantes del mismo, para así conocer la demanda y oferta del producto.

3.2.2 *Objetivos específicos*

- Determinar el producto a ofertarse en el mercado.
- Identificar la demanda de las semillas de calabaza en la ciudad de Cotacachi.
- Determinar la oferta de las semillas de calabaza en el mercado.
- Establecer la demanda insatisfecha.
- Determinar el precio del producto en términos aceptables.
- Formular estrategias de comercialización que permitan el ingreso y posicionamiento del producto en el mercado.

3.2.3 *Variables e indicadores del estudio de mercado*

a. *Producto*

- Presentación del producto

- Diseño de la etiqueta

b. Demanda

- Consumidores
- Cantidad demandada
- Proyección de la demanda

c. Oferta

- Competidores
- Cantidad Ofertada
- Proyección de la oferta

d. Precio

- Mecanismo para determinar precios

e. Comercialización

- Canales de Distribución
- Estrategias de marketing

3.2.4 Matriz del Estudio de Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	PÚBLICO META
Determinar el producto a ofertarse en el mercado.	Producto	- Presentación del producto - Diseño de la etiqueta	- Encuestas	- Consumidores - Comercializadores
Identificar la demanda de las semillas de calabaza en la ciudad de Cotacachi.	Demanda	- Consumidores - Cantidad demandada - Proyección de la demanda	- Encuestas - Observación directa	- Consumidores
Determinar la oferta de las semillas de calabaza en el mercado.	Oferta	- Competidores - Cantidad Ofertada - Proyección de la oferta	- Encuestas - Observación Directa	- Comercializadores - Comerciantes Indirectos
Determinar y analizar el precio del producto en términos aceptables.	Precio	- Mecanismo para determinar precios	- Encuestas - Observación Directa	- Comercializadores - Comerciantes Indirectos
Formular estrategias de comercialización que permitan el ingreso y posicionamiento del producto.	Comercialización	- Canales de Distribución - Estrategias de marketing	- Encuestas - Observación Directa	- Consumidores

Fuente: Planteamiento de objetivos, variables e indicadores del Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autoras.

3.3 Población y Muestra

Para ejecución del proyecto de investigación se tomó en cuenta los datos del último censo poblacional realizado en el 2010, de acuerdo con la fuente, la ciudad de Cotacachi cuenta con una población de 17.139 habitantes, distribuidos entre zonas urbana y rural. En el planteamiento del proyecto se utilizará únicamente el total de hogares que es 4.285, considerando que el promedio por hogar es de 4 personas.

Asimismo se utilizó en el presente estudio la población comercializadora, que según información obtenida por el departamento de patentes del Municipio de Cotacachi, se determinó que existen 105 negocios entre tiendas, micromercados y supermercados registrados hasta el año 2013.

3.3.1 Población proyectada

El total de familias se proyectó al año 2013 utilizando la tasa de crecimiento poblacional de Cotacachi, según el INEC 2010 corresponde al 1,48%. Se utilizó la siguiente fórmula:

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

$$PP = 4.285 (1 + 0,0148)^3$$

$$PP = 4.478$$

El resultado es de 4.478 familias en la ciudad de Cotacachi, luego de realizarse la proyección al año 2013.

3.3.2 *Cálculo de Muestra*

Se empleó la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra de conformidad con las familias de la ciudad de Cotacachi y el número de negocios.

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

Simbología:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = Error máximo admisible 5%

Z² = Nivel de confianza 95%

δ² = Varianza

3.3.2.1 *Cálculo de muestra de los consumidores*

Datos:

N: 4.478 familias

e: 5%

z²: Nivel de confianza del 95%: 1,96

δ²: valor constante de 0,25

$$n = \frac{4.478(0.25)(1.96)^2}{0.05^2(4.478 - 1) + (0.25)(1.96)^2}$$

$$n = 353$$

3.3.2.2 *Cálculo de muestra de los negocios*

Datos:

N: 105 tiendas y micromercados

e: 5%

z²: Nivel de confianza del 95%: 1,96

δ²: valor constante de 0,25

$$n = \frac{105(0.25)(1.96)^2}{0.05^2(105 - 1) + (0.25)(1.96)^2}$$

$$n = 83$$

3.4 Análisis e interpretación de los resultados

3.4.1 Encuestas realizadas a los consumidores (anexo 2)

1. ¿Consume usted semillas de calabaza?

Cuadro N° 9. Hábito de consumo de las semillas de calabaza

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	166	47%
Casi siempre	152	43%
De repente	35	10%
Nada	0	0%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores, 2013
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De acuerdo al cuadro anterior, casi la mitad de la población encuestada consume semillas de calabaza constantemente, en un porcentaje menor lo adquieren en forma habitual y una pequeña parte consumen de manera regular. Concluyendo así que existe una buena inclinación por los hábitos de consumo del producto, ya que consumido en la comida ecuatoriana.

2. ¿Usted tiene conocimiento sobre los beneficios nutricionales y medicinales de las semillas de calabaza?

Cuadro Nº 10. Conocimiento de los beneficios de las semillas de calabaza

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	184	52%
Poco	145	41%
Nada	25	7%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Según los resultados obtenidos de la investigación realizada, se determina que más de la mitad de la muestra, tienen un claro conocimiento de los beneficios medicinales como nutricionales que posee las semillas de calabaza, otra parte de la población encuestada no conocen a profundidad las características nutritivas de las semillas, y en un bajo porcentaje no están al tanto de las bondades que ofrece el producto, esto se debe a que las pepas de calabaza no están muy difundidas en el ámbito gastronómico y por ende su importante composición nutricional. Por tanto se concluye que el proyecto además de brindar un producto al mercado, se enmarcará en la difusión de sus propiedades, medio que facilitará su buena acogida por la sociedad.

3. ¿De qué manera le gustaría consumir las semillas de calabaza?

Cuadro N° 11. Forma de consumo de las semillas de calabaza

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Naturales	184	52%
Tostadas saladas	169	48%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De acuerdo al cuadro anterior, se desprende que la mitad de las personas encuestadas desean adquirir las semillas de calabaza en estado natural, debido a que son utilizados para diferentes preparaciones gastronómicas, la diferencia optan por las semillas tostadas y saladas. Esto concluye que ambas formas de presentación del producto permite satisfacer varios gustos y preferencias de los consumidores.

4. ¿Estaría de acuerdo en adquirir las semillas de calabaza naturales en presentaciones de 40 gramos y las tostadas saladas en presentaciones de 20 gramos?

Cuadro N° 12. Preferencia de las presentaciones del producto

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	184	52%
De acuerdo	169	48%
En desacuerdo	0	0%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De la información obtenida y representada en el cuadro anterior se deduce que en su mayoría, está de acuerdo que la presentación de las semillas de calabaza naturales sea en una proporción de 40 gramos y las semillas tostadas saladas con un contenido de 20 gramos. Esto se debe a que el consumo del producto está de acuerdo a las necesidades y sobre todo a la economía de cada persona. Dichos resultados permiten afirmar la excelente acogida que tendrá la presentación del producto.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la compra de las semillas de calabaza?

Cuadro N° 13. Precio de las semillas naturales 40 gramos

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,70 - 0,75 ctvs	353	100%
0,76 - 0,80 ctvs	0	0%
0,81 - 0,85 ctvs	0	0%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De acuerdo al cuadro precedente, la totalidad de la población encuestada establece que el precio adecuado de las semillas de calabaza naturales de 40 gramos este en un rango de 0,70 a 0,75 centavos, de tal forma que 0,75 centavos constituyen un precio accesible, que se ajusta a la economía de cada consumidor.

Cuadro N°14. Precio de las semillas tostadas saladas 20 gramos

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,40 - 0,45 ctvs	353	100%
0,46 - 0,50 ctvs	0	0%
0,51 - 0,55 ctvs	0	0%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De acuerdo al anterior cuadro, la totalidad de los encuestados establece que los precios adecuados de las semillas de calabaza tostadas y saladas de 20 gramos este en un rango de 0,40 a 0,45 centavos, de tal forma que 0,40 centavos constituyen un precio accesible, que se ajusta al bolsillo de cada consumidor final.

6. ¿Cuántas funditas de semillas de calabaza tanto naturales como tostadas y saladas le gustaría consumir a la semana?

Cuadro N° 15. Cantidad de consumo de las semillas de calabaza

OPCIONES	cinco	siete	nueve	Más de 10	Total
Semillas naturales	286	49	11	7	353
Semillas tostadas	347	5	1	0	353

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Se observa que la mayor parte de los encuestados consumirían cinco unidades sean en las presentaciones naturales o tostadas y saladas, seguido por el consumo de siete unidades a la semana y en un porcentaje mínimo entre 9 y 10 unidades. Esto demuestra que la demanda de las semillas de calabaza es óptima y de agrado a las personas, concluyendo que el grado de aceptación del producto es bueno, por tanto el proyecto asegura un buen mercado.

7. ¿Le gustaría que el empaque de las semillas de calabaza sea en?:

Cuadro N° 16. Empaque del producto

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fundas plásticas	304	86%
Envases plásticos	49	14%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Según los resultados de la investigación realizada una gran mayoría prefiere el empaque del producto en fundas plásticas y la diferencia en un bajo porcentaje que optan por envases plásticos, por tanto se concluye que las fundas plásticas constituyen el empaque de mayor comodidad y fácil de desecharlo; y en muchos casos reutilizables, medio que permite establecer equilibrio con aspectos de medio ambiente.

8. ¿En qué lugar le gustaría comprar las semillas de calabaza?

Cuadro N° 17. Lugar de compra

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	300	85%
Micromercados	53	15%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada, gran parte de la población encuestada prefiere encontrar el producto en pequeñas tiendas y el resto piensa que sería mejor exhibir las semillas de calabaza en los micromercados, ya que en este se encuentra variedad de productos. Por tanto se concluye que ambos canales de distribución son los indicados para la venta del producto.

9. ¿Cómo le gustaría que se promocioe las semillas de calabaza?

Cuadro N° 18. Preferencia del medio publicitario

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Medio radial	99	28%
Internet	159	45%
Hojas volantes	74	21%
Prensa Escrita	21	6%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De los resultados obtenidos, se determina en un porcentaje considerable que el uso del internet es un medio publicitario adecuado al producto, otros se orientan por el medio radial, ciertos encuestados se inclinan por la repartición de hojas volantes y pocos señalan que la prensa escrita es el medio de difusión adecuado al producto. Concluyendo así que gracias a la tecnología el internet funciona como un medio de comunicación eficaz y a gran velocidad, llegando así la información a casi todo el mundo.

Datos técnicos

Cuadro N° 19. Género

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	177	50%
Masculino	176	50%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro N° 20. Edad

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 - 25 años	92	26%
26 - 40 años	187	53%
41 - 55 años	46	13%
Más de 60 años	28	8%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De la investigación realizada, se aborda que tanto mujeres como hombres conforman el mercado consumidor, destacando por quienes tienen mayor inclinación de consumo, constituyendo un mercado meta entre edades de 10 a 60 años. Por tanto se concluye que cada familia u hogar formará parte de la demanda potencial de las semillas de calabaza tanto naturales como tostadas y saladas.

3.4.2 Encuestas realizadas a los negocios (anexo 3)

1. ¿Comercializa usted maní?

Cuadro N° 21. Comercialización del maní

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	66	80%
Poco	17	20%
Nada	0	0%
TOTAL	83	100%

Fuente: Encuesta a negocios, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De acuerdo al cuadro anterior se desprende que la mayor parte de las tiendas comercializa bastante maní y en un bajo porcentaje señala que su venta es escasa. Por tanto se concluye que es un producto oleaginoso de gran consumo por todos los miembros de la familia, ya sea por su sabor o por sus propiedades nutricionales, medio que establece que las semillas de calabaza se convertiría en un producto sustituto si logra abarcar dichos porcentajes.

2. ¿Cuántas unidades de maní de 20 gramos comercializa semanalmente?

Cuadro N° 22. Venta semanal de maní

FUNDITAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30 – 50	17	20%
51 – 70	22	27%
71 - 90	33	40%
Más de 100	11	13%
TOTAL	83	100%

Fuente: Encuesta a negocios, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Según el cuadro anterior, se demuestra que en un porcentaje considerable las tiendas y micromercados comercializan semanalmente de 71 a 90 fundas de maní, seguido de quienes tienen una venta de 51 a 70 unidades, así mismo existe una venta de 30 a 50 unidades de algunos negocios, dichos porcentajes determinan que el maní es un producto de buena comercialización y por ende el nuevo producto tendrá gran acogida en el mercado, ya que sus características son similares.

3. ¿En qué precios adquiere usted la fundita de maní de 20 gramos?

Cuadro N° 23. Precio de maní 20 g

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,30 centavos	83	100%
0,35 centavos	0	0%
0,40 centavos	0	0%
TOTAL	83	100%

Fuente: Encuesta a negocios, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De los resultados obtenidos, se determina que el precio de la funda de maní comercializado en las tiendas y micromercados en presentaciones de 20 gramos, está en 30 centavos. Concluyendo que dicha cantidad representa un precio referencial para el nuevo producto, tomando en cuenta que su utilización en la alimentación es similar.

4. ¿Estaría usted de acuerdo en comercializar semillas de calabaza naturales en presentaciones de 40 gramos y tostadas saladas en presentaciones de 20 gramos?

Cuadro N° 24. Aceptación para comercializar semillas de calabaza

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	72	87%
De acuerdo	11	13%
En desacuerdo	0	0%
TOTAL	83	100%

Fuente: Encuesta a negocios, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Del cuadro representado anteriormente, en su mayor parte aceptan comercializar el producto, ya que de esta manera se podrá ampliar la gama de productos a ofertar y más aún si son de gran interés por parte de los consumidores. Por tanto se concluye que las tiendas y micromercados de Cotacachi, se convertirían en el canal de distribución de las semillas de calabaza en sus dos presentaciones hacia el consumidor final.

5. ¿Cuántas unidades o funditas de semillas de calabaza estaría dispuesto a adquirir semanalmente?

Cuadro N° 25. Compra semanal de semillas de calabaza

OPCIONES	20 unid.	30 unid.	40 unid.	50 unid.	Total
Semillas naturales	50	22	7	4	83
Semillas tostadas	68	10	5	0	83

Fuente: Encuesta a negocios, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De los datos obtenidos y representados en el cuadro anterior se determina que ambos productos en sus dos presentaciones tendrían una buena demanda, considerando que en un porcentaje mayor comprarían semanalmente 20 unidades, seguido por quienes optan que 30 unidades sería la cantidad óptima, y en porcentajes menores la opción de 40 y 50 unidades de semillas de calabaza tanto naturales como tostadas y saladas. Por tanto se determina que 20 unidades es la cantidad promedio de compra semanal por parte de los negocios, tanto de la presentación de 40 gramos naturales, como de las de 20 gramos correspondiente a las tostadas y saladas.

6. ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar a las siguientes presentaciones de semillas de calabaza?

Cuadro N° 26. Precio semillas naturales 40 g

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,70 centavos	83	100%
0,80 centavos	0	0%
TOTAL	83	100%

Fuente: Encuesta a negocios, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De los datos obtenidos y presentados en el cuadro anterior, se deduce que las tiendas y micromercados pagarían 0,70 centavos de dólar por una porción de 40 gramos de semillas de calabaza en estado natural, dado que es un precio accesible a vender.

Cuadro N° 27. Precio semillas tostadas 20 g

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,40 centavos	83	100%
0,50 centavos	0	0%
TOTAL	83	100%

Fuente: Encuesta a negocios, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De los datos presentados en el cuadro anterior, la totalidad optan por el precio de 0,40 centavos de dólar por la presentación de 20 gramos de semillas de calabaza tostadas saladas, considerando que el producto es más difícil de obtener.

7. ¿Estaría usted de acuerdo en adquirir las semillas de calabaza a una nueva empresa que se cree en Cotacachi?

Cuadro Nº 28. Disposición a adquirir el producto a nuestra empresa

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	80	96%
De acuerdo	3	4%
En desacuerdo	0	0%
TOTAL	83	100%

Fuente: Encuesta a negocios, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De todos los negocios encuestados, la mayor parte estarían dispuestos a adquirir las semillas de calabaza sea naturales como tostadas y saladas, esto se debe a que hay un gran interés de vender este producto. Concluyendo a que la empresa ya tiene asegurado que las tiendas y micromercados serán su canal de distribución, para que los productos lleguen al consumidor final.

3.4.3 Entrevista realizada a los comerciantes indirectos de pepas de sambo y zapallo del mercado Jatuk Cem- Cotacachi

Entrevistados:

Nombres: Sra. María Andrango, Sra. Cecilia Bonilla, Sra. Lourdes Liquinchana y Sr. José Morales.

Cargos: Vendedores de granos andinos – Mercado Jatuk Cem Cotacachi

Año: 2013

Entrevistadores: Srta. Tamia Farinango y Srta. Cristina Benalcázar

1. ¿Cuánto vende semanalmente y cuál es precio promedio de las pepas de sambo y zapallo?

Nosotros como comerciantes de estas pepitas, tenemos una venta de aproximadamente 10 libras a la semana a un precio de \$3 la libra de semillas peladas, ya que para sacar la pepa y poder pelarla es algo difícil; esto tomando en cuenta que solo se vende en las ferias del día domingo. Si la venta fuera permanente nos permitiría tener mejores ingresos. (Sra. María Mercedes Andrango).

2. ¿Qué opinión tiene sobre el consumo de las pepas de sambo y zapallo en la comida de los cotacacheños?

Estas semillas constituyen un producto muy aprovechado en la comida doméstica de nuestras familias, ya que son muy ricas en vitaminas y minerales, ayudan a nuestro organismo, porque son fuentes medicinales, los

niños y adultos lo consumen ya que las pepas son como antiparasitarios y medicina tradicional para muchas enfermedades del cuerpo, pese a esto la gente no tiene un conocimiento profundo de estas bondades. (Sra. Lourdes Liquinchana).

3. ¿Cree usted que la venta de pepas de sambo y zapallo tiene una buena acogida en el mercado?

Comercialmente las pepas de sambo y zapallo tienen una venta baja, debido a las pocas personas que lo venden, pero si el producto se comercializara en forma permanente tendría una buena acogida, ya que a las personas les gusta mucho por ser un producto muy rico y nutritivo. Hace un año solo existían 3 personas que vendían estas pepas, pero como se vendía todo lo que se exponía en el mercado, en la actualidad hay 4 vendedores de este producto, que es utilizado en muchas preparaciones gastronómicas, por lo general se utilizan para hacer salsas, ají, y otros lo consumen como el maní salado. (Sr. José Morales).

4. ¿Por qué cree usted que no existen más vendedores de este producto?

No existe muchos vendedores de las pepas de sambo, ya que para obtener las semillas se tiene un grado de dificultad, sin embargo muchos agricultores, debido a la aparición de sustitutos, como el maní han dejado de cultivarlas, existe un descuido y abandono de estas plantas. Creo que debería existir una difusión de rescate al cultivo de las pepas de sambo y zapallo, porque permitiría mejorar nuestra alimentación sana y en nuestro caso poder obtener un ingreso extra en la venta de este producto. (Sra. Cecilia Bonilla).

3.5 Mercado meta

El mercado meta, al cual va dirigido el producto en inicio es la población de la ciudad de Cotacachi, a medida que el producto gane posicionamiento y cambie la cultura de consumo se podría tener ventas significativas a futuro.

Siendo el mercado potencial de las semillas de calabaza en estado natural, las familias, quienes durante la compra de alimentos desean adquirirlos para sus comidas. Mientras que los jóvenes en una edad de 12 a 25 años formarán parte del mercado de las semillas de calabaza tostadas saladas.

3.6 Análisis y proyección de la demanda

En esta época, el mercado está encaminado hacia los productos que poseen un alto número de vitaminas y minerales, de manera que mientras más propiedades nutricionales y medicinales tengan los productos mayor aceptación tendrán estos por parte de los consumidores.

La producción de semillas de calabaza es alentadora debido a que hay una reducida oferta en el mercado, razón por la cual existe un alto grado de demanda insatisfecha.

A través de los resultados obtenidos y presentados en el cuadro N° 15, permite tener una idea clara sobre la tendencia del comportamiento de la

demanda actual de las semillas de calabaza en sus dos presentaciones. Por tanto la demanda semanal de semillas de calabaza naturales está en un promedio de 5 unidades de 40 gramos por cada familia y de la misma manera la demanda semanal de semillas tostadas saladas; obteniendo así una demanda semanal de 300* gramos de semillas de calabaza por cada hogar o familia * 300 g = (5 x 40g) + (5 x 20g).

Cuadro N° 29. Demanda actual por gramos

AÑO	POBLACIÓN POR FAMILIAS	DEMANDA SEMANAL (Gramos)	DEMAND ANUAL (Gramos)	DEMANDA TOTAL ANUAL (Gramos)
2013	4.478	300	14.400	64.480.642

Fuente: Cuadro N° 15

Elaborado por: Las Autoras

La proyección de la demanda se realizó a través del método de crecimiento exponencial, cuya tasa de crecimiento es del 1,48%; según datos del último censo poblacional 2010.

Cuadro N° 30. Población proyectada por familias

AÑO	POBLACIÓN POR FAMILIAS
2014	4.544
2015	4.611
2016	4.680
2017	4.749
2018	4.819

Fuente: Último censo poblacional INEC (2010)

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro N° 31. Demanda proyectada por gramos

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2014	65.434.956
2015	66.403.393
2016	67.386.163
2017	68.383.479
2018	69.395.554

Fuente: Cuadro N° 28 y29

Elaborado por: Las Autoras

3.7 Análisis y proyección de la oferta

La comercialización de las semillas de calabaza es rústica debido a que es consumido en forma doméstica una vez que ha sido cosechada, por tal razón en el mercado actual se trata de sacar a flote productos que posean bondades nutricionales como medicinales, tal es así el atributo al producto actual, centro del proyecto.

Sin embargo en el mercado actual, existen comerciantes indirectos de pepas de calabaza disecadas, quienes ofertan el producto sin ningún valor agregado que le permitan obtener mayor rentabilidad, es decir no existe una organización jurídicamente establecida que se dedique a la comercialización de las semillas de calabaza.

Según información obtenida de la entrevista realizada a los comerciantes del mercado Jatuk Cem de Cotacachi, se determina lo siguiente:

Año 2012: Existen 3 comerciantes, venta semanal (10 libras= 4.536 gramos) por cada comerciante.

Año 2013: Existen 4 comerciantes, venta semanal (10 libras= 4.536 gramos) por cada comerciante.

Cuadro N° 32. Oferta histórica

AÑO	N° DE OFERTANTES	OFERTA SEMANAL (Gramos)	OFERTA ANUAL (Gramos)	OFERTA TOTAL ANUAL (Gramos)	$i = (Cn/Co)-1$
2012	3	4.536	217.723	653.170	
2013	4	4.536	217.723	870.893	0,3333

Fuente: Entrevista comerciantes del mercado Jatuk Cem – Cotacachi, (2013)

Elaborado por: Las Autoras

La tasa de crecimiento es igual a 0,3333 con este factor se calculó la oferta proyectada al año 2018.

Cuadro N° 33. Oferta proyectada en gramos

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2014	1.161.190
2015	1.548.254
2016	2.064.338
2017	2.752.451
2018	3.669.935

Fuente: Cuadro N° 32

Elaborado por: Las Autoras

3.7.1 Balance oferta – demanda

Cuadro N° 34. Balance oferta – demanda en gramos

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA (D-O)
2014	1.161.190	65.434.956	64.273.765
2015	1.548.254	66.403.393	64.855.139
2016	2.064.338	67.386.163	65.321.825
2017	2.752.451	68.383.479	65.631.027
2018	3.669.935	69.395.554	65.725.619

Fuente: Cuadro N° 31 y 33

Elaborado por: Las Autoras

Diferenciando la oferta vs demanda proyectada se presenta una buena oportunidad para producir y comercializar el producto ya que existe un alta demanda insatisfecha de semilla de calabaza en la ciudad de Cotacachi.

3.7.2 Pronóstico de ventas

Cuadro N° 35. Pronóstico de ventas en gramos

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	PRONÓSTICO DE VENTAS EN GRAMOS
2014	4,9317	3.169.807
2015	5,1195	3.320.275
2016	5,2869	3.453.517
2017	5,4240	3.559.850
2018	5,5167	3.625.903

Fuente: Cuadro N° 34

Elaborado por: Las Autoras

Para pronosticar las ventas se ha tomado como base la demanda insatisfecha en el primer año que es de 64.273.765 gramos, de los cuales la empresa proyecta satisfacer el 4,9317% del valor potencial en el primer año, ya que dicho porcentaje está en relación a la materia prima existente en la zona; cada año tendrá un leve crecimiento, llegando hasta el 5,5167% de producción en los años siguientes.

Cuadro N° 36. Pronóstico de ventas por producto

AÑO	SEMILLAS NATURALES (fundas de 40 g)	SEMILLAS TOSTADAS SALADAS (fundas de 20 g)
2014	67.358	23.774
2015	70.556	24.902
2016	73.387	25.901
2017	75.647	26.699
2018	77.050	27.194

Fuente: Cuadro N° 35

Elaborado por: Las Autoras

En el presente proyecto para determinar el pronóstico de ventas por producto, del total de ventas pronosticadas, el 85% es para las semillas de calabaza naturales, y los 15% restantes correspondientes a las semillas de calabaza tostadas saladas. Tomando en cuenta que el primero tiene un contenido de 40 gramos y el segundo de 20 gramos. Por tanto para obtener el pronóstico de ventas para el primer año de las semillas naturales se realiza el siguiente cálculo $(3.169.807 \cdot 85\%) / 40$; y de igual forma para las semillas tostadas saladas $(3.169.807 \cdot 15\%) / 20$.

3.8 Análisis de precios

Para la determinación y análisis de precios de las semillas de calabaza en sus respectivas presentaciones se recurrió a la información primaria recopilada, que contempla el cuadro estadístico 26 y 27. Para efectuar la proyección de los precios para los próximos años, se toma en cuenta el porcentaje de inflación a mayo de 2013, que es de 3.01 % anual.

Cuadro N° 37. Análisis y determinación de precios

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	PRECIO PROYECTADO "NATURALES 40 g"	PRECIO PROYECTADO "TOSTADAS SALADAS 20 g"
2013		\$ 0,70	\$ 0,40
2014	3,01%	\$ 0,72	\$ 0,41
2015	3,01%	\$ 0,74	\$ 0,42
2016	3,01%	\$ 0,77	\$ 0,44
2017	3,01%	\$ 0,79	\$ 0,45

Fuente: Cuadro estadístico N° 26 y 27; Datos BCE 2013.

Elaborado por: Las Autoras

3.9 Identificación del producto

3.9.1 *Producto a ofertar*

Las semillas de calabaza son muy ricas en ácidos grasos omega 3 y omega 6, y posee una gran número de vitaminas y minerales entre los que destacan el magnesio, selenio, potasio, fósforo, vitamina A y E. Es muy rica en fibra por lo que también ayuda a reducir el colesterol en sangre y a evitar el mal funcionamiento intestinal, pero poseen más propiedades curativas y

numerosas propiedades beneficiosas para la salud, como ser una fuente de proteínas, ácidos grasos y aminoácidos que aportan grandes beneficios al organismo.

Estas semillas se consumen al natural, secas o mezcladas con otros ingredientes. Por tal razón, en el presente proyecto, uno de los productos a ofertar es utilizado para presentarlo como un snack saludable, que hace que su degustación sea de mayor agrado al paladar de los consumidores y exhibido y comercializado en las tiendas y micromercados.

Las semillas de sambo y zapallo son un alimento muy nutritivo con grandes beneficios para la salud y aunque los expertos recomiendan que para aprovechar al máximo todos sus beneficios, debemos incluirlas en nuestra dieta al natural, las semillas tostadas con un sabor salado quedan riquísimas como snack, como también las semillas de calabaza en estado natural permite obtener deliciosas salsas o condimentos utilizados en diferentes platos gastronómicos.

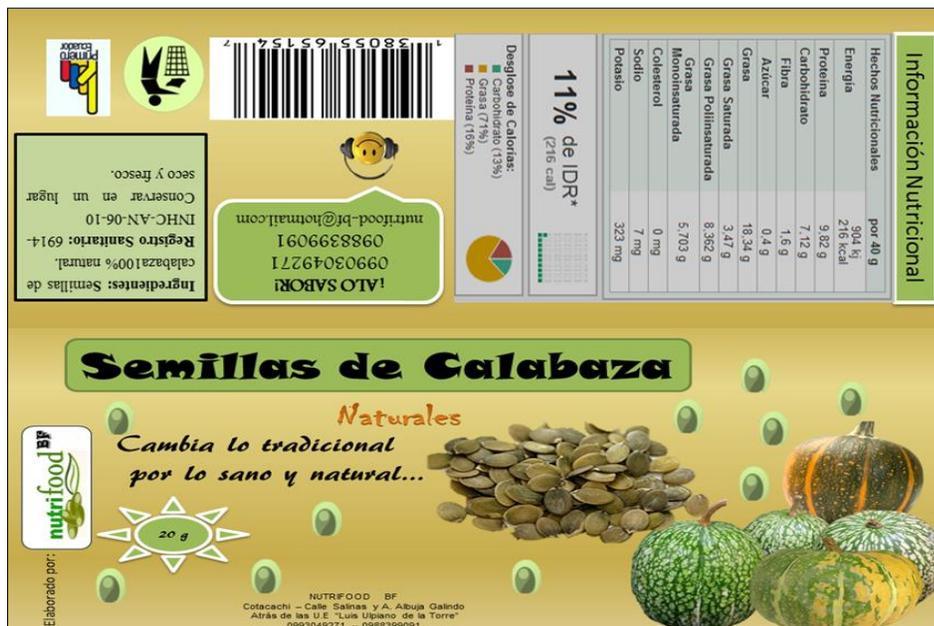
3.9.2 *Presentación del Producto*

El producto se ofertará en el mercado en dos presentaciones: 40 gramos correspondiente a las semillas de calabaza en estado natural y 20 gramos a la semillas de calabaza tostadas y saladas, en empaques de fundas plásticas, selladas y colocadas en la parte superior una etiqueta adhesiva. El empaque de distribución del producto en sus dos presentaciones se lo hará en cajas de cartón.

3.9.3 Diseño de la etiqueta

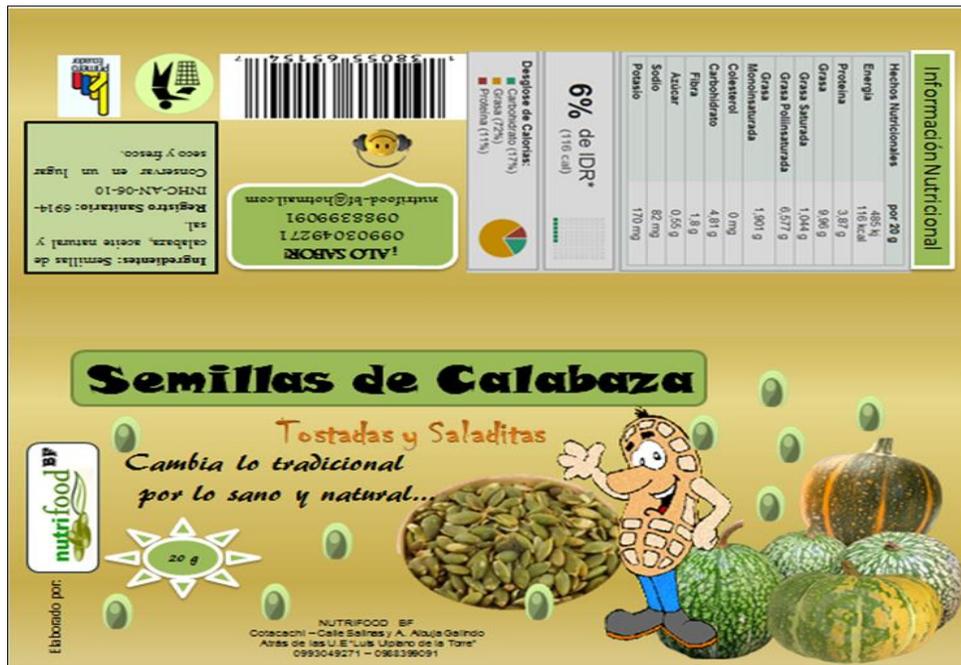
Para una mejor presentación del producto, la etiqueta permite acoger al producto y mantener la firmeza de la empresa. En ella se incluirá el nombre del producto, información nutricional, fecha de elaboración, fecha de vencimiento, contenido neto, dirección y contacto de la empresa, logotipo.

Figura N° 9. Etiqueta semillas de calabaza naturales



Fuente: Investigación propia, 2013
 Elaborado por: Las Autoras

Figura N° 10. Etiqueta semillas de calabaza tostadas y saladas



Fuente: Investigación propia, 2013
 Elaborado por: Las Autoras

3.10 Estrategias de marketing

3.10.1 Sistema de comercialización

El sistema de comercialización tiene como estrategia, vender los productos a las tiendas y micromercados y ellos serán quienes se encarguen de vender a los consumidores finales.

Figura N° 11. Sistema de comercialización



Fuente: Investigación propia, 2013

Elaborado por: Las Autoras

3.10.2 Estrategia de precios

Establecer el precio en base a la competencia, más un adicional por el grado de dificultad de obtener el producto; siempre y cuando permita mantener el grado de rentabilidad esperada.

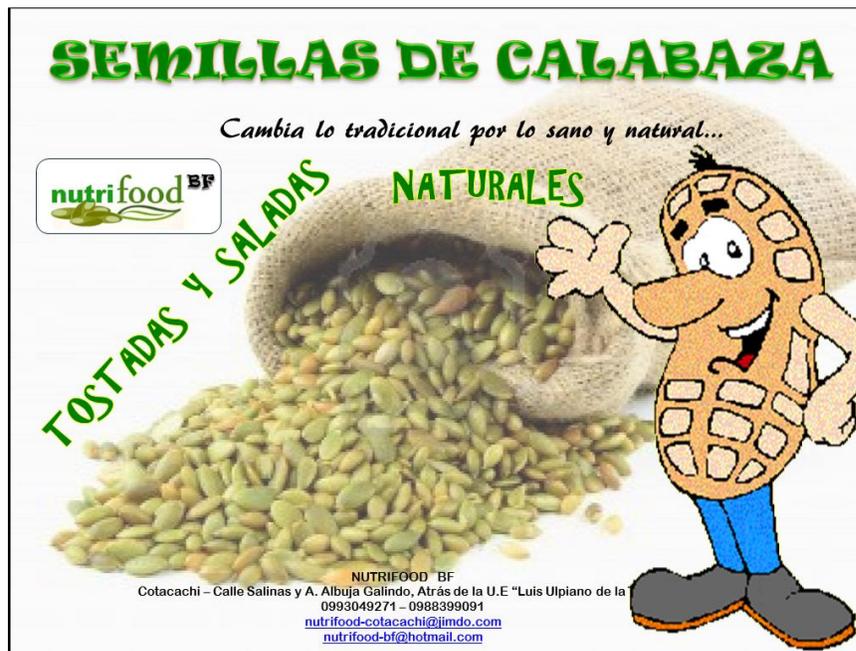
Mediante información recopilada con las encuestas, se determina que el precio de las semillas de calabaza en la presentación de 40 gramos es de 0,70 centavos de dólar; mientras que para las semillas de calabaza tostadas y saladas en la presentación de 20 gramos es de 0,40 centavos de dólar.

3.10.3 Estrategias de promoción y publicidad

- Promover el consumo de las semillas de calabaza, destacando su importancia y valores nutricionales, mediante la repartición de

hojas volantes y afiches en las tiendas y micromercados de Cotacachi.

Figura N° 12. Publicidad



Fuente: Investigación propia, 2013

Elaborado por: Las Autoras

- Se proveerá de una página web para mayor publicidad e información acerca de la empresa productora y comercializadora de semillas de calabaza y sus productos a ofertar en la red del internet.

Figura N° 13. Diseño página web



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Las Autoras

- Participación en las ferias artesanales y gastronómicas que se realicen en nuestra ciudad con el fin de dar a conocer el producto y establecer un sistema de degustación de las semillas de calabaza, tanto naturales como las tostadas y saladas.
- Llevar un registro de sugerencias de los clientes internos y externos, con el fin de atender sus inquietudes y así brindar una mejor atención.

3.11 Conclusiones del estudio

- Con las encuestas aplicadas a la población de Cotacachi, se logró determinar que existe una buena aceptación del producto, ya que sus deseos de compra están inclinados por su gran sabor nutricional que brinda las semillas de calabaza, por ende el producto tiene una demanda significativa.
- Mediante las encuestas realizadas a los negocios de Cotacachi, la empresa confirma que las tiendas y micromercados formarán el canal de distribución del producto a ofertarse.
- A través de la entrevista realizada a los comerciantes indirectos de pepas de sambo y zapallo del mercado Jatuk Cem de Cotacachi, se determina que la oferta de semillas de calabaza es mínima y limitada, ya que por lo general este producto es consumido en forma doméstica, añadiendo que su producción no está difundida en los agricultores, por ende su comercialización no es permanente a comparación de otros productos similares.
- Por tanto del estudio realizado, se concluye que existe un mercado potencial a satisfacer lo cual es adecuado para la creación de la empresa en la ciudad de Cotacachi, además las semillas de calabaza representan una alternativa de inversión muy viable, por lo que se puede incursionar en nuevos mercados abarcando el resto de cantones de la provincia de Imbabura.

CAPÍTULO IV. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Presentación

En el estudio técnico se pretende analizar diferentes aspectos que serán de suma importancia para la finalización del proyecto, tales como la localización del proyecto, tamaño de la unidad productiva propuesta, ingeniería y las inversiones fijas, variables y diferidas requeridas para el arranque del proyecto.

4.2 Localización del proyecto

4.2.1 *Macrolocalización del proyecto*

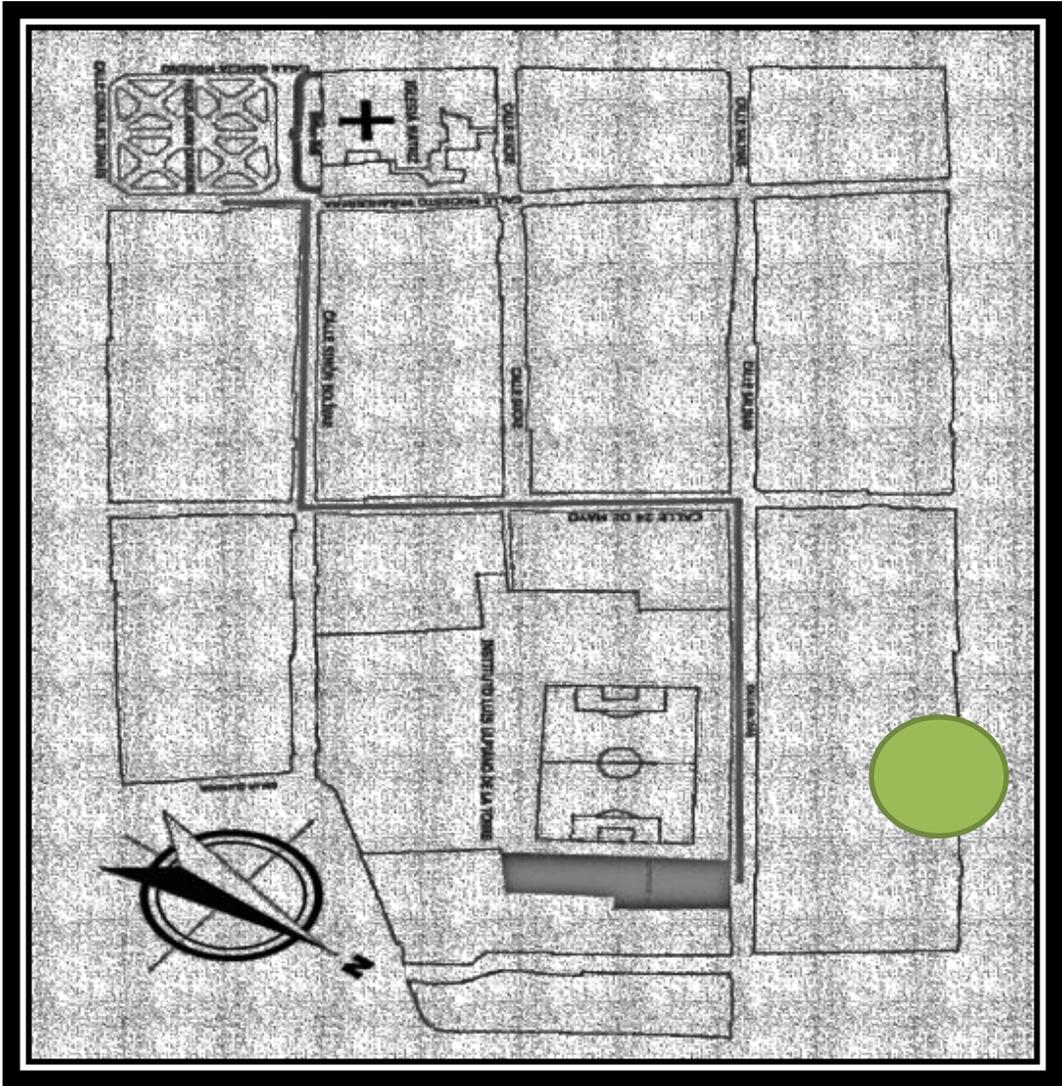
El proyecto estará ubicado en la República de Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Cotacachi, lugar donde se va a desarrollar este proyecto productivo. (Ver figura N° 1).

4.2.2 *Microlocalización del Proyecto*

Para la realización de este proyecto se ha considerado que la planta productora y comercializadora de semillas de calabaza esté ubicada en el Cantón Cotacachi, Parroquia El Sagrario, entre la calle Morales y Albuja

Galindo, casa N° 8-15 en una bodega con oficina incluida, propiedad del Sr. Milton Proaño.

Figura N° 14. Croquis del proyecto



Fuente: Arq. Cristian Terán
Elaborado por: Las autoras

Los factores que se tomaron en cuenta para la ubicación de la planta en este lugar son:

4.2.2.1 Costo y disponibilidad de infraestructura

Un factor importante para la localización del proyecto es poder contar con una infraestructura operativa y administrativa adecuada para la empresa, ubicada entre las calles Morales y Albuja Galindo, casa N° 8-15, con una extensión de 210m², misma que será utilizada como alquiler para la puesta en marcha de la planta productora, en pagos mensuales de \$350, 00.

4.2.2.2 Servicios básicos

La infraestructura cuenta con los servicios básicos necesarios: energía eléctrica, agua, servicio telefónico, alcantarillado y alumbrado público para empezar con el proceso de producción de las semillas de calabaza.

4.2.2.3 Disponibilidad de Mano de Obra

Hay disponibilidad de mano de obra a utilizarse en la nueva empresa, especializada tanto en el área administrativa como en la parte de producción, y más aun con personal que cuenta con los conocimientos acerca de las semillas de calabaza y forma de manejo.

4.2.2.4 Cercanía de las fuentes de abastecimiento de Materia Prima

La empresa por encontrarse en el sector urbano de la ciudad de Cotacachi, tiene un punto favorable, ya que es accesible para los proveedores que se encuentran en las comunidades aledañas, facilitando el transporte en tiempo y costo.

4.2.2.5 Cercanía al Mercado

La planta productora estará ubicada cerca de los puntos de comercialización, es decir a pocos minutos en donde se piensa distribuir el producto.

4.3 Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño de la nueva unidad productiva se tomó en cuenta los siguientes factores, que son de gran importancia dentro del desarrollo de este estudio de factibilidad.

4.3.1 Tamaño del Mercado

La demanda de las semillas de calabaza en la ciudad de Cotacachi presenta un camino viable para la creación de la nueva unidad productiva. De acuerdo al estudio de mercado realizado se determinó que existe una demanda insatisfecha durante los cinco años proyectados de vida útil del proyecto.

4.3.2 Tecnología y Equipos

El proceso productivo establece que se utilice tecnología mejorada y avanzada, utilizando maquinaria industrial que permita dar calidad y un valor agregado al producto terminado. La maquinaria será operada por personas calificadas con las habilidades y destrezas requeridas.

Uno de los factores para determinar el tamaño del proyecto es la capacidad instalada de la máquina descascaradora de semillas de calabaza, que según información técnica tiene la capacidad de procesamiento de 150 – 200 kg/hora (ver anexo 5).

Producción anual	3.169.807 gramos	3.169 kilogramos
Producción mensual	264.150 gramos	264 kilogramos
Producción semanal	66.038 gramos	66 kilogramos

Siendo la producción semanal de 66 kg, por tanto no existe impedimento alguno en cuanto al rendimiento de la maquinaria.

4.3.3 Disponibilidad de Recursos Financieros

La disponibilidad de recursos financieros se encuentra en parámetros aceptables, puesto que el 55,57% de la inversión total se cubrirá con recursos propios con aportes de los socios y a través de un préstamo bancario, el 44,43% restante de la inversión.

4.3.4 Disponibilidad de materia prima e insumos

En lo que se refiere a la materia prima e insumos es importante adquirir la cantidad óptima que se necesitará en la producción para ofrecer al cliente un producto final de calidad.

De acuerdo al cuadro N° 2, los proveedores de la empresa lo conforman las comunidades aledañas de Cotacachi, como también la integración de cantones cercanos a la ciudad, Otavalo, Atuntaqui en caso de existir desabastecimiento; de esta la empresa tiene una ventaja en cuestión de la distancia y el tiempo para la compra de la materia prima. Cabe recalcar que a medida aumente la requisición de materia prima, se propagará la transformación de la producción espontánea a un tipo de producción controlada, es decir habrá mayor interés en este tipo de producto, la existencia de materia prima abastecerá lo programado en el proyecto.

En relación a los insumos y materiales indirectos serán adquiridos en Ibarra y Quito, conforme a las necesidades de la producción.

4.3.5 Organización

La organización jurídica de la empresa será substancial para su correcto funcionamiento, misma que estaría integrada por personal administrativo y personal operativo calificado, que permita un eficiente desarrollo productivo de la empresa.

4.3.6 Capacidad Instalada del Proyecto

La empresa tendrá condiciones de operar al máximo de su capacidad de producción, es decir, no poseerá restricciones de tipo técnico y humano para aprovechar la capacidad de la planta.

Sin embargo por cuestiones de disponibilidad de recursos, en especial de la materia prima el primer año se trabajará con la captación de 4,9317% de la demanda insatisfecha, porcentaje que se divide en un 85% para la producción de semillas de calabaza naturales y el 15% restante correspondiente a la producción de semillas de calabaza tostadas saladas; y poco a poco se aumentará durante el transcurso de la vida útil del proyecto, según la producción y necesidades del mercado.

Cuadro N° 38. Tamaño y capacidad instalada

Año	Producción total (gramos)	Semillas naturales (gramos)	Semillas tostadas (gramos)	Unidades 40 gramos semillas naturales	Unidades 20 gramos semillas tostadas
1	3.169.807	2.694.336	475.471	67.358	23.774
2	3.320.275	2.822.234	498.041	70.556	24.902
3	3.453.517	2.935.489	518.028	73.387	25.901
4	3.559.850	3.025.873	533.978	75.647	26.699
5	3.625.903	3.082.018	543.885	77.050	27.194

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Las Autoras

Por tanto la capacidad de producción de la empresa será de 3.169.807 gramos en el primer año, en una jornada de 8 horas diarias, los 5 días laborales de la semana durante todo el año.

4.4 Ingeniería del proyecto

4.4.1 *Procesos productivos*

4.4.1.1 *Compra de Materia Prima*

- Pedido materia prima
- Recepción materia prima
- Verificación materia prima
- Pesado materia prima
- Emisión factura
- Pago factura
- Ingreso a bodega

4.4.1.2 *Elaboración de la presentación semillas de calabaza naturales*

- Egreso de materia prima de bodega
- Pesado materia prima en cantidad requerida
- Descascarado
- Limpieza y selección homogénea del producto
- Empacado 40 gramos
- Etiquetado
- Ingreso a bodega

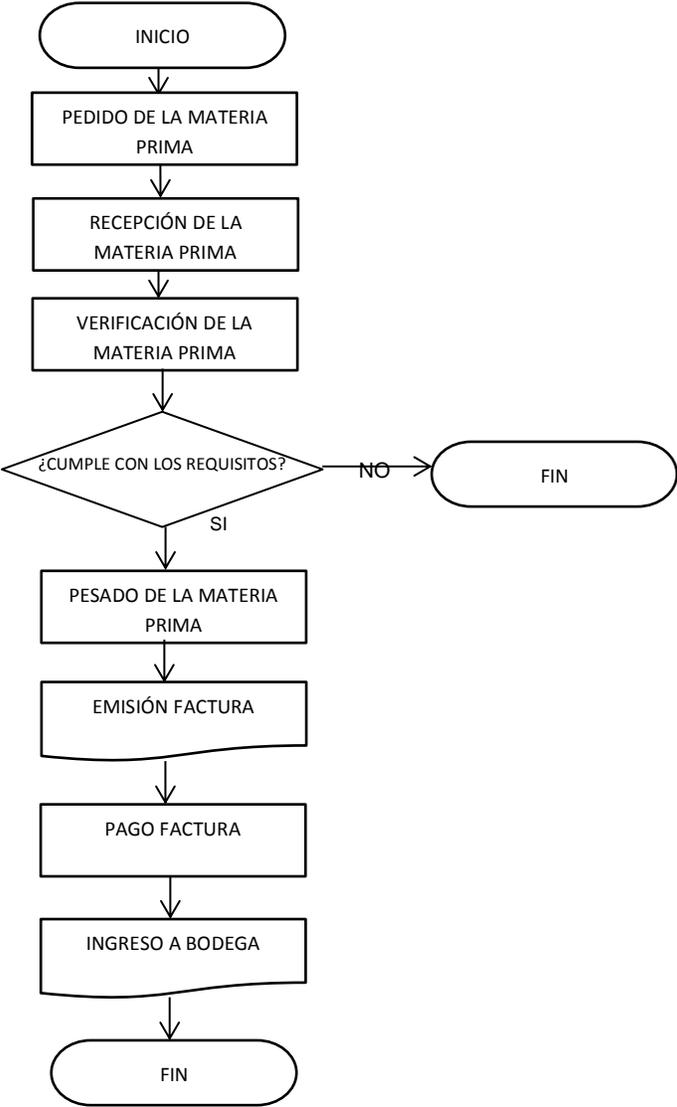
4.4.1.3 *Elaboración de la presentación semillas de calabaza tostadas saladas*

- Egreso de materia prima de bodega
- Pesado materia prima en cantidad requerida
- Descascarado

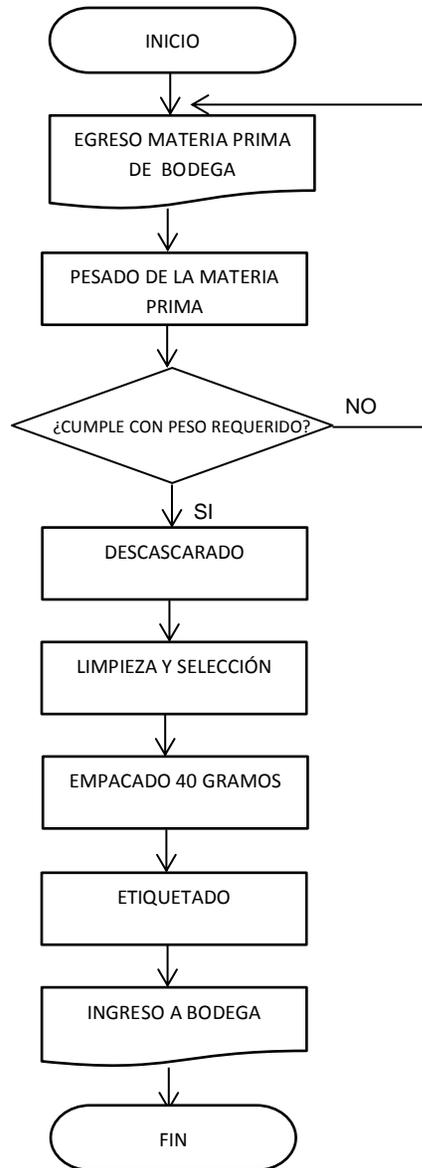
- Limpieza
- Tostado, glaseado y salado
- Enfriamiento
- Empacado 20 gramos
- Etiquetado
- Ingreso a bodega

4.4.2 Flujogramas de los procesos productivos

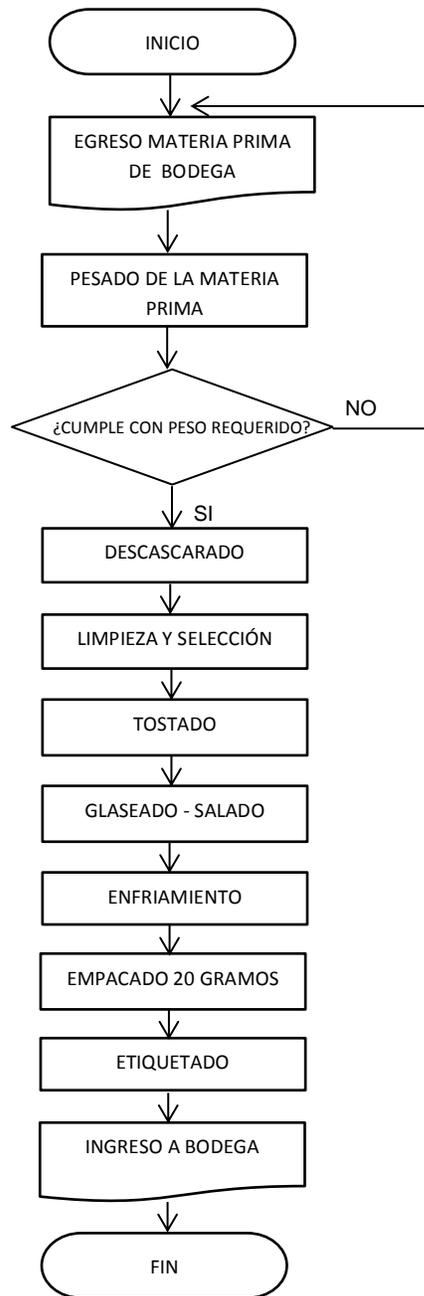
4.4.2.1 Flujograma proceso de compra de materia prima



4.4.2.2 Flujograma proceso de elaboración presentación semillas de calabaza naturales



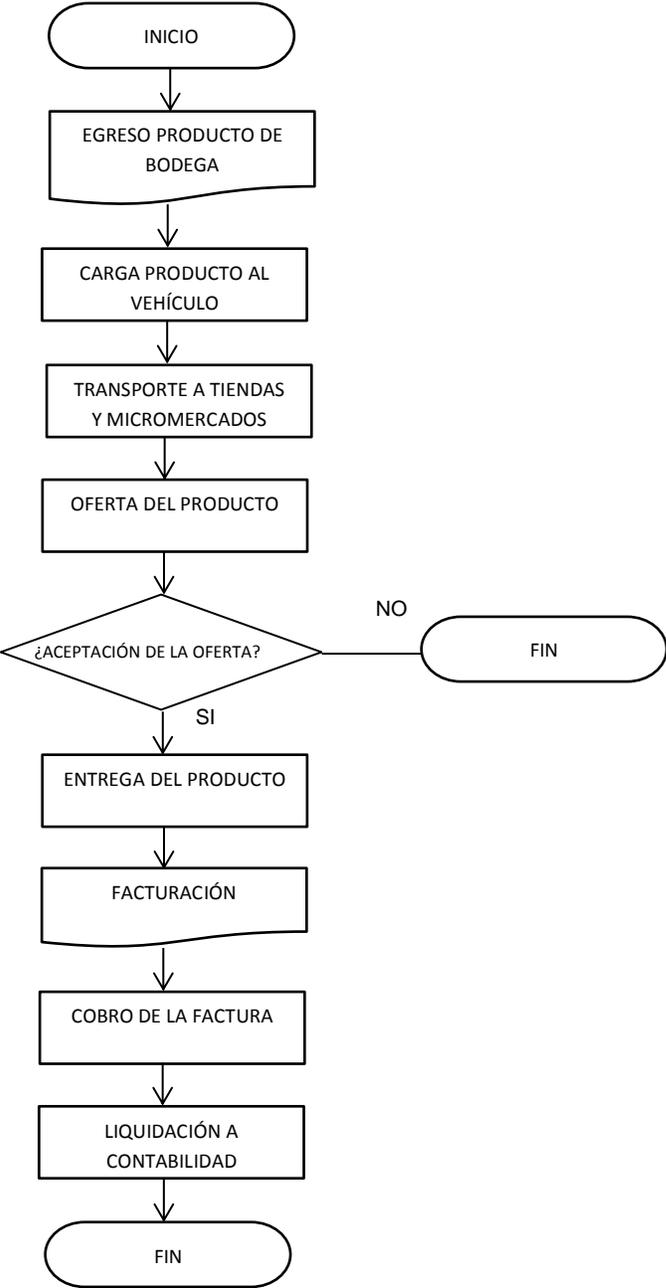
4.4.2.3 Flujograma proceso de elaboración presentación semillas de calabaza tostadas saladas



4.4.3 *Proceso de venta del producto*

- Egreso de Bodega
- Carga del producto al vehículo
- Oferta del producto
- Entrega del producto
- Facturación
- Cobro de la Factura
- Liquidación a contabilidad

4.4.4 Flujograma del proceso de venta



4.4.5 Distribución de la planta

Representan las instalaciones físicas y los espacios que posee la infraestructura de alquiler, para ello es importante indicar las diferentes áreas con que está conformada:

Cuadro N° 39. Distribución de la planta

ÁREAS	EXTENSIÓN M2
OPERATIVA	
Bodega	172,00
Subtotal	172,00
ADMINISTRATIVA	
Área de gerencia	9,00
Área de contabilidad	10,00
Baño	4,00
Subtotal	23,00
Parqueadero	15,00
TOTAL:	210,00

Fuente: Sr. Milton Proaño, propietario de la infraestructura

Elaborado por: Las autoras.

La infraestructura se encuentra diseñada en un área de 210 m2, de los cuales 172 m2 constituye una gran bodega, empleada para la ubicación de la materia prima, producto final, maquinaria entre otros; 23 m2 destinados al área administrativa y los 15 m2 restantes lo conforma el parqueadero, como área de carga y descarga.

4.5 Presupuesto técnico

4.5.1 Inversión fija

4.5.1.1 Mobiliaria y Equipos

“NUTRIFOOD BF” con el único objetivo de ofrecer un producto único y de calidad, va a emplear equipos y maquinaria de última tecnología que ofrecen los diferentes proveedores. A continuación se presenta algunas ilustraciones de la maquinaria y equipo a utilizar, que serán de fundamental importancia en la producción de semillas de calabaza.

Cuadro N° 40. Mobiliario y equipos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Descascaradora de Semillas de Calabaza	1	6.000,00	6.000,00
Selladora de 30cm	2	34,00	68,00
Codificador /Fechador manual	1	414,40	414,40
Balanza digital 15 kg	1	174,75	174,75
Plancha industrial	1	870,00	870,00
Pailas Umco	2	60,00	120,00
<i>Subtotal</i>			7.647,15
HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN			
Cucharones grandes	2	6,00	12,00
Tinas Plásticas	2	15,00	30,00
Cilindros de gas	1	47,00	47,00
<i>Subtotal</i>			89,00
TOTAL			7.736,15

Fuente: Investigación directa a varios proveedores

Elaborado por: Las autoras

4.5.1.2 *Muebles y Enseres*

Son los muebles asignados a las dependencias del área administrativa, producción y comercialización de la empresa. Así tenemos:

Cuadro N° 41. Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
Estación de trabajo modelo "BIG ECO"	2	218,75	437,50
Silla operativa "FOCUS"	2	77,68	155,36
Silla visita modelo "ERGO"	4	34,82	139,28
Archivador metálico 3 gavetas	1	158,93	158,93
Estantería metálica	1	75,89	75,89
TOTAL			966,96

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.5.1.3 *Equipos de Computación*

Cuadro N° 42. Equipo de computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
Computador Escritorio Intel Core Completo	1	680,00	680,00
Impresora Canon Mg 2120 Multifunción	1	86,80	86,80
TOTAL			766,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.5.1.4 *Equipo de Oficina*

Cuadro N° 43. Equipo de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
Teléfono Fax Panasonic térmico con alta voz	1	174,99	174,99
Teléfono Panasonic inalámbrico	1	85,00	85,00
TOTAL			259,99

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.5.1.5 *Vehículo*

También es necesaria la adquisición de un vehículo para facilitar el transporte de la producción de las semillas de calabaza hacia las diferentes tiendas y micro mercados; y la compra de la materia prima e insumos necesarios para la producción.

Cuadro N° 44. Vehículo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
Camioneta cabina simple	1	8.200,00	8.200,00
TOTAL			8.200,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.5.1.6 **Resumen Inversión Fija**

A continuación se presenta un resumen de todos los recursos que requiere la empresa a instalarse en cuanto tiene que ver con inversiones fijas.

Cuadro N° 45. Inversión fija

CONCEPTO	VALOR
Mobiliario y Equipo	7.736,15
Muebles y Enseres	966,96
Equipo de Cómputo	766,80
Equipo de Oficina	259,99
Vehículo	8.200,00
TOTAL	17.929,90

Fuente: Cuadro N° 40, 41, 42, 43 y 44

Elaborado por: Las autoras

4.5.2 **Inversión diferida**

A continuación se detallan los valores aproximados para la puesta en marcha del proyecto.

Cuadro N° 46. Gastos de Constitución

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Estudios y diseños	500,00
Trámites de constitución	700,00
Gastos de instalación	400,00
TOTAL	1.600,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

4.5.3 Capital de trabajo

Para el capital de trabajo se tomó en cuenta lo requerido para la operación de un mes.

4.5.3.1 *Materia prima directa*

Cuadro N° 47. Materia prima directa

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Semillas de Calabaza (Gramos)	274.717
Precio por cada 453,59 gramos (1 libra)	1,50
TOTAL	908,47

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.2 *Mano de obra directa*

Cuadro N° 48. Mano de obra directa

DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL
Sueldo Básico Unificado	636,00
Aporte Patronal	77,27
Décimo Tercer Sueldo	53,00
Décimo Cuarto Sueldo	53,00
TOTAL	819,27

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.3 Costos indirectos de producción

Cuadro Nº 49. Costos indirectos de producción

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Materia Prima Indirecta	130,29
Servicios Básicos	35,00
Mantenimiento Maquinaria	30,00
TOTAL	195,29

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.4 Gastos administrativos

Cuadro Nº 50. Remuneraciones Administrativas

DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL
Salario Básico Unificado	720,00
Aporte Patronal	87,48
Décimo Tercer Sueldo	60,00
Décimo Cuarto Sueldo	53,00
TOTAL	920,48

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

Cuadro Nº 51. Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Salarios Administrativos	920,48
Gasto Arriendo	350,00
Suministros de Oficina	9,64
Mantenimiento E. Cómputo	10,00
Servicios Básicos	15,00
TOTAL	1.305,12

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autora

4.5.3.5 Gastos de ventas

Cuadro Nº 52. Remuneración personal de ventas

DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL
Salario Básico Unificado	318,00
Aporte Patronal	38,64
Décimo Tercer Sueldo	26,50
Décimo Cuarto Sueldo	26,50
TOTAL	409,64

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

Cuadro Nº 53. Gasto de Ventas

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Remuneración vendedor	409,64
Publicidad	20,67
Combustible Diesel Vehículo	15,00
Mantenimiento Vehículo	10,00
TOTAL	455,30

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.7 *Resumen Capital de Trabajo*

Cuadro Nº 54. Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Materia Prima Directa	908,47
Mano de Obra Directa	819,27
Costos Indirectos de Fabricación	195,29
Gastos Administrativos	1.305,12
Gastos de Ventas	455,30
Subtotal	3.683,46
Imprevistos 5%	184,17
TOTAL	3.867,64

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

4.5.4 *Inversión total de proyecto*

Cuadro Nº 55. Inversión total

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Inversión Fija	17.929,90
Capital de Trabajo	3.867,64
Inversión Diferida	1.600,00
TOTAL	23.397,54

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

4.5.5 *Financiamiento*

La inversión total, en un 57, 26% será mediante recursos propios cuyo monto asciende a los USD 13.397,54; mientras que el saldo restante

se lo obtendrá con recursos financiados, mediante un microcrédito otorgado por el Banco Nacional del Fomento (BNF)

Cuadro Nº 56. Financiamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	PORCENTAJE
Inversión Propia	13.397,54	57,26%
Financiamiento	10.000,00	42,74%
TOTAL	23.397,54	100,00%

Fuente: Información BNF, 2013

Elaborado por: Las autoras

4.5.6 Talento humano

Cuadro Nº 57. Personal administrativo y operativo

CARGO/FUNCIÓN	NÚMERO	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Gerente	1	380,00	380,00
Contadora	1	340,00	340,00
Subtotal			720,00
ÁREA VENTAS			
Vendedor	1	318,00	318,00
Subtotal			318,00
ÁREA PRODUCCIÓN			
Operarios	2	318,00	636,00
Subtotal			636,00
TOTAL			1.674,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

CAPÍTULO V. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Presupuesto de ingresos

5.1.1 Proyección volumen de producción

Cuadro N° 58. Volumen de producción

PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presentación semillas de calabaza naturales 40 gramos	67.358	70.556	73.387	75.647	77.050
Presentación semillas de calabaza tostadas saladas 20 gramos	23.774	24.902	25.901	26.699	27.194

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las autoras

5.1.2 Precios proyectados

Para la proyección de los precios, tanto de la presentación de semillas de calabaza naturales de 40 gramos como para la presentación de semillas de calabaza tostadas y saladas de 20 gramos, se consideró la tasa de inflación del año 2013, correspondiente al 3,01%, según datos del Banco Central del Ecuador (BCE)

Cuadro N° 59. Precios proyectados

PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presentación semillas de calabaza naturales 40 gramos	0,70	0,72	0,74	0,77	0,79
Presentación semillas de calabaza tostadas saladas 20 gramos	0,40	0,41	0,42	0,44	0,45

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las autoras

5.1.3 Presupuesto de ingresos

Cuadro N° 60. Presupuesto de ingresos

VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presentación semillas de calabaza naturales 40 gramos	47.150,88	50.875,70	54.510,15	57.879,78	60.728,24
Presentación semillas de calabaza tostadas saladas 20 gramos	9.509,42	10.260,65	10.993,64	11.673,23	12.247,71
TOTAL	56.660,30	61.136,35	65.503,79	69.553,01	72.975,95

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las autoras

5.2 Presupuesto de costos y gastos

5.2.1 Costos de producción

5.2.1.1 Materia Prima Directa

La materia prima directa, para las dos formas de presentación, lo conforman las semillas de calabaza.

Cuadro N° 61. Cantidad requerida de materia prima para la producción

AÑOS	GRAMOS	ADICIONAL	TOTAL
1	3.169.807	126.792	3.296.599
2	3.320.275	132.811	3.453.086
3	3.453.517	138.141	3.591.658
4	3.559.850	142.394	3.702.244
5	3.625.903	145.036	3.770.939

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las autoras

Cabe recalcar que por cada 45.359 gramos de semillas de calabaza, se pierde 1.814 gramos de su peso, por el proceso de descascarado de las semillas, por tal razón es necesario requerir un adicional más para poder cubrir la producción requerida.

Cuadro N° 62. Materia prima directa

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Semillas de Calabaza (Gramos)	3.296.599	3.453.086	3.591.658	3.702.244	3.770.939
Precio por cada 453,59 gramos (1libra)	1,50	1,55	1,59	1,64	1,69
TOTAL	10.901,69	11.762,90	12.603,22	13.382,31	14.040,90

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

Para la determinación de la materia prima, se tomó en cuenta la proyección del volumen de producción, mientras que para el precio proyectado de la materia prima se realizó en base a la tasa de inflación 3,01%.

5.2.1.2 *Mano de Obra Directa*

Para la proyección del sueldo de la mano de obra de la empresa, se realizó en base al incremento salarial anual, que es del 8,81%.

Cuadro N° 63. Mano de obra directa

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	7.632,00	8.304,38	9.036,00	9.832,07	10.698,27
Aporte Patronal	927,29	1.008,98	1.097,87	1.194,60	1.299,84
Décimo Tercer Sueldo	636,00	692,03	753,00	819,34	891,52
Décimo Cuarto Sueldo	636,00	692,03	753,00	819,34	891,52
Fondo de Reserva		692,03	753,00	819,34	891,52
TOTAL	9.831,29	11.389,46	12.392,87	13.484,68	14.672,68

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

5.2.1.3 Costos Indirectos de Producción

Materia Prima Indirecta.

Cuadro N° 64. Materia prima indirecta

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SAL					
Unidad 2kg	42	44	46	47	48
Precio unidad 2kg	0,74	0,76	0,79	0,81	0,83
Subtotal	31,08	33,54	36,12	38,02	39,99
ACEITE VEGETAL					
Unidad 1 litro	42	44	46	47	48
Precio Unidad 1litro	2,07	2,13	2,20	2,26	2,33
Subtotal	86,94	93,82	101,04	106,34	111,87
EMPAQUE FUNDAS POLIETIL. 8X12					
Paquete de 500 unidades	135	141	147	151	154
Precio por paquete	2,40	2,47	2,55	2,62	2,70
Subtotal	324,00	348,59	374,36	396,12	416,15
EMPAQUE FUNDAS POLIETIL. 8X8					
Paquete de 500 unidades	48	50	52	53	54
Precio por paquete	2,10	2,16	2,23	2,30	2,36
Subtotal	100,80	108,16	115,87	121,66	127,68
ETIQUETAS ADHESIVAS 8 X6					
Cantidad requerida	91.132	95.458	99.289	102.346	104.245
Precio por unidad	0,0112	0,0115	0,0119	0,0122	0,0126
Subtotal	1.020,68	1.101,31	1.179,98	1.252,93	1.314,59
TOTAL	1.563,50	1.685,42	1.807,37	1.915,06	2.010,29

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Las autoras

Otros costos indirectos.

Cuadro N° 65. Costos indirectos de producción

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios Básicos	420,00	432,64	445,66	459,08	472,90
Mantenimiento Maquinaria	360,00	370,84	382,00	393,50	405,34
TOTAL	780,00	803,48	827,66	852,58	878,24

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Las autora

Total costos indirectos de producción.

Cuadro N° 66. Resumen costos indirectos de producción

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Indirecta	1.563,50	1.685,42	1.807,37	1.915,06	2.010,29
Servicios Básicos	420,00	432,64	445,66	459,08	472,90
Mantenimiento Maquinaria	360,00	370,84	382,00	393,50	405,34
TOTAL	2.343,50	2.488,90	2.635,04	2.767,64	2.888,53

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

5.2.2 Gastos administrativos

5.2.2.1 Remuneraciones administrativas

Cuadro N° 67. Remuneraciones al personal administrativo

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	8.640,00	9.401,18	10.229,43	11.130,64	12.111,25
Aporte Patronal	1.049,76	1.142,24	1.242,88	1.352,37	1.471,52
Décimo Tercer Sueldo	720,00	783,43	852,45	927,55	1.009,27
Décimo Cuarto Sueldo	636,00	692,03	753,00	819,34	891,52
Fondo de Reserva		783,43	852,45	927,55	1.009,27
TOTAL	11.045,76	12.802,32	13.930,21	15.157,46	16.492,83

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

5.2.2.2 Suministros de Oficina

Cuadro N° 68. Suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Calculadora	22,20	22,87	23,56	24,27	25,00
Facturero	15,00	15,45	15,92	16,40	16,89
Agenda	2,35	2,42	2,49	2,57	2,65
Perforadora	5,50	5,67	5,84	6,01	6,19
Grapadora	5,80	5,97	6,15	6,34	6,53
Papeleras Metálicas	20,00	20,60	21,22	21,86	22,52
Resmas de Papel Bond	10,50	10,82	11,14	11,48	11,82
Tinta Impresora	30,00	30,90	31,83	32,79	33,78
Folders	1,83	1,89	1,94	2,00	2,06
Bolígrafos	2,50	2,58	2,65	2,73	2,81
TOTAL	115,68	119,16	122,75	126,44	130,25

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

5.2.2.3 Otros Gastos Administrativos

Cuadro N° 69. Otros gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto Arriendo	4.200,00	4.326,42	4.456,65	4.590,79	4.728,97
Mantenimiento E. Cómputo	120,00	123,61	127,33	131,17	135,11
Servicios Básicos	180,00	185,42	191,00	196,75	202,67
TOTAL	4.500,00	4.635,45	4.774,98	4.918,70	5.066,76

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

5.2.2.4 *Total Gastos Administrativos*

Cuadro N° 70. Total gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salarios Administrativos	11.045,76	12.802,32	13.930,21	15.157,46	16.492,83
Gasto Arriendo	4.200,00	4.326,42	4.456,65	4.590,79	4.728,97
Suministros de Oficina	115,68	119,16	122,75	126,44	130,25
Mantenimiento E. Cómputo	120,00	123,61	127,33	131,17	135,11
Servicios Básicos	180,00	185,42	191,00	196,75	202,67
TOTAL	15.661,44	17.556,94	18.827,93	20.202,61	21.689,84

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

5.2.3 *Gastos en Ventas*

5.2.3.1 *Remuneración a Personal de Ventas*

Cuadro N° 71. Remuneración personal de ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	3.816,00	4.152,19	4.518,00	4.916,03	5.349,14
Aporte Patronal	463,64	504,49	548,94	597,30	649,92
Décimo Tercer Sueldo	318,00	346,02	376,50	409,67	445,76
Décimo Cuarto Sueldo	318,00	346,02	376,50	409,67	445,76
Fondo de Reserva		346,02	376,50	409,67	445,76
TOTAL	4.915,64	5.694,73	6.196,43	6.742,34	7.336,34

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

5.2.3.2 Otros Gastos en Ventas

Cuadro N° 72. Otros gastos en ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	248,00	255,46	263,15	271,08	279,23
Combustible Diesel Vehículo	180,00	185,42	191,00	196,75	202,67
Mantenimiento Vehículo	120,00	123,61	127,33	131,17	135,11
TOTAL	548,00	564,49	581,49	598,99	617,02

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Las autoras

5.2.3.3 Total Gastos en Ventas

Cuadro N° 73. Total gastos en ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Vendedor	4.915,64	5.694,73	6.196,43	6.742,34	7.336,34
Publicidad	248,00	255,46	263,15	271,08	279,23
Combustible Diesel Vehículo	180,00	185,42	191,00	196,75	202,67
Mantenimiento Vehículo	120,00	123,61	127,33	131,17	135,11
TOTAL	5.463,64	6.259,22	6.777,92	7.341,33	7.953,36

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Las autoras

5.3 Tabla de amortización del préstamo

El financiamiento de una parte de la inversión inicial del proyecto corresponde a un microcrédito de \$10.000,00 al BNF, a cinco años, a un interés del 11% anual y con modalidades de pagos trimestrales.

Cuadro N° 74. Tabla de amortización del préstamo

N°	PAGO	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO DE LA DEUDA
0				10.000,00
1	656,72	275,00	381,72	9.618,28
2	656,72	264,50	392,22	9.226,06
3	656,72	253,72	403,00	8.823,06
4	656,72	242,63	414,09	8.408,97
5	656,72	231,25	425,47	7.983,50
6	656,72	219,55	437,17	7.546,33
7	656,72	207,52	449,20	7.097,13
8	656,72	195,17	461,55	6.635,58
9	656,72	182,48	474,24	6.161,34
10	656,72	169,44	487,28	5.674,06
11	656,72	156,04	500,68	5.173,37
12	656,72	142,27	514,45	4.658,92
13	656,72	128,12	528,60	4.130,32
14	656,72	113,58	543,14	3.587,19
15	656,72	98,65	558,07	3.029,11
16	656,72	83,30	573,42	2.455,69
17	656,72	67,53	589,19	1.866,51
18	656,72	51,33	605,39	1.261,11
19	656,72	34,68	622,04	639,07
20	656,72	17,65	639,07	0,00

Fuente: Información BNF, 2013

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N° 75. Gastos financieros

AÑO	INTERÉS
1	1.035,85
2	853,49
3	650,22
4	423,65
5	171,19
TOTAL	3.134,40

Fuente: Información BNF, 2013

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N° 76. Abonos de capital

AÑO	ABONOS DE CAPITAL
1	1.591,03
2	1.773,39
3	1.976,66
4	2.203,23
5	2.455,69
TOTAL	10.000,00

Fuente: Información BNF, 2013

Elaborado por: Las autoras

5.4 Depreciación de activos fijos

Cuadro N° 77. Depreciación activos fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	% DEPRECIACIÓN LEGAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo	7.647,15	10%	764,72	764,72	764,72	764,72	764,72
Muebles y Enseres	966,96	10%	96,70	96,70	96,70	96,70	96,70
Equipo de Oficina	259,99	10%	26,00	26,00	26,00	26,00	26,00
Equipo de Cómputo	766,80	33%	253,04	253,04	253,04	-	-
Renovación Equipo Computación	700,00	33%	-	-	-	231	231
Vehículo	8.200,00	20%	1.640,00	1.640,00	1.640,00	1.640,00	1.640,00
TOTAL	18.540,90		2.780,45	2.780,45	2.780,45	2.758,41	2.758,41

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.5. Amortización Gastos de Constitución

Cuadro N° 78. Amortización gastos de constitución

DESCRIPCIÓN	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de constitución	20%	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.6 Balance de Arranque al año cero

Nutrifood BF Cia. Ltda.

Estado de Situación Financiera

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	3.867,64	PASIVOS LARGO PLAZO	10.000,00
Caja - Bancos	3.867,64	Préstamo por Pagar	10.000,00
ACTIVOS NO CORRIENTES	17.929,90	TOTAL PASIVOS	10.000,00
Vehículo	8.200,00		
Mobiliario y Equipo	7.736,15		
Equipo de Computación	766,80	PATRIMONIO	13.397,54
Muebles y Enseres	966,96	Capital Social	13.397,54
Equipo de Oficina	259,99		
ACTIVOS DIFERIDOS	1.600,00		
Gastos de Constitución	1.600,00		
TOTAL ACTIVOS	23.397,54	TOTAL PASIVO+PATRIM.	23.397,54

5.7 Estado de Resultados Proyectado

Nutrifood BF Cía. Ltda.
Estado De Resultados

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas Proyectadas	56.660,30	61.136,35	65.503,79	69.553,01	72.975,95
TOTAL INGRESOS	56.660,30	61.136,35	65.503,79	69.553,01	72.975,95
(-) COSTOS OPERATIVOS					
Materia Prima Directa	10.901,69	11.762,90	12.603,22	13.382,31	14.040,90
Mano de Obra Directa	9.831,29	11.389,46	12.392,87	13.484,68	14.672,68
Costos Indirectos de Fabricación	2.343,50	2.488,90	2.635,04	2.767,64	2.888,53
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	23.076,48	25.641,26	27.631,12	29.634,62	31.602,10
= UTILIDAD BRUTA	33.583,82	35.495,09	37.872,66	39.918,39	41.373,85
(-) GASTOS OPERACIONALES					
Gastos Administrativos	15.661,44	17.556,94	18.827,93	20.202,61	21.689,84
Gastos en Ventas	5.463,64	6.259,22	6.777,92	7.341,33	7.953,36
Depreciación	2.780,45	2.780,45	2.780,45	2.758,41	2.758,41
Gastos Diferidos	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
TOTAL GASTOS	24.225,54	26.916,61	28.706,31	30.622,35	32.721,61
= UTILIDAD OPERATIVA	9.358,28	8.578,48	9.166,36	9.296,04	8.652,25
(-) GASTOS FINANCIEROS					
= UTILIDAD ANTES OBLIGACIONES	8.322,43	7.724,99	8.516,14	8.872,39	8.481,06
(-) 15% Part. Trabajadores	1.248,36	1.158,75	1.277,42	1.330,86	1.272,16
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	7.074,07	6.566,24	7.238,72	7.541,53	7.208,90
(-) 22% Impuesto Renta	1.556,29	1.444,57	1.592,52	1.659,14	1.585,96
= UTILIDAD NETA PROYECTADA	5.517,77	5.121,67	5.646,20	5.882,39	5.622,94

Fuente: Estudio Económico Financiero
Elaborado por: Las autoras

5.8 Flujo de Caja Proyectado

Nutrifood Bf Cia Ltda

Flujo De Caja

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Propia	-13.397,54					
Inversión Financiada	-10.000,00					
INGRESOS						
Utilidad Neta Proyectada		5.517,77	5.121,67	5.646,20	5.882,39	5.622,94
Depreciación		2.780,45	2.780,45	2.780,45	2.758,41	2.758,41
Valor de Rescate						5.619,26
TOTAL INGRESOS		8.298,23	7.902,12	8.426,65	8.640,80	14.000,61
EGRESOS						
Pago Principal		1.591,03	1.773,39	1.976,66	2.203,23	2.455,69
Reinversión Activos Fijos					700,00	
TOTAL EGRESOS		1.591,03	1.773,39	1.976,66	2.903,23	2.455,69
FLUJO NETO	-23.397,54	6.707,20	6.128,73	6.449,99	5.737,58	11.544,92

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.9 Evaluación Financiera

5.9.1 Costo de oportunidad

Cuadro N° 79. Cálculo de la tasa de redescuento

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE	TASA DE RENDIMIENTO	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	13.397,54	57,26%	6,50%	0,0372
Financiamiento	10.000,00	42,74%	11,00%	0,0470
TOTAL	23.397,54	100,00%		0,0842

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

CK = Costo de Oportunidad = 8,42%

In = Inflación = 3,01%

TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

$TRM = (1 + CK) (1 + In) - 1$

$TRM = (1 + 0,0842) (1 + 0,0301) - 1$

TRM = 0,1168

TRM = 11,68%

5.9.2 Cálculo del valor actual neto (VAN)

El VAN muestra el monto de beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión y considera el valor cronológico del dinero y su costo de rentabilidad TRM.

$$VAN = -Inversión + \Sigma \frac{Flujos\ de\ Caja\ Neto}{(1 + i)^n}$$

Cuadro N° 80. Cálculo valor actual neto

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS DEFLACTADOS
0	-23.397,54		
1	6.707,20	1,11683442	6.005,54
2	6.128,73	1,247319122	4.913,52
3	6.449,99	1,393048928	4.630,13
4	5.737,58	1,555804991	3.687,85
5	11.544,92	1,737576565	6.644,27
Sumatoria Flujos Netos Deflactados			25.881,31

Fuente: Estudio Económico Financiero
Elaborado por: Las autoras

$$VAN = - 23.397,54 + 25.881,31$$

$$VAN = 2.483,78$$

El valor actual neto del presente proyecto es de 2.483,78; a una tasa del 11,68%, que nos muestra que el proyecto es rentable, lo que significa que se justifica la inversión.

El proyecto resulta ser factible por cuanto el VAN es positivo, siendo por lo tanto, factible la creación de la empresa de producción y comercialización de semillas de calabaza.

5.9.3 Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno nos permite identificar a que tasa debe rendir el proyecto para recuperar la inversión, siendo el VAN igual a cero; para lo cual se utiliza el método de la interpolación.

Cuadro N° 81. Van con tasa inferior

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS DEFLACTADOS
0	-23.397,54		
1	6.707,20	1,11683442	6.005,54
2	6.128,73	1,247319122	4.913,52
3	6.449,99	1,393048928	4.630,13
4	5.737,58	1,555804991	3.687,85
5	11.544,92	1,737576565	6.644,27
Sumatoria Flujos Netos Deflactados			25.881,31
VAN con Tasa Inferior			2.483,78

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N° 82. Van con tasa superior

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS DEFLACTADOS
0	-23.397,54		
1	6.707,20	1,16	5.782,07
2	6.128,73	1,3456	4.554,65
3	6.449,99	1,560896	4.132,24
4	5.737,58	1,81063936	3.168,81
5	11.544,92	2,100341658	5.496,69
Sumatoria Flujos Netos Deflactados			23.134,45
VAN con Tasa Superior			-263,09

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Datos para aplicar la fórmula de interpolación:

Tasa Inferior	0,1168
Tasa Superior	0,1600
VAN Tasa Inferior	2.483,78
VAN Tasa Superior	-263,09

Su fórmula es:

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

$$TIR = 0,1168 + (0,16 - 0,1168) \left[\frac{2.483,78}{(2.483,78 - (-263,09))} \right]$$

$$TIR = 0,1559$$

$$TIR = 15,59\%$$

La tasa interna de retorno calculada es del 15,59% y es mayor a la tasa de rendimiento medio, afirmando la factibilidad del proyecto.

5.9.4 Relación Beneficio- Costo

Cuadro N° 83. Relación beneficio- costo

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	TASA DE REDESCUENTO	INGRESO DEFLACTADOS	EGRESOS DEFLACTADOS
1	8.298,23	1.591,03	1,1168	9.267,74	1.776,91
2	7.902,12	1.773,39	1,24731912	9.856,47	2.211,99
3	8.426,65	1.976,66	1,393048928	11.738,74	2.753,58
4	8.640,80	2.903,23	1,555804991	13.443,40	4.516,86
5	14.000,61	2.455,69	1,737576565	24.327,14	4.266,95
TOTAL				68.633,49	15.526,29

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

$$B/C = \frac{\Sigma \text{Ingresos Deflactados}}{\Sigma \text{Egresos Deflactados}}$$

$$B/C = \frac{68.633,49}{15.526,29}$$

$$B/C = 4,42$$

La relación beneficio - costo es de 4,42; por lo tanto por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de \$4,42.

5.9.5 Tasa de Rendimiento Beneficio- Costo

$$TRBC = \frac{\Sigma \text{Flujos Netos Deflactados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$TRBC = \frac{25.881,31}{23.397,54}$$

$$TRBC = 1,11$$

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos determinándose, por cada dólar invertido se recupera 1,11 USD.

5.9.6 Punto de Equilibrio

Cuadro N° 84. Punto de equilibrio

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	56.660,30	61.136,35	65.503,79	69.553,01	72.975,95
TOTAL INGRESOS	56.660,30	61.136,35	65.503,79	69.553,01	72.975,95
COSTOS FIJOS					
Gastos Administrativos	15.661,44	17.556,94	18.827,93	20.202,61	21.689,84
Gastos en Ventas	5.463,64	6.259,22	6.777,92	7.341,33	7.953,36
Depreciaciones	2.780,45	2.780,45	2.780,45	2.758,41	2.758,41
Gasto Financiero	1.035,85	853,49	650,22	423,65	171,19
Gastos Diferidos	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
TOTAL COSTOS FIJOS	25.261,39	27.770,10	29.356,53	31.046,00	32.892,80
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	10.901,69	11.762,90	12.603,22	13.382,31	14.040,90
Mano de Obra Directa	9.831,29	11.389,46	12.392,87	13.484,68	14.672,68
Costos Indirectos de Producción	2.343,50	2.488,90	2.635,04	2.767,64	2.888,53
TOTAL COSTOS VARIABLES	23.076,48	25.641,26	27.631,12	29.634,62	31.602,10
PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)	42.619,27	47.830,91	50.774,45	54.093,93	58.016,91

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Año 1:

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

$$PE (\$) = \frac{25.261,39}{1 - (23.076,48/56.660,30)}$$

$$PE (\$) = 42.619,27$$

Al vender \$42.619,27; el proyecto no obtiene ganancias ni pérdidas, ya que alcanza a cubrir exactamente su nivel de costos totales, esto es en el primer año de funcionamiento del negocio.

5.9.7 Período de recuperación de la inversión

Mediante una regla de tres y utilización de los flujos netos actualizados de 25.881,31, recuperables en 5 años, se obtiene:

25.881,31	5 años
23.397,54	X

$$X = 4,52$$

La inversión inicial del proyecto se recuperará aproximadamente en 4,52 años.

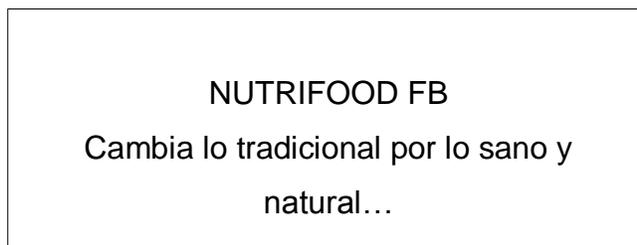
CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

El estudio administrativo busca determinar la parte organizacional de la empresa, en la cual se incluye la filosofía, estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para la conformación de la empresa.

6.1 Análisis interno de la empresa

6.1.1 *Nombre de la empresa*



6.1.2 *Logotipo de la empresa*



6.1.3 Razón social

La empresa se constituirá como compañía de responsabilidad limitada con la aportación de cuatro socios, y con el financiamiento del Banco Nacional del Fomento, contando con sus respectivos permisos de funcionamiento y constitución.

NUTRIFOOD BF Cía. Ltda., es una empresa productora y comercializadora de semillas de calabaza, cuyo nombre se quiere hacer comprender al ciudadano, que el consumo de este alimento natural es una fortaleza para su salud.

6.1.4 Misión

NUTRIFOOD BF Cía. Ltda. es una empresa especializada en la producción y comercialización de semillas de calabaza, manteniendo características de calidad exigidas por el mercado, que aseguran una relación comercial, justa y transparente con nuestros clientes, proveedores, la comunidad y el medio ambiente.

6.1.5 Visión

En los próximos tres años alcanzar el crecimiento sustentable especializado en la producción de semillas de calabaza a nivel local y regional, aprovechando nuestra experiencia y armonía organizacional para así mejorar las condiciones de vida tanto para sus propietarios como para la comunidad, clientes y proveedores.

6.1.6 *Objetivos Organizacionales*

6.1.6.1 *Objetivo General*

Producir y comercializar semillas de calabaza con certificación de calidad, ajustándose a las exigencias de los clientes y gestión sustentable del medio ambiente.

6.1.6.2 *Objetivos específicos*

- Desarrollar un nuevo producto sano y nutritivo para el mercado.
- Comercializar competentemente el producto, mejorando continuamente cada uno de sus procesos.
- Generar utilidades para crecer, sobrevivir y mantenerse en el mercado.

6.1.7 *Políticas de la empresa*

- Prestar la debida atención a los clientes ya que son la razón de ser de la empresa.
- Mantener capacitado al personal.
- Monitorear permanentemente el producto.

- Trabajar con responsabilidad y cumplimiento de las obligaciones de la empresa.

6.1.8 **Principios y valores corporativos**

6.1.8.1 **Principios**

- a) **La Responsabilidad:** Es uno de los principios más importantes de la empresa, ya que permite cumplir con puntualidad la producción, entrega de pedidos, pago de cuentas, etc.
- b) **Mejoramiento continuo:** Mejorar continuamente los procesos y en sí el producto, requeridos para satisfacer las necesidades actuales y exigencias del mercado.
- c) **Buena atención al cliente:** Brindar atención a todas las interrogantes e inquietudes de los clientes, mediante la creación de una alternativa ágil para la solución de problema, para así mantener una buena relación con los clientes.
- d) **Eficiencia en las actividades:** Este principio es necesario desarrollarse en todas las áreas de la empresa, mediante un trabajo en equipo, buena comunicación e interrelación del personal con el fin de obtener un producto de calidad.
- e) **Cuidar la imagen de la empresa:** Mediante un buen desempeño de las actividades, cumplimiento de obligaciones y trabajo transparente en el desarrollo de las mismas.

6.1.8.2 *Valores corporativos*

- Honestidad.
- Puntualidad.
- Respeto.
- Ética.
- Cooperación.
- Calidad.
- Desarrollo Humano.
- Compromiso con la Organización.

6.2 Organización estructural y funcional de la empresa

6.2.1 *Organigrama estructural*



6.2.2 Niveles administrativos

La Empresa productora y comercializadora NUTRIFOOD BF Cía. Ltda., comprende los siguientes niveles administrativos:

6.2.2.1 Nivel Directivo

El nivel directivo está compuesto por los socios de la compañía que conforman La Junta General de Socios y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.

6.2.2.2 Nivel Ejecutivo

Este nivel está integrado por el Gerente de la compañía, quien a su vez es su representante legal y responsable de dirigir, orientar y supervisar la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.

6.2.2.3 Nivel Auxiliar o de apoyo

Está constituido por la unidad de contabilidad y secretaría, quienes auxilian las operaciones de la organización, realizando funciones de soporte necesarias para el cumplimiento de las actividades de la empresa.

6.2.2.4 Nivel Operativo

Lo conforman las unidades de producción y ventas, quienes son los responsables de cumplir con los objetivos organizacionales a través de planes y programas.

6.2.3 Manual de funciones

6.2.3.1 Nivel directivo: Junta General de Socios

A. Descripción del Puesto.

Está constituido por los socios de la compañía y serán los responsables de la conducción de la misma, hacia la obtención de los objetivos que ella persigue, que es la producción y comercialización de semillas de calabaza. Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la empresa, aprobar la planificación y las metas anuales, normar los procedimientos, dictar reglamentos internos, nombrar al Gerente y tomar decisiones sobre la marcha de la organización.

B. Funciones.

- a. Designar y remover al gerente y fijar su remuneración.
- b. Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente.
- c. Resolver la forma de reparto de utilidades.
- d. Resolver la amortización de los aportes sociales.
- e. Convenir en la cesión de los aportes sociales y en la admisión de nuevos socios.
- f. Decidir el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social.
- g. Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía.
- h. Resolver la disolución anticipada de la compañía.
- i. Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley que son las siguientes:

- ✓ El socio administrador que se sirve de la firma o de los capitales sociales en provecho propio; o que comete fraude en la administración o en la contabilidad; o se ausenta y, requerido, no vuelve ni justifica la causa de su ausencia.
 - ✓ El socio que interviniere en la administración sin estar autorizado por el contrato de la compañía.
 - ✓ El socio que constituido en mora no hace el pago de su cuota social.
 - ✓ El socio que quiebra; y,
 - ✓ En general, los socios que falten gravemente al cumplimiento de sus obligaciones sociales.
 - ✓ El socio excluido no queda libre del resarcimiento de los daños y perjuicios que hubiere causado.
- j. Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra del gerente.
- k. En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra.
- l. Las demás funciones que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otro organismo.
- m. Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas y responsabilizar al gerente por su ejecución.
- n. Autorizar la celebración de actos y contratos relativos al giro de la compañía cuya cuantía no exceda de 20.000 dólares.
- o. Autorizar la venta o hipoteca de bienes de la compañía.
- p. Interpretar o reformar el estatuto y resolver aumentos o disminuciones de capital social, de acuerdo con las disposiciones legales pertinentes; y,
- q. Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, etc.

6.2.3.2 Nivel ejecutivo: Gerente

A. Descripción del Puesto.

El gerente es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la compañía, será designado por la Junta General de Socios y ejercerá sus funciones por el periodo de tres años, pudiendo ser reelegido. Será responsable de la administración de la compañía, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas: de motivación, de información, de decisiones, de control. Jerárquicamente dependerá de la junta general de socios.

B. Funciones.

- a. Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía.
- b. Convocar a las sesiones de Junta General de Socios y actuar como secretario.
- c. Formular los planes y programas que debe cumplir la compañía y someterlos a aprobación de La Junta General de Socios.
- d. Dirigir y coordinar las actividades de la compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma.
- e. Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación de La Junta General de Socios.
- f. Gestionar préstamos y efectivizarlos, previo la autorización de La Junta General de Socios.
- g. Seleccionar, contratar y remover al personal de la compañía previo conocimiento de La Junta General de Socios.

- h. Coordinar los programas de capacitación del personal.
- i. Someter a la aprobación de La Junta General de Socios el orgánico estructural y funcional de la compañía, reglamentos internos, manuales, y sus modificaciones y velar por su aplicación.
- j. Negociar la compra de vehículos usados previo el diagnóstico respectivo.
- k. Supervisar el trabajo de todas las dependencias.
- l. Presentar con la oportunidad del caso, los estados financieros a La Junta General de Socios para su aprobación y luego enviar a la Superintendencia de Compañías.
- m. Ejecutar las decisiones que se tomen en La Junta General de Socios.
- n. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la compañía.
- o. Supervisar que se realicen los pagos de impuestos en los plazos establecidos.
- p. Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía.
- q. Supervisar permanentemente las instalaciones de la compañía que se mantengan en excelentes condiciones de funcionamiento; y,
- r. Las demás funciones que le fueran asignados por La Junta General de Socios.

C. Requisitos del Cargo.

- a. Estudios superiores en Administración de Empresas, Economía, o afines.
- b. De preferencia de 25 a 40 años.
- c. Experiencia mínima 2 años en cargos similares.

D. Competencias técnicas del puesto.

- a. Generación de ideas.
- b. Habilidad analítica (análisis de prioridad, criterio lógico sentido común).
- c. Inspección de productos o servicios.
- d. Manejo de recursos financieros.
- e. Pensamiento estratégico.
- f. Pensamiento crítico.
- g. Juicio y toma de decisiones.
- h. Monitoreo y control.

6.2.3.3 Nivel auxiliar: Contadora

A. Descripción del Cargo.

Esta unidad es la encargada del manejo y control de las comunicaciones internas y externas como su archivo, brindar apoyo en ciertos aspectos administrativos coordinados por la gerencia; también es la encargada de elaborar los estados financieros de forma oportuna y razonable, jerárquicamente depende del gerente.

B. Funciones.

- a. Velar por el orden, seguridad y privacidad de los documentos de la compañía.
- b. Preparar la documentación y los informes que correspondan a la gerencia.

- c. Recibir las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al gerente; así como realizar las llamadas telefónicas institucionales.
- d. Archivar correctamente la documentación.
- e. Orientar a los clientes que acuden a la gerencia, con buen trato y calidez.
- f. Programar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades contables.
- g. Asesorar al Gerente y a La Junta General de Socios en aspectos contables.
- h. Presentar a la gerencia un informe diario de disponibilidad de efectivo.
- i. Elaborar los comprobantes de pago y los cheques para los pagos acompañando las facturas u otros documentos que los respalde, de los compromisos adquiridos legalmente por la compañía.
- j. Realizar las recaudaciones por las ventas de la compañía adjuntando toda la documentación que justifique y diariamente realizar un parte de recaudaciones y máximo al día siguiente realizar los depósitos en el banco.
- k. Registrar diariamente todas las transacciones en los registros contables basándose en el manual de contabilidad.
- l. Elaborar con la oportunidad del caso los estados financieros, sus anexos y notas aclaratorias y someterlos a la aprobación del gerente y La Junta General de Socios.
- m. Realizar los roles de pago mensuales de los servidores de la compañía y proceder a su pago.
- n. Cancelar al IESS, los aportes de los servidores de la compañía, realizar las actividades de agente de retención y proceder al pago de los impuestos de forma oportuna.
- o. Preparar conjuntamente con el gerente el presupuesto y el flujo de fondos hasta el 15 de octubre.
- p. Mantener de forma ordenada el archivo de contabilidad; y,

- q. Otras funciones que se le encomiende.

C. Requisitos del cargo.

- a. Título de Ingeniería de Contabilidad y Auditoría, C.P.A
- b. Edad de 25 a 35 años.
- c. Experiencia en sistema y manejo contable.
- d. Conocimientos de PCGA, NIC, NIFFS, entre otras normas o principios de contabilidad.

D. Competencias técnicas del puesto – destrezas.

- a. Comprensión escrita
- b. Comprensión oral.
- c. Ética profesional.
- d. Confidencialidad.
- e. Manejo de recursos financieros.
- f. Monitoreo y control.

6.2.3.4 Nivel operativo: Operarios

A. Descripción del Cargo.

La función que desempeñan los obreros, es la realización del proceso productivo, desde la recepción de la materia prima para luego proseguir a descascarar, homogenizar, tostar, envasar y finalmente su respectivo almacenamiento.

B. Funciones.

- a. Recepción de la materia prima
- b. Pesado de la materia prima
- c. Ingreso de la materia prima a bodega.
- d. Elaboración de órdenes de requisición de materias primas e insumos, según pedidos.
- e. Descascarado de las semillas de calabaza.
- f. Selección, limpieza y homogenización de las semillas de calabaza.
- g. Tostado y glaseado de las semillas de calabaza.
- h. Empacado de las semillas de calabaza en presentaciones de 40 gramos para las naturales, 20 gramos para las tostadas y saladas.
- i. Etiquetado del producto.
- j. Ingreso del producto final a bodega.

C. Requisitos del cargo.

- a. Profesional en cualquier ámbito (no indispensable).
- b. Tener conocimiento en sanidad, seguridad industrial.
- c. Experiencia en trato al personal.
- d. De preferencia tener conocimiento de producción en cuanto a la semilla de calabaza.
- e. Edad mínima 23 años.

D. Competencias técnicas del puesto – destrezas.

- a. Responsable, puntual, honesto.
- b. Facilidad de comunicación, buenas relaciones humanas.
- c. Inspección de productos o servicios.

6.2.3.5 Nivel operativo: Vendedor

A. Descripción del Cargo.

La distribución de la semilla es uno de los puntos más importantes de la empresa es por eso que una de las principales funciones es enfocarse en la atención al cliente, dando un excelente trato ya que el cliente es un factor esencial para la compañía.

B. Funciones.

- a. Planificar la distribución en orden de prioridad, tomando en cuenta los pedidos de los clientes.
- b. Verificación de cantidad y estado del producto.
- c. Traslada el producto en condiciones óptimas de conservación.
- d. Entrega del producto.
- e. Elaborar y entregar las facturas.
- f. Cobrar el dinero de la venta realizada.
- g. Realizar el mantenimiento al vehículo antes de salir a la distribución del producto.

C. Requisitos del cargo.

- a. Experiencia en trato al personal y al cliente.
- b. Responsable, puntual, honesto.
- c. Ética moral y profesional.
- d. Facilidad de comunicación, buenas relaciones humanas.
- e. Experiencia en ventas.
- f. Licencia tipo E.
- g. Edad mínima 23 años.

6.3 Aspecto Legal de la empresa

6.3.1 Marco legal

Para la formación de la compañía se desarrollará aspectos fundamentales para la formación de la entidad legal y la celebración de la escritura de constitución.

Razón Social.- NUTRIFOOD BF

Figura Jurídica.- Se constituirá como compañía de responsabilidad limitada.

Socios.- La compañía se conformará por cuatro socios.

Cuadro N° 85. Nómina de socios

NOMBRES	APELLIDOS	ESTADO CIVIL	NACIONALIDAD	DOMICILIO	MONTO DE APORTACIÓN
Tamia Soledad	Farinango Iñaquiza	Soltera	Ecuatoriana	Final Calle Bolívar, Sector Piava- Cotacachi	\$ 3.349,38
Mirian Cristina	Benalcázar González	Soltera	Ecuatoriana	La Ciudadela del Consejo Provincial – Ibarra	\$ 3.349,38
Guadalupe Elizabeth	Benalcázar González	Soltera	Ecuatoriana	Los Ceibos- Ibarra	\$ 3.349,38
María Luzmila	Iñaquiza Yacelga	Casada	Ecuatoriana	Final Calle Bolívar, Sector Piava- Cotacachi	\$ 3.349,38

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

Domicilio.- Situado en la República del Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Cotacachi, parroquia El Sagrario, entre la calle Morales y Albuja Galindo, casa N° 8-15.

Obligaciones Sociales.- Los socios responderán individualmente hasta por el monto de sus aportaciones; en este caso es de \$ 3.349,38 cada socio.

Desarrollo de las Actividades.- Las actividades de producción y comercialización del producto de la compañía se desarrollaran con el nombre de “NUTRIFOOD BF Cía. Ltda.”

Objetivo social.- Producir y comercializar semillas de calabaza naturales, tostadas y saladas.

Capital.- Las aportaciones de cada uno de los socios serán de acuerdo al cuadro anterior, dando un total de capital social de 13.397,54.

Financiamiento.- El monto del préstamo es de 10.000 dólares se realizara al Banco Nacional de Fomento.

Tiempo para la que se constituye.- La compañía tendrá una duración de 35 años.

Cuenta Bancaria.- Se abrirá una cuenta bancaria en el Banco Nacional de Fomento, de integración de capital a nombre de la compañía en formación.

Fondo de reserva.- Se asignará el fondo de reserva de acuerdo a la ley y a futuro de acuerdo a expectativas de los socios.

6.3.1.1 Requisitos para constituir una compañía de responsabilidad limitada

- *Aprobación del nombre de la compañía:* Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.
- *Apertura cuenta de integración de capital:* Se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.
- *Celebrar la escritura pública:* Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía.
- *Solicitar la aprobación de la escritura de constitución:* Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías.
- *Obtener la resolución de la aprobación de las escrituras:* La Superintendencia de Compañías entregará las escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la misma.
- *Cumplir con las disposiciones de la resolución:* (1) Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía. (2) Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación. (3) Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.
- *Inscribir las escrituras en el Registro Mercantil*

- *Elaborar nombramientos de la directiva de la compañía:* Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

- *Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil*

- *Reingresar los documentos a la Superintendencia de Compañías:* Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

- *Obtener el RUC*
 - ✓ Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
 - ✓ Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
 - ✓ Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
 - ✓ Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
 - ✓ Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
 - ✓ Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
 - ✓ Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.

- ✓ Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
 - ✓ Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.
- *Retirar la cuenta de integración de capital:* Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.
- *Aperturar una cuenta bancaria a nombre de la compañía:* La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.
- *Obtener permiso para imprimir facturas:*
- ✓ Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
 - ✓ Permiso de Bomberos.
 - ✓ En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE.
 - ✓ Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.
 - ✓ Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.
 - ✓ Registro patronal en el IESS.
 - ✓ Patente Municipal.
 - ✓ Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
 - ✓ Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.
 - ✓ Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de

arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.

6.3.1.2 *Requisitos para obtener la patente municipal*

- Formulario de solicitud y declaración de patente.
- Formulario de patente municipal.
- Certificado de no adeudar al Municipio.
- Copias de cédula de identidad, nombramiento del representante legal y certificado de votación.
- Copia del RUC.
- Copia de escritura de constitución.
- Copia de la declaración del impuesto a la renta.
- Copias certificadas de estados financieros.
- Copia del permiso de cuerpo de Bomberos de Cotacachi.

6.3.1.3 *Requisitos permiso de cuerpo de bomberos*

- Copia de RUC si es primera vez.
- Declaración de la norma técnica nacional o internacional específica que aplica al producto y bajo la cual está sujeto de cumplimiento, con nombre y firma del responsable técnico.
- Descripción del proceso de elaboración del producto, con nombre y firma del responsable técnico.
- Diseño de etiqueta o rótulo del producto, ajustado a los requisitos que exige el “Reglamento de Alimentos” y el

“Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTE INEN 022) sobre Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano” y normativa relacionada (un solo diseño por nombre, marca y contenido).

- Especificaciones técnicas del material de envase, emitida por el proveedor, a nombre de la empresa fabricante del producto. En el caso de fabricantes que tienen contratos con personas naturales o jurídicas para la elaboración de un determinado producto y/o convenio de uso de marcas, se requiere una copia notariada del documento.
- Ficha de estabilidad del producto.
- Descripción del código del lote, suscrito por el técnico responsable.
- Notificación del pago por el valor correspondiente al derecho de servicios por obtención del Registro Sanitario.
- Certificado Fitosanitario otorgado por la autoridad competente.

6.3.1.4 *Requisitos para obtener permiso de funcionamiento del MSP*

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de

establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.

- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

6.4 Aspecto fiscal de la empresa

La empresa se acoge a las siguientes obligaciones tributarias:

- Impuesto a la renta
- Impuesto al valor agregado

Ecuador, además, contempla en su legislación laboral una participación del 15% de las utilidades de la empresa, en beneficio de sus trabajadores y empleados. Este porcentaje es calculado sobre la base imponible, antes del impuesto a la renta.

6.5 Aspecto laboral de la empresa

6.5.1 Seguridad industrial

La seguridad industrial en la empresa son una serie de normas y conductas que debe tomar la empresa para la conservación de la prevención de posibles accidentes que pueden sufrir los trabajadores y demás calamidades que puede sufrir la empresa.

6.5.1.1 Reglas para una buena seguridad industrial

- a. El orden y la vigilancia de la seguridad al trabajo.
- b. Corregir a la vez el aviso de las condiciones peligrosas e inseguras.
- c. No usar maquinaria o vehículos sin estar autorizado para ello.
- d. Usar las herramientas apropiadas y cuidar de su conservación.
- e. Dejar las herramientas en el sitio adecuado.
- f. Utilizar en cada paso, las prendas de protección establecidas.
- g. No quitar sin autorización ninguna protección de seguridad o señal de peligro.
- h. Todas las heridas requieren atención de un médico o utilizar botiquín.
- i. Respetar a los demás evitando bromas inadecuadas.
- j. Presta mucha atención al trabajo que estas realizando.
- k. Evita hacer las cosas apresuradamente ya que es el mejor aliado para ocasionar un accidente.

6.5.1.2 Áreas en las que se debe aplicar la seguridad industrial

- a. Orden y Limpieza.
- b. Emergencia como incendios y fenómenos naturales.
- c. Equipo de protección individual.
- d. Accidentes
- e. Emergencia
- f. Electricidad

6.5.1.3 Normas de seguridad industrial

- a. No fumar en las áreas internas ni externas de las instalaciones de la planta.
- b. Usar pantalones o monos largos debajo de la bata durante la jornada de trabajo.
- c. No usar prendas (anillos, relojes, cadenas, zarcillos) durante el proceso.
- d. No trabajar bajo efectos de bebidas alcohólicas, ni ingerirlas en las instalaciones de la empresa.
- e. Utilizar correctamente los implementos de seguridad.
- f. Cuidar los equipos y utensilios de trabajo. Así como las instalaciones de la empresa, está en beneficio de todos.
- g. No botar papeles u otros desperdicios en los alrededores de la planta.

CAPÍTULO VII. ANÁLISIS DE IMPACTOS

El análisis de impactos se realiza mediante el empleo de una matriz, la misma que actúa con la asignación de una calificación a los componentes del entorno, en el que se está trabajando, para lo cual se emplea la siguiente escala:

Cuadro N° 86. Tabla de valoración de impactos

NÚMERO	VALORACIÓN
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

7.1 Impacto Económico

Cuadro N° 87. Impacto económico

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Nivel de ingresos						X		2
Generación de empleos						X		2
Creación de proyectos alternativos							X	3
TOTAL (E)								7

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto Económico} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = 7/3 = 2,33$$

El resultado de la matriz indica que el impacto económico es medio positivo, ya que la producción de semillas de calabaza requiere poca inversión durante todo el proceso, de la misma manera genera fuentes de empleo dentro del sector, del mismo modo beneficia al agricultor porque las semillas de calabaza presenta grandes expectativas en el mercado como producto con aportes nutricionales y medicinales.

7.2 Impacto Social

Cuadro N° 88. Impacto social

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejora el nivel de vida							X	3
Estabilidad Familiar						X		2
Relaciones con las comunidades							X	3
TOTAL (E)								8

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto Social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = 8/3 = 2,66$$

En esta matriz se puede apreciar que el impacto social del proyecto tiene una valoración alto positivo, ya que mejora el nivel de vida con el consumo de productos naturales y nutritivos, beneficiándose de esta manera tanto el productor como el consumidor, esto permitirá la satisfacción de necesidades que potencialice la estabilidad de las familias. La existencia de la empresa productora y comercializadora de semillas de calabaza permitirá mantener excelentes relaciones con las comunidades ya que de ellas dependerá el buen abastecimiento de la materia prima requerida para la producción.

7.3 Impacto Empresarial

Cuadro N° 89. Impacto empresarial

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Imagen Empresarial							X	3
Liderazgo							X	3
Emprendimiento							X	3
TOTAL (E)								9

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Empresarial} = 9/3 = 3$$

La ejecución del proyecto provocará un impacto empresarial alto positivo porque permitirá crear una buena imagen empresarial incentivando así la creación de empresas y además poseerá un liderazgo ya que será la primera empresa del sector con estas características que impulsará la producción de semillas de calabaza, misma que ayuda al fortalecimiento de la agrobiodiversidad de productos andinos, tal es así las pepas de sambo y zapallo. Así mismo, el proyecto constituye un gran emprendimiento, lo que contribuye a mejorar la rentabilidad tanto de los trabajadores como de los propietarios.

7.4 Impacto Ambiental

Cuadro N° 90. Impacto ambiental

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Conservación del medio ambiente							X	3
Aprovechamiento de recursos							X	3
TOTAL (E)								6

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = 6/2 = 3$$

La matriz indica que el impacto ambiental del proyecto tiene una valoración alto positivo ya que para la producción de semillas de calabaza se regirá a las ordenanzas municipales que promulguen la protección del ambiente, para ello se utilizará procedimientos adecuados a la higiene y salubridad, para garantizar el producto y por ende la salud humana.

La empresa no generará desperdicios tóxicos, y se busca la utilización de los desechos comunes como abonos para plantas.

7.5 Impacto General

Cuadro N° 91. Impacto general

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Económico						X		2
Impacto Social							X	3
Impacto Empresarial							X	3
Impacto Ambiental							X	3
TOTAL (E)								11

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto General} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto General} = 11/4 = 2,75$$

Se puede apreciar de la matriz, que el impacto general del proyecto es altamente positivo ya que con puesta en marcha de la empresa beneficiará significativamente, ya que no afectará a ningún sector, sino más bien beneficiaría a la población en general.

CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional realizado en la ciudad de Cotacachi, permitió caracterizar a la zona donde estará situada la empresa “Nutrifood BF” y del área de influencia del proyecto. Se logró determinar que en las comunidades de Cotacachi, provincia de Imbabura, existe una producción tradicional permanente de sambos y zapallos, que contribuye al suficiente abastecimiento de sus semillas, por tanto constituye una gran oportunidad para implantar una empresa de producción y comercialización de semillas de calabaza, frente a esto los riesgos y oponentes identificados no afectan significativamente al proyecto.
- El marco teórico desarrollado permite tener un conocimiento claro de los principales conceptos que implica la creación de una empresa de producción y comercialización de semillas de calabaza, obteniendo así las bases teóricas y científicas del proyecto que permite clarificar la investigación del mismo.
- Mediante el estudio de mercado se determina que la oferta de las semillas de calabaza en la ciudad de Cotacachi es mínima, por lo que existe una demanda insatisfecha significativa que pueda aprovechar el proyecto. El estudio de mercado establece que la tendencia de la necesidad insatisfecha del consumidor es tener una oferta permanente de las semillas de calabaza, aspecto que es considerado de gran importancia en el presente estudio, lo que incide en la búsqueda de nuevas alternativas dentro de la cadena alimenticia; las semillas de calabaza son productos oleaginosos que a más de tener características nutritivas y medicinales, brinda al consumidor la oportunidad de escoger la forma de consumirlo dependiendo de las necesidades del mismo.

- La localización del proyecto en una zona comercial de Cotacachi permite disponer de la materia prima, insumos y mano de obra requeridos para la producción, además la maquinaria y equipos son de fácil adquisición y su capacidad facilita alcanzar los objetivos planteados.
- Mediante el estudio económico y financiero se determina que la ejecución del proyecto es factible siempre y cuando se mantengan los escenarios y no existan cambios significativos en el mercado.
- La estructura administrativa y funcional ha sido diseñada con el fin de definir estratégicamente la creación de la empresa, establecer al talento humano idóneo para cada área funcional y analizar los aspectos legales para la constitución de la organización.
- El desarrollo del proyecto generará impactos que deben ser estudiados y tomados en cuenta para la normal ejecución del mismo.

RECOMENDACIONES

- Es necesario continuar con la difusión del cultivo de calabazas (sambos y zapallos) como una opción de inversión y alternativa de producción y dar el máximo apoyo posible a la promoción del consumo de semillas de calabaza.
- Las fuentes bibliográficas de libros no son suficientes a la hora de realizar investigaciones, además se requiere que sean más actualizadas.
- Aprovechar al máximo las oportunidades que brinda el mercado en cuanto a la existencia de demanda insatisfecha mediante la creación de nuevos proyectos en las diversas ramas productivas.
- Es necesario contribuir a la producción eficiente y de calidad, retomando las prácticas agrícolas de nuestros antepasados y apoyándonos en tecnologías tradicionales acordes a nuestro medio, que no deterioren el ambiente y así alcanzar la seguridad alimentaria con productos sanos aceptados en el mercado.
- Antes de poner en marcha un proyecto se deben analizar los evaluadores financieros para no correr el riesgo de que éste fracase.
- Dar a conocer al talento humano, la organización y funcionamiento de la empresa, la designación de funciones, los procesos productivos, estatutos, para evitar malos entendidos en el desarrollo y funcionamiento de la empresa.
- Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de presentarse variaciones, tratar de contrarrestarlos y solucionar los inconvenientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Baena, V., & Moreno, M. (2008). *Instrumentos de Marketing* (Primera ed.). Barcelona, España: UOC.
- Bastos, I. (2010). *Promoción y Publicidad en el punto de venta* (Primera ed.). España: Ideaspropias.
- Besley, S., & Eugene, B. (2008). *Fundamentos de la Administración Financiera* (Catorceava ed.). Pearson: Cengage Learning.
- Botanical Online. (2012). *Pepitas o semillas de calabaza*. Obtenido de <http://www.botanical-online.com>
- CODECO Nutrilife. (2011). *Semillas de Calabaza*. Obtenido de www.codeconutrilife.com
- Contabilidad y Finanzas. (29 de mayo de 2012). *Relación Beneficio- Costo*. Obtenido de <http://www.contabilidadyfinanzas.com>
- Eco-finanzas. (2012). *Diccionario de economía, administración, finanzas, marketing*. Obtenido de <http://www.eco-finanzas.com>
- FAO. (2006). *Crear y manejar un huerto escolar*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
- Fernández, R. (junio de 2007). *Comer, Mantenerse y Belleza*. Obtenido de comermantenerse.blogspot.com
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera* (Primera ed.). Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Ferrantelli, P., & Alencio, F. (2005). *Enciclopedia práctica de las medicinas alternativas* (Primera ed.). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Lea S.A.
- Flórez, J. (2007). *Cómo crear y dirigir la nueva empresa*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Fundación Eroski Consumer. (12 de mayo de 2006). *La Calabaza*. Obtenido de www.consumer.es

- GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi. (2013). *Gobierno Municipal de Cotacachi*. Recuperado el 5 de noviembre de 2013, de <http://www.cotacachi.gob.ec/>
- Garnica, J. (2012). *Horticultura*. Agronómico Salesiano, Quito.
- Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi. (2011, marzo). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi*. Cotacachi.
- Granados, A. (2008). *Liderazgo emprendedor* (Segunda ed.). México: Cengage Learning.
- Guerrero, M., & Yamisleidydis, P. (agosto de 2009). *Biblioteca virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales*. Obtenido de <http://www.eumed.net>
- Hitt, M., Ireland, D., & Hoskisson, R. (2008). *Administración Estratégica* (Séptima ed.). México: Cengage Learning.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC. (2013). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC*. Obtenido de <http://www.inec.gob.ec>
- León, J. (1968). *Fundamentos botánicos de cultivos tropicales* (Primera ed.). Costa Rica: IICA.
- Mallo, C., & Pulido, A. (2008). *Contabilidad financiera* (Primera ed.). Madrid, España: Paraninfo.
- Martínez, R. (2009). *Manual de Contabilidad para Pymes* (Primera ed.). España: Club Universitario.
- Martínez, R. (2010). *Técnica contable* (Primera ed.). España: Club Universitario ECU.
- Medina, U., & Correa, A. (2010). *Cómo evaluar un proyecto empresarial* (Segunda ed.). Madrid, España: Díaz de Santos S.A.
- Mercola, J. (30 de septiembre de 2013). *9 beneficios saludables de las semillas de calabaza*. Obtenido de <http://espanol.mercola.com>
- Omeñaca, J. (2008). *Contabilidad General* (Onceava ed.). Barcelona, España: Deusto.

- Proyecto GEF-CIBIOGEN de Bioseguridad. (1998). *Cucurbita ficifolia*. México: CONABIO.
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Dirección estratégica*. Málaga, España: Vértice.
- Quinteros, G. (2010). Caracterización física química y nutricional de tres morfotipos de sambo, cultivados en el cantón Cotacachi, 2010. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ramírez, M., & Williams, D. (2003). *Guía agro-culinaria de Cotacachi, Ecuador y alrededores* (Primera ed.). Cali, Colombia: IPGRI Américas.
- Rhoades, R. (2006). *Desarrollo con identidad: comunidad, cultura, sustentabilidad en los andes* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Ediciones Abya Yala.
- Rico, G., & Sacristán, M. (2012). *Fundamentos empresariales* (Primera ed.). Madris, España: Esic.
- Rivera, J., & López, M. (2012). *Dirección de Marketing* (Tercera ed.). Madrid, España: Esic.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Salud Natural. (26 de abril de 2010). *Semillas de calabaza: sus propiedades, usos y beneficios en la salud*. Obtenido de <http://saludnatural.biomanantial.com>
- Salud y buenos alimentos. (2013). *Semillas de calabaza, Cucurbita*. Obtenido de <http://www.saludybuenosalimentos.es>
- SERVEI DE PUBLICACIONES. (2009). *Costes para la dirección de empresas* (Segunda ed.). Barcelona, España: Publicaciones SERVEI.
- Suquilanda, M. (2005). *Producción Orgánica de Productos Andinos*. Cotacachi: FAO, UNORCAC, MAGAP.
- Tapia, C. (2005). *Conservación complementaria y uso sostenible de cultivos subutilizados en el Ecuador*. Agrociencia, Quito, Ecuador.
- Tayde, M. (2012). *Propiedades curativas de las semillas de calabaza*. Obtenido de <http://www.unavidalucida.com.ar>

Thompson, I. (junio de 2006). *Promonegocios*. Obtenido de www.promonegocios.net

Yeager, S. (2001). *La guía médica de remedios alimenticios* (Primera ed.). Estados Unidos: Prevention en Español.

ANEXOS

Anexo N°1

Listado de tiendas y micromercados encuestados

N°	NOMBRE	DIRECCIÓN	N°	NOMBRE	DIRECCIÓN
1	Comercial El Coco	Calle Sucre	45	VÍVERES FAY PRIS	Calle Pedro Moncayo
2	Sra. Teresa Saltos	Calle Bolívar	46	COMERCIAL EL COCO	Calle Sucre
3	Sr. Milton Cadena	Calle Bolívar	47	VIVERES CRISTIAN	Calle Pedro Moncayo
4	Almacenes Tía	Calle 10 de Agosto	48	SUPERMERCADO 10 DE AGOSTO	Calle 10 de Agosto
5	Panadería El Trigal	Calle 10 de Agosto	49	TIENDA MAFER	Calle Bolívar
6	Viveres Cristian	Calle 9 de Octubre	50	ABASTOS MEJÍA	Calle 10 de Agosto
7	Viveres Patty	Calle 9 de Octubre	51	VÍVERES LA ECONOMÍA	Calle 10 de Agosto
8	Viveres El Edén	Calle 9 de Octubre	52	MICROMERCADO LUISITO	Calle Salinas
9	Viveres s/n	Calle Modesto Peñaherrera	53	VÍVERES SAMANTHA	Calle Salinas
10	Viveres s/n	Calle Modesto Peñaherrera	54	SU COMISARIATO ECONÓMICO	Calle 9 de Octubre
11	Viveres s/n	Calle Modesto Peñaherrera	55	Abastos Sulay	Calle Vacas Galindo
12	Viveres s/n	Calle Modesto Peñaherrera	56	Micromercado Baratón	Calle Vacas Galindo
13	Viveres Saiwa	Calle Salinas	57	Viveres Sandrita	Calle Quiroga
14	Viveres s/n	Calle 9 de Octubre	58	Viveres Elsita	Calle 10 de Agosto
15	Viveres s/n	Calle 9 de Octubre	59	Tienda La Esquina	Calle Salinas
16	Viveres s/n	Calle Salinas	60	Viveres Patricia	Calle 24 de mayo
17	Viveres s/n	Calle Salinas	61	Viveres Doña Laura	Calle 24 de mayo
18	Micromercado Luggy	Calle Salinas	62	Tienda Don Pedro	Calle 24 de mayo
19	Su Comisariato Económico	Calle 9 de Octubre	63	Viveres s/n	Calle Quiroga
20	Micro Central	Calle González Suárez	64	Viveres s/n	Calle Sucre
21	Tienda Central	Calle Modesto Peñaherrera	65	Viveres s/n	Calle Sucre
22	Viveres Andresito	Calle Modesto Peñaherrera	66	Comisariato La maravilla	Calle Sucre
23	Su Comisariato Económico	Calle 9 de Octubre	67	Abastos La Tola	Calle 9 de Octubre
24	Abarrotos Central	Calle 9 de Octubre	68	Tienda La Económica	Calle Garcia Moreno
25	Comercial Rueda	Calle Morales	69	Tienda Su vecina	Calle Garcia Moreno
26	Chukitos	Calle Bolívar	70	Abastos Andreita	Calle Esmeraldas
27	Viveres Thoti	Calle Morales	71	Viveres s/n	Calle Esmeraldas
28	Viveres Suyay	Calle Morales	72	Viveres s/n	Calle Manuel Larrea
29	Viveres Conchita	Calle Rio frio	73	Viveres s/n	Calle Manuel Larrea
30	Viveres Sebastián	Calle Rio frio	74	Tienda Mateo	Calle Manuel Larrea
31	VÍVERES PAMELITA Y SEBITAS	Calle Rio frio	75	Abastos Jocelyn	Calle Manuel Larrea
32	VÍVERES SHIRLEY	Calle 24 de Mayo	76	Viveres s/n	Calle Telésforo Peñaherrera
33	VÍVERES S/N	Calle Morales	77	Viveres s/n	Calle Telésforo Peñaherrera
34	PANADERÍA S/N	Calle 24 de Mayo	78	Viveres s/n	Calle Telésforo Peñaherrera
35	TIENDA S/N	Calle Modesto Peñaherrera	79	Su mini comisariato	Calle Telésforo Peñaherrera
36	TIENDA S/N	Calle Salinas	80	Viveres s/n	Calle Juan Leon Mera
37	VÍVERES GATITA	Calle Modesto Peñaherrera	81	Viveres s/n	Calle Juan Leon Mera
38	TIENDA S/N	Calle Sucre	82	Viveres s/n	Calle Juan Leon Mera
39	MICRO CENTRAL	Calle González Suárez	83	Micromercado San Francisco	Calle Juan Leon Mera
40	PANADERÍA EL TRIGAL	Calle González Suárez			
41	VÍVERES JAQUELINE	Calle Pedro Moncayo			
42	TIENDA LA DELICIA	Calle Pedro Moncayo			
43	VÍVERES BETTO'S	Calle 9 de Octubre			
44	VÍVERES NOHEMI	Calle Vicente Rocafuerte			

Anexo N° 2



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES

OBJETIVO: Identificar el grado de aceptación y la demanda de las semillas de calabaza en la ciudad de Cotacachi.

INDICACIONES: Lea por favor cuidadosamente cada una de las preguntas y marque con una (x) la respuesta que crea conveniente.

1. ¿Consume usted semillas de calabaza?

- Siempre ()
- Casi Siempre ()
- De repente ()
- Nada ()

Semillas de calabaza: Conocidos también como pepas o pipas de sambo y zapallo.

2. ¿Usted tiene conocimiento sobre los beneficios nutricionales y medicinales de las semillas de calabaza?

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

3. ¿De qué manera le gustaría consumir las semillas de calabaza?

- Naturales ()
- Tostadas y saladas ()

4. ¿Estaría de acuerdo en adquirir las semillas de calabazas naturales en presentaciones de 40 gramos y las tostadas y saladas en presentaciones de 20 gramos?

- Totalmente de acuerdo ()
- De acuerdo ()
- En desacuerdo ()

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la compra de las semillas de calabaza?

Precio semillas naturales 40g

0,70 – 0,75 ctvs ()
0,76 – 0,80 ctvs ()
0,81 – 0,85 ctvs ()

Precio semillas tostadas 20 g

0,40 – 0,45 ctvs ()
0,46 – 0,50 ctvs ()
0,51 – 0,55 ctvs ()

6. ¿Cuántas funditas de semillas de calabaza tanto naturales como tostadas y saladas le gustaría consumir a la semana?

Semillas naturales

Cinco ()
Siete ()
Nueve ()
Más de 10 ()

Semillas tostadas y saladas

Cinco ()
Siete ()
Nueve ()
Más de 10 ()

7. ¿Le gustaría que el empaque de las semillas de calabaza sea en?:

Fundas plásticas ()
Envases plásticos ()

8. ¿En qué lugar le gustaría comprar las semillas de calabaza?

Tiendas ()
Micromercados ()

9. ¿Cómo le gustaría que se promocione las semillas de calabaza?

Medio Radial ()
Internet ()
A través de hojas volantes ()
Prensa escrita ()

DATOS TÉCNICOS

GÉNERO: Femenino () Masculino ()

EDAD:

10 -25 años ()
26- 40 años ()
41- 55 años ()
Más de 60 años ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS NEGOCIOS

OBJETIVO: Identificar la demanda de las semillas de calabaza en la ciudad de Cotacachi y establecer el grado de conocimiento del producto.

INDICACIONES: Lea por favor cuidadosamente cada una de las preguntas y marque con una (x), la respuesta que crea conveniente.

1. ¿Comercializa usted maní?

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

2. ¿Cuántas unidades o fundidas de maní comercializa semanalmente?

- 30 – 50 ()
- 51 – 70 ()
- 71 - 90 ()
- Más de 100 ()

3. ¿En qué precios adquiere usted la fundita de maní de 20 gramos?

- \$0,30 ()
- \$0,35 ()
- \$0,40 ()

4. ¿Estaría usted de acuerdo en comercializar semillas de calabaza naturales en presentaciones de 40 gramos y tostadas saladas en presentaciones de 20 gramos?

- Totalmente de acuerdo ()
- De acuerdo ()
- En desacuerdo ()

5. ¿Cuántas unidades o funditas de semillas de calabaza estaría dispuesto a adquirir semanalmente?

Naturales:		tostadas y saladas:	
20 unid.	()	20 unid.	()
30 unid.	()	30 unid.	()
40 unid.	()	40 unid.	()
50 unid.	()	50 unid.	()

6. ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar a las siguientes presentaciones de semillas de calabaza?

Naturales 40 gramos	0,70 ctvs. ()	0,80 ctvs. ()
Tostadas y saladas 20 gramos	0,40 ctvs. ()	0,50 ctvs. ()

7. ¿Estaría usted de acuerdo en adquirir las semillas de calabaza a una nueva empresa que se cree en Cotacachi?

Totalmente de acuerdo	()
De acuerdo	()
En desacuerdo	()

Anexo N° 4

Entrevista realizada al Lic. Rumiñahui Andrango- Presidente de la UNORCAC-Cotacachi.

Entrevistado: Lic. Rumiñahui Andrango

Cargo: Presidente UNORCAC

Entrevistadores: Tamia Farinango y Cristina Benalcázar

¿Organizacionalmente, Cotacachi cómo está constituida?

El cantón Cotacachi está organizado territorialmente en parroquias y comunidades o comunas y de manera especial en zonas, que son: Urbana, Andina e Intag; la zona urbana comprende las parroquias urbanas de San Francisco y El Sagrario; La zona andina comprende las parroquias rurales de Imantag, Quiroga y las comunidades rurales de la cabecera cantonal; la zona de Intag está conformada por las parroquias rurales de Apuela, Plaza Gutiérrez, Cuellaje, Peñaherrera, Vacas Galindo y García Moreno.

La organización comunitaria en Cotacachi está conformada por 43 comunidades, todas ellas son parte de la UNORCAC, hasta ahora no ha existido ningún problema en cuanto a aspectos organizacionales entre las comunidades.

¿En cuanto a temas de producción de frutos andinos, como son los sambos y zapallos y el aprovechamiento de sus semillas, cómo se maneja o que sistema de cultivos existe en las comunidades Cotacacheñas?

El sambo así como el zapallo está siempre, esta permanente, pero por lo general empieza con la siembra del maíz, culminada la cosecha del maíz, los sambos siguen dando frutos. Estos tienen diferentes formas de recogerlos, primero cuando están tiernos, utilizados para locros de sal y de dulce, pero luego de la semana santa éstos logran su etapa de maduración, muchas veces se tienen arrumados en las casas, para su posterior extracción de sus semillas o más conocidas como pepas, muy utilizadas en la comida de nuestros pueblos.

Anexo N° 5

Cotacachi, Calle Simón Bolívar (Final)
Cotacachi, Imbabura, Ecuador
Julio 01 del 2013

Estimado/a Tamia Farinango Iñaquiza:

Ha solicitado información sobre los precios de la maquinaria de nuestra compañía. A continuación, se indica el presupuesto requerido

CANTIDAD Y DESCRIPCIÓN DEL ARTÍCULO	PRECIO UNIDAD
1 Máquina Peladora- Descascaradora de Semillas de Calabaza Modelo: AMSFM0376 *	\$6.000,00



Energía: 8.19 kW
Capacidad: 200kg/hora (de acuerdo a la materia prima)
Dimensión: 6.5x2.9x3.5M
Peso: 2.5 T
Tasa de perfecto núcleo: > =95%
Garantía: 12 meses

Debido a que no hemos tenido el placer de hacer negocios con usted con anterioridad, les proponemos esta oferta especial para expresarles nuestro deseo de comenzar a entablar relaciones. Si confirma este pedido antes de 21 días a partir de la fecha de esta carta, le ofreceremos un descuento del 8% en el pedido y la entrega será completamente gratuita.

Gracias por darnos la oportunidad de ofrecerles este presupuesto. Llevamos en este negocio 15 años y tenemos muy buena nombradía por la calidad de nuestros productos.

Atentamente,
KM LTDA
Contactos: 02 2813982 / 0981684574



WORLD COMPUTERS
Su inversión inteligente

Razón Social para Emisión de Retención: NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES

RUC: 0701084121001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Según Resolución N° 466 / NO EFECTUAR RETENCION DEL IVA

Para Transferencias: Banco Proamerica Cta.Cte. 1001226013

PROFORMA 2-824

Cliente : NUTRIFOOD

Cedula:

Dirección: IBARRA

Teléfono : 2651376

Fecha Envío 11/07/2013

Contacto:

Srta. Karen Cordova

ASESOR COMERCIAL

Cel. 0980700385

Ofic. 2640 333 / 2608 010

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	COMPUTADORES ORIGINALES Case Combo S21 Board Intel DH61BF LGA 1155 DDR3 Procesador Intel Core i3 3.3Ghz 3220 3ra Disco duro 500 Gb SATA Segate 7200Rpm Dimm 4 Gb DDR3 PC-1333Mhz Kingston DVD RW LG Super Multi 22x SATA Lector Multi Card 3.5" Interno Monitor 18.5" LED LG 19EN33S-B 1360x768 Teclado Mouse Parlantes Regulador Forza 1200VA 600W 110V Supresor de picos Omega 6 tomas Pad Mouse Diseños Cobertor Normal 19" LCD Windows 8 SL 32/64 Bits ORIGINAL	607,14	607,14
1	Multifuncion Canon MG2120 con cartuchos	77,50	77,50
		SUBTOTAL	684,64
		IVA 12%	82,16
		TOTAL	766,80

**La Garantía y Confianza
es lo más importante...**



RUC: 1791218183001

PROFORMA

Dirección: Quito, Av. Río Amazonas 911 y Río Santiago, a una cuadra de la Hormigonera del Valle
Teléfonos: 286 16 68 • 286 70 87 • 601 31 14 • 603 43 20 • 0998314313
E-mail: info@adhinflex.com
Valle de los Chillos - Quito - Ecuador
www.adhinflex.com

Cliente: Tamia Farinango	Atención:
Dirección: Cotacachi	Fecha: 10/07/13
Teléfono: 0985652204	Fax:
Ciudad:	Vendedor: Carolina Ortega

Código	Cantidad	DESCRIPCION	P. Unitario	Valor Total
1212	300.000	ETIQUETA IMPRESA FULL COLOR DIM: 8,00CM X 6,00CM REF: SEMILLAS NATURALES	0.010	3.000,00

Presentación: ROLLOS DE 5.000
Material: PROPALCOTE + ACABADO UV + ADHESIVO SEGURIDAD
Válidez de la Proforma: 8 DIAS
Tiempo de Entrega: 8 DIAS
Forma de Pago: 50% ORDEN DE COMPRA 50% CONTRA ENTREGA
Esta Proforma no incluye I.V.A.


CAROLINA ORTEGA
 POR ADHINFLEX CÍA. LTDA.

PROFORMA
N°02475

RUC:1091734547001

Ibarra, 11 de JULIO de 2013

Cliente: **NUTRIFOOD**
Dirección: **IBARRA**
Ruc:

Telf:

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
2	ESTACIÓN DE TRABAJO Modelo "BIG ECO" Elaborada en Melamínico Duraplac Doble Cara de 25mm Con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.40cm x 1.60cm cen "L", Contiene 1 Faldón en Melamínico, 1 Placa Latera, 1 Base Mixta (Metal y Melamínico) (1) Cajonera Triple en Melamínico con seguridad para las 3 gavetas, (1) Porta Teclado de Riel con portalápices frontal (1) Pasacable Redondo de plástico. (Incl. IVA)	218,75	437,50
2	SILLA OPERATIVA "FOCUS" Nacional C/brazos Espaldar Semireclinable sistema de regulación de altura, Base 5 Puntas con garruchas Plásticas Tapiz en cuerina Negra. (Incl. IVA)	77,68	155,36
4	SILLAS VISITA APILABLE MODELO "ERGO" (Sensa) Estructura en tubo redondo 7/8 x 1,2mm. Acabados en Pintura Electroestática y Texturizada Su Asiento y Espaldar son Anatómicos y está provistos de tuercas Tem. Tapiz Cuerina Negra. Sin Brazos. (Incl. IVA)	34,82	139,28
1	ARCHIVADOR METÁLICO DE 3 GAVETAS, Provisto con mecanismos de Seguridad para las tres gavetas, Sistema interno de riel, Elaborado en tol de 1.1mm Acabados en Pintura Electroestática y Texturizada. color Negro. (Incl. IVA)	158,93	158,93
1	ESTANTERÍAS, Elaborado en Melamínico Duraplac doble Cara, Tamaño 1.80cm de alto x 0.60cm de ancho x 0.30cm de Profundidad, Abierto. (Incl. IVA)	75,89	75,89
Tiempo de Entrega: 15 días Laborables		Subtotal \$	863,36
Forma de Pago: 60% Al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: Quince días		IVA 12%	103,60
Tiempo de Garantía: Un Año por daños de fabricación		TOTAL \$	966,96

Entregué Conforme
Irene Játiva

Recibí Conforme



PAPELERIA VACA JUNIOR

Ruc: 1003244567001
Bolívar y Olmedo

N°3546
Ibarra, 18 de Julio de 2013

Cliente: **NUTRIFOOD**
Dirección: **IBARRA**

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
2	Calculadora	16,65	33,3
1	Facturero	15	15
1	Agenda	2,35	2,35
1	Perforadora	5,5	5,5
1	Grapadora	5,8	5,8
2	Papeleras Metálicas	10	20
3	Resmas de Papel Bond	3,5	10,5
2	Tinta Impresora	15	30
2	Folders	0,915	1,83
5	Bolígrafos	0,5	2,5
Tiempo de Entrega: 2 a 3 días laborables		Subtotal 12%	127,05
Forma de Pago: 60% Al Pe y 40% a la En		subtotal 0%	13
Validez Proforma: Quince días		IVA 12%	15,25
Tiempo de Garantía: Un Año por daños de fabricación		TOTAL \$	155,3

Entregué Conforme

Recibí Conforme



FECHA: 10/07/2013

RUC: 1005207608

CLIENTE : NOTROFOOD BF

PROFORMA N° 2341

LUGAR: IBARRA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
Teléfono Fax Panasonic térmico con alta voz	1	174,99	174,99
Teléfono Panasonic inalámbrico	1	85	85
		SUB TOTAL	232,13
		IVA 12%	27,86
		TOTAL	259,99

ENTREGUE CONFORME

RECIBI CONFORME

INDUSTRIAS GG

PROFORMA

RUC. 1796543979001

Dirección: Av. Chistobal de Troya 7-21 y Ricardo Mesa

Telf: 090959652

Cliente: Cristina Benalcazar

Fecha: 15 de julio 2013

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
Codificador /Fechador m	1	414,4	414,4
Balanza digital 15 kg	1	174,75	174,75
Plancha industrial	1	870	870
Pailas Umco	2	60	120
		SUB TOTAL	1409,96
		IVA 12%	169,19
		TOTAL	1579,15

CONFIANZA Y SEGURIDAD

ENTREGUE CONFORME

RECIBI CONFORME

Cliente: NUTRIFOOD
Lugar: IBARRA

SELLADORA FUNDAS PLASTICAS CERRADORA DE BOLSAS PLASTICAS 30cm cuerpo metálico



CARACTERISTICAS

Nuevo de paquete

Precio \$34,00

Cuerpo metálico muy durable otros modelos son de plástico y se rompen con facilidad

Modelo -300

“Largo de sellado 12” 12PULGADAS o 30 cm

Espesor 0.07 inches (2mm)

Voltage 110 V

Incluye Repuestos 1 cable de sellado y 1 lamina de Teflón.

Perilla de regulación de calor

Puede sellar fundas plásticas o fundas laminadas como las de café.

Uso simple no necesita tiempo de entrenamiento

Atentamente:

ALVA VILA

Anexo N°6

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen En el otorgamiento de esta escritura MIRIAN CRISTINA BENALCÁZAR GONZÁLEZ, TAMIA SOLEDAD FARINANGO IÑAQUIZA, GUADALUPE ELIZABETH BENALCÁZAR GONZÁLEZ Y MAÍA LUZMILA IÑAQUIZA YACELGA; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, de estado civil solteros; domiciliados en esta ciudad.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, la compañía de responsabilidad limitada << NUTRIFOOD BF >> La misma que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

TITULO I

Del Nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1º.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es NUTRIFOOD BF CIA. LTDA.

Artículo 2º.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Cotacachi, la provincia de Imbabura, República del Ecuador. Por resolución de la junta general de socios podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3º.- Objeto.- el objeto principal de la compañía consiste en brindar servicios de construcción de todo tipo de edificaciones a mediana y escala, como lo son la construcción de urbanizaciones casas independientes, edificaciones comerciales y demás. La compañía podrá actuar por sí o por interpuesta persona natural o jurídica, y celebrar todos los actos y contratos civiles y mercantiles permitidos por la ley.

Art. 4º.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de 35 años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

TITULO II

Del Capital

Artículo 5º.- Capital y participaciones.- El capital social es de 13.397,54 dólares, dividido en 4 participaciones sociales iguales, acumulativas e indivisibles de 3.349,38 dólares de valor nominal cada una.

TITULO III

Del Gobierno y de la Administración

Artículo 6º.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios, y su administración al gerente y/o al presidente.

Artículo 7º.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general la efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Artículo 8º.- Quórum de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de más del 50% del capital social. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los socios presentes.

Artículo 9º.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital social concurrente a la reunión.

Artículo 10º.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía de responsabilidad limitada.

Artículo 11º.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 12º.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período de 5 años, a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Suscribir con el gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio; y,
- c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 13º.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un período de 3 años, a cuyo término podrá ser reelecto. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio;
- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; y,
- e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV

Disolución y Liquidación

Artículo 14º.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley.

CUARTA.- APORTES.- Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto por la Ley de Compañías en sus artículos 137, numeral 7º, 103 ó 104, o uno y otro de estos dos

últimos, según el caso. Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, este no podrá exceder de 12 meses contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales:

Nombres socios MIRIAN CRISTINA BENALCÁZAR GONZÁLEZ, TAMIA SOLEDAD FARINANGO IÑAQUIZA, GUADALUPE ELIZABETH BENALCÁZAR GONZÁLEZ Y MARÍA LUZMILA IÑAQUIZA YACELGA

Capital suscrito \$ 13.397,54

Capital pagado \$ 13.397,54

Capital por pagar \$0

Número de Participaciones 4

Capital Total \$13.397,54

Numerario

Especies

1. Un local comercial.

2. 1 camioneta para uso de la compañía

3. Equipo de oficina

TOTALES: 3

QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para los períodos señalados en los artículos 12º y 13º del estatuto, se designa como **presidente** (a) de la compañía a la señorita **MIRIAN CRISTINA BENALCÁZAR GONZÁLEZ**, y como **gerente** de la misma a la señorita **TAMIA SOLEDAD FARINANGO IÑAQUIZA**, respectivamente.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- Los contratantes acuerdan autorizar al doctor **FERNANDO ANTONIO CORTEZ LUGO** para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento.

Usted, señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

ANEXO N° 7

CÁLCULOS MATERIA PRIMA INDIRECTA AÑO 1

SAL: 1 funda de sal de 2kg abastece 25 libras de semillas de calabaza peladas.

1 funda de sal 2kg	11.340 gramos semillas tostadas
X	475.471 gramos semillas tostadas

X= 42

Precio unidad de sal 2kg: \$0,74

TOTAL= \$31,08

ACEITE VEGETAL: 1 litro de aceite vegetal abastece 25 libras de semillas de calabaza peladas

1 funda de sal 2kg	11.340 gramos semillas tostadas
X	475.471 gramos semillas tostadas

X= 42

Precio litro aceite vegetal: \$2,07

TOTAL= \$86,94

EMPAQUE FUNDAS DE POLIETILENO

1 Paquete 500 fundas 8x12	500 unid. Semillas de calabaza 40 g
X	67.358 unid. Semillas de calabaza 40 g

X=135

Precio Paquete 500 fundas 8x12: \$2,40

TOTAL= \$324

1 Paquete 500 fundas 8x8	500 unid. Semillas de calabaza 20 g
X	23.774 unid. Semillas de calabaza 20 g

X= 48

Precio Paquete 500 fundas 8x8: \$2,10

TOTAL= \$100,80

ETIQUETAS ADHESIVAS FULL COLOR

Unidades Semillas naturales y tostadas 91.132, cada etiqueta \$0,0112. TOTAL= \$1020,68