



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

INGENIERÍA COMERCIAL

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PEPAS DE CALABAZA CON CHOCOLATE “CHOCO-PIPS”, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

**TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA COMERCIAL**

AUTORA: ENRÍQUEZ POTOSI YOLANDA JAQUELINE

DIRECTOR: ECO. LUIS CERVANTES

IBARRA, ENERO 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como propósito realizar un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PEPAS DE CALABAZA CON CHOCOLATE “CHOCO-PIPS”, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**”, debido a que en la localidad existe las condiciones necesarias para el aprovisionamiento de la materia prima. Se analizó el Diagnóstico Situacional del entorno del proyecto, en el cual se identificó claramente a los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que tendrá la nueva unidad productiva. En referencia a las bases Teóricas - Científicas se determinó que la información indagada fue relevante e importante para dar sustento teórico al proyecto. Se determinó técnicamente el Estudio de Mercado, en el cual se identificó los niveles de demanda, oferta y la demanda insatisfecha, cabe recalcar que el mercado meta de la pequeña empresa son los estudiantes de los centros educativos secundarios de la ciudad de Ibarra. En relación al Estudio Técnico se determinó el tamaño, localización, ingeniería y el presupuesto de inversión que la pequeña empresa requiere para su operatividad. En el Estudio Financiero se analizó minuciosamente los criterios de evaluación, los mismos que presentaron resultados favorables y satisfactorios para la inversión. En relación a la Estructura Organizacional se diseñó las áreas según el nivel jerárquico, con su respectivo manual de funciones y finalmente los Impactos que ocasionará la pequeña empresa son en el ámbito económico, social y ambiental.

EXECUTIVE SUMMARY

This project aims to conduct a "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A SMALL BUSINESS PRODUCER AND DISTRIBUTOR OF PEPAS PUMPKIN CHOCOLATE "CHOCO - PIPS" IN THE CITY IBARRA, Province IMBABURA" because there locality necessary for supplying the raw material conditions. Situational Diagnosis of the project environment, in which the Allies, opportunities, and risks that opponents will have the new production unit was clearly identified was analyzed. Referring to Scientific - Theoretical bases was determined that the information was inquired into relevant and important to give theoretical support to the project. Market Research is technically determined, in which the levels of demand, supply and unmet demand is identified, it should be emphasized that the small business target market are students of secondary schools in the city of Ibarra. Technical Study Regarding the size, location, engineering and budget small business investment required for its operation was determined. In the Financial Study the assessment criteria are thoroughly analyzed, the same as with favorable and satisfactory investment results. Regarding the Organizational structure areas was designed according to the hierarchical level, with its own manual functions and eventually cause impacts that small businesses are the economic, social and environmental fields

AUTORÍA

Yo, Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline portadora de cédula de ciudadanía Nro. 040180400-0, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PEPAS DE CALABAZA CON CHOCOLATE “CHOCO-PIPS”, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**”, que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....
Srta: Yolanda Enríquez

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la señorita de décimo semestre, Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline, para optar por el Título de Ingeniera Comercial cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PEPAS DE CALABAZA CON CHOCOLATE “CHOCO-PIPS”, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**”, Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, al 27 de enero del 2014

.....
Eco. Luis Cervantes
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline, con cédula de ciudadanía Nro. 040180400-0 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PEPAS DE CALABAZA CON CHOCOLATE “CHOCO-PIPS”, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

.....
Srta: Yolanda Enríquez

Cédula: 040180400-0

En la ciudad de Ibarra, al 27 de enero del 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040180400-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline		
DIRECCIÓN:	El Olivo - La Quinta S/N		
EMAIL:	jacquelinelove_18@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0988218893

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PEPAS DE CALABAZA CON CHOCOLATE “CHOCO-PIPS”, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”,
AUTORA:	Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline
FECHA: AAAAMMDD	2014 / 01 / 27
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Eco. Luis Cervantes

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline con cédula de ciudadanía Nro. 040180400-0, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline manifiesta 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.

En la ciudad de Ibarra, al 27 de enero del 2014

LA AUTORA

.....
Srta: Yolanda Enríquez
CC: 040180400-0

ACEPTACIÓN:

.....
Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Este trabajo que representa un esfuerzo por superarme tanto en mi vida profesional como en lo personal, se lo dedico a Dios que me da fortaleza espiritual en los momentos difíciles.

De igual forma, con todo mi amor a mis padres SEGUNDO ENRÍQUEZ y ALBA POTOSI, quienes me ha enseñado con su ejemplo a rebasar todas las barreras que en la vida se me presentan, a querer ser mejor cada día, a entender que no hay nada imposible y que sólo hay que esmerarse y sacrificarse, si es necesario, para lograr las metas que me planteo.

Yolanda Jaqueline Enríquez

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a la Carrera de Ingeniería Comercial y docentes por su invaluable aporte académico en mi formación profesional.

En especial al Economista Luis Cervantes director del proyecto, quien ha demostrado colaboración incondicional con el aporte de sus conocimientos, experiencia y su apoyo en el desarrollo del presente trabajo.

Yolanda Jaqueline Enríquez

PRESENTACIÓN

El proyecto tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de pepas de calabaza con chocolate “CHOCO-PIPS”, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. El presente estudio contiene siete capítulos los cuales se los sintetiza a continuación.

Capítulo I se analizó el Diagnóstico Situacional del entorno del proyecto, mediante la matriz de aliados oponentes oportunidades y riesgos (AOOR), de forma detallada sobre la ciudad de Ibarra, lo cual tuvo como finalidad obtener información relevante e importante para llevar cabo el estudio del proyecto, para la determinación de la oportunidad de inversión.

Capítulo II se hizo referencia a las Bases Teóricas - Científicas, en la que se desarrolló una serie de aspectos administrativos, contables, financieros, entre otros, los mismos que se relacionan con el estudio de la presente investigación, a través de fuentes bibliográficas y documentales tales como: libros y páginas web, donde se analizó la información pertinente para dar sustento teórico.

Capítulo III se realizó técnicamente el Estudio de Mercado permitiendo determinar los posibles consumidores potenciales del nuevo producto, es decir se estableció los niveles de demanda, oferta y la demanda insatisfecha, además se estableció estrategias de comercialización para la orientación de las ventas del producto en el mercado local.

Capítulo IV se desarrolló el Estudio Técnico del proyecto para determinar el tamaño, localización, ingeniería y el presupuesto de inversión que requiere la pequeña empresa para una operatividad efectiva.

Capítulo V se analizó el Estudio Financiero en el mismo que se especificaron las proyecciones a cinco años en relación a los ingresos y egresos que generará el proyecto, con un pertinente análisis de criterios de evaluación tales como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo Beneficio (CB), Período de Recuperación de la Inversión (PRI) y el Punto de Equilibrio en unidades y dólares, lo cual tiene con objetivo establecer la factibilidad del proyecto.

Capítulo VI se diseñó la Estructura Organizacional de la pequeña empresa, tomando en cuenta la visión, misión, objetivos organizacionales, orgánico estructural y funcional.

Capítulo VII se determinó los Impactos que ocasionará la nueva unidad productiva en el ámbito económico, social y ambiental.

ÍNDICE TEMÁTICO

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
INTRODUCCIÓN	xxx
JUSTIFICACIÓN	xxxi
OBJETIVOS	xxxii
General.	xxxii
Específicos	xxxii
CAPÍTULO I.....	33
Diagnóstico Situacional	33
Antecedentes	33
Objetivos.....	34
General..	34
Específicos.....	34
Variables Diagnósticas.....	35
Indicadores.....	35
Geográfico	35
Demográfico.....	35
Socio - Económico	35
Socio - Cultural	36
Matriz de Relación Diagnóstica	36
Análisis de las variables.....	38

Geográfico	38
División Política	38
Clima	39
Demográfico	39
Población	39
Población Económicamente Activa - PEA	41
Sector Agropecuario	42
Producción de calabaza	43
Sector Industrial	44
Sector Servicio	44
Empleo	45
Desempleo	46
Socio - Económico	46
Pobreza	48
Vivienda	48
Analfabetismo	48
Socio - Cultural	49
Educación	49
Etnias	50
Matriz de Diagnóstico Externo	50
CAPÍTULO II	53
La empresa	53
Definición de la Empresa	53
Clasificación de Empresa	53
La pequeña empresa	54
Las pepas de Calabaza	55
Beneficio de las Pepas de Calabaza	55
El Chocolate	56
Estudio de Mercado	58

Mercado Meta	58
Segmentación de Mercado	58
Demanda	59
Oferta.... ..	59
Comercialización	60
Canales de Comercialización.....	60
Estudio Técnico	61
Tamaño del Proyecto.....	61
Capacidad Instalada	62
Capacidad Utilizada	62
Localización del Proyecto.....	62
Macro localización	63
Micro localización.....	63
Ingeniería del Proyecto	64
Infraestructura física y de servicios.....	64
Procesos.....	65
Inversión diferida	66
Capital de trabajo.....	66
Estudio Financiero.....	67
Ingresos.....	67
Egresos.....	68
Materia Prima.....	68
Mano de Obra Directa.....	68
Costos Indirectos de Fabricación (CIF).....	69
Gastos Administrativos	69
Gastos de Ventas	70
Gastos Financieros	70
Balance General.....	71
Estado de Resultados	71
Flujo de Caja.....	72
Criterios de Evaluación Financiera	72
Tasa de Redescuento.....	72

Costo de Oportunidad.....	73
Valor Actual Neto (VAN)	73
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	73
Costo/Beneficio.....	74
Período de Recuperación de la Inversión	74
Punto de Equilibrio.....	75
Estructura Organizacional	75
Misión..	76
Visión...	76
Organigrama Estructural.....	76
Orgánico Funcional	77
Impactos	77
Económico	77
Social...	78
Ambiental.....	78
CAPÍTULO III.....	79
Estudio de Mercado	79
Presentación	79
Objetivo.....	80
Objetivo General	80
Objetivos Específicos.....	80
Variables	80
Indicadores.....	81
Producción	81
Demanda	81
Oferta...	81
Precio...	81
Plan de Comercialización	81
Identificación del Producto	83

Etiqueta del producto	84
Segmento de Mercado.....	87
Variable Geográfica	87
Variables Demográficas	87
Edad.....	87
Género.....	87
Ocupación.....	87
Variables Psicográficas.....	88
Clase Social.....	88
Mercado Meta	89
Cálculo de la Muestra	89
Fórmula.....	89
Descripción de las Variables.....	89
Aplicación de la Fórmula.....	90
Estratificación de la Muestra	90
Técnicas e instrumentos	91
Información primaria	91
Evaluación y análisis de la Información	91
Encuesta.....	91
Resultado de la Encuesta	92
Entrevista dirigida a los distribuidores de productos de confitería de la ciudad de Ibarra.....	100
Análisis de la Demanda	101
Demanda Actual.....	101
Proyección de la demanda.....	102
Identificación de la Oferta	103
Oferta Actual	103
Proyección de la Oferta	105
Demanda insatisfecha	106
Análisis del Precio de la Competencia	106
Precio de Venta	106
Proyección del Precio	107

3.16.	Plan de Comercialización.....	107
3.16.1.	Estrategia del Producto.....	107
3.16.2.	Estrategia de Precio	108
3.16.3.	Estrategia de Publicidad	108
	Figura N° 5: Volante.....	109
	109	
3.16.4.	Estrategia de Promoción.....	109
3.16.5.	Estrategias de Distribución y Plaza	110
	CAPÍTULO IV	111
4.	Estudio Técnico	111
4.1.	Presentación	111
4.2.	Objetivo	111
4.2.1.	General	111
4.2.2.	Específicos.....	111
4.3.	Tamaño del Proyecto.....	112
4.3.1.	Factores que afectan la determinación del tamaño.....	112
4.3.1.1.	Mercado	112
4.3.1.2.	Capacidad Instalada del Proyecto.....	113
4.3.1.3.	Cobertura de la Demanda Insatisfecha.....	113
4.3.1.4.	Disponibilidad de la Materia Prima.....	114
4.3.1.5.	Disponibilidad de Capital.....	114
4.3.1.6.	Disponibilidad de Mano de Obra.....	114
4.3.1.7.	Disponibilidad de Producción	114
4.3.1.8.	Tecnología.....	115
4.4.	Localización del Proyecto.....	115
4.4.1.	Macrolocalización del Proyecto	115
4.4.2.	Microlocalización del Proyecto	117
4.4.2.1.	Factores Microlocalización	117
4.5.	Ingeniería del Proyecto	118

4.5.1. Procesos.....	119
4.5.1.1. Flujograma de Procesos	119
4.5.1.2. Proceso Productivo	120
4.5.2. Obras Civiles.....	123
4.5.2.1. Diseños de las Instalaciones	123
4.5.2.1.1. Distribución de la Planta	124
Figura N° 8: Distribución Física de la Planta por Áreas	125
4.6. Presupuesto de la Inversión	126
4.6.1. Propiedad Planta y Equipo	126
4.6.1.1. Terreno	126
4.6.1.2. Infraestructura Física	126
4.6.1.3. Maquinaria e Equipo.....	126
4.6.1.4. Menaje.....	127
4.6.1.5. Muebles y Enseres	128
4.6.1.6. Equipo de Computación.....	128
4.6.1.7. Vehículo.....	129
4.6.2. Resumen de la Propiedad Planta y Equipo	129
4.6.3. Capital de Trabajo.....	130
4.6.4. Inversión Total del Proyecto.....	130
4.6.5. Financiamiento del Proyecto	131
Requerimiento del Talento Humano.....	131
CAPÍTULO V	133
Estudio Financiero.....	133
Determinación de Ingresos Projectados	133
Determinación de Egresos.....	134
Costo de Producción.....	134
Materia Prima Directa	134
Otros Costos Indirectos de Fabricación.....	137
Gastos Administrativo.....	138

Sueldos del Personal Administrativo.....	138
Gastos de Ventas.....	141
Sueldo al personal de Ventas	141
Amortización del Préstamo.....	143
Depreciaciones	144
Resumen de Egresos Projectados	145
Cuadro N° 68: Resumen de los Egresos Projectados	145
Estado de Situación Inicial.....	145
Estado de Resultados	146
Flujo de Caja Projectado	147
Criterios para la Evaluación Financiera del Proyecto	148
Determinación de la Tasa de Redescuento	148
Valor Actual Neto	149
Tasa Interna de Retorno.....	150
Relación Costo - Beneficio.....	151
Período de Recuperación.....	153
Punto de Equilibrio	153
Resumen de Evaluadores Financieros	156
CAPÍTULO VI.....	157
Estructura Organizacional	157
Determinación de la Forma Jurídica	157
Aspecto Legal de la Pequeña Empresa	157
Inscribirse en el Servicio de Rentas Internas.....	157
Patente Municipal	158
Permiso de Salud.....	158
Permiso de Bomberos.....	158
Obtención del Registro Sanitario	159
Calificación como Pequeña Empresa	159
Constitución de la Pequeña Empresa.....	160

Nombre o Razón Social.....	160
Logotipo	160
Slogan... ..	161
Misión.....	161
Visión....	161
Objetivos Organizacionales	162
Objetivo General	162
Objetivos Específicos.....	162
Objetivos Estratégicos	162
Políticas Organizacionales	163
Políticas Administrativas	163
Políticas de Finanzas.....	163
Políticas de Producción	163
Políticas de Ventas	163
Principios y Valores.....	164
Principios.....	164
Valores	164
Estructura Orgánica	165
Estructura Funcional	166
Nivel Ejecutivo	166
Nivel de Apoyo	166
Nivel Operativo.....	166
Perfil de los Puestos.....	167
Gerente	167
Contador	168
Vendedor	168
Jefe de Producción.....	169
Chofer	170
Operario 1	170
Operario 2.....	171
Empacador	172
Empleada de Limpieza	172

Estrategias Empresariales	173
Estrategias de Marketing	173
Estrategias Financieras.....	173
CAPÍTULO VII	174
Impactos	174
Identificación de Impactos	174
Análisis de Impactos	175
Impacto Económico.....	175
Impacto Social.....	176
Impacto Ambiental	178
Impacto General.....	179
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	181
CONCLUSIONES	181
RECOMENDACIONES.....	183
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	184
BIBLIOGRAFÍA.....	184
LINCOGRAFÍA	185
ANEXOS.....	185

ÍNDICE DE CUADROS

CAPÍTULO I

Cuadro N° 1: Matriz de Relación Diagnóstica	37
Cuadro N° 2: División Política del Cantón Ibarra	38
Cuadro N° 3: Población de Ibarra por género	40
Cuadro N° 4: Grandes grupos de edades	40
Cuadro N° 5: PEA en el cantón Ibarra	42
Cuadro N° 6: Principales cultivos agrícolas	42
Cuadro N° 7: Categoría o tipo de ocupación de la población en el cantón Ibarra	45
Cuadro N° 8: Establecimientos Económicos de la ciudad de Ibarra	47
Cuadro N° 9: Indicadores socio-económicos esenciales en el cantón Ibarra	49
Cuadro N° 10: Matriz AOOD	51

CAPÍTULO II

Cuadro N° 11: Composición Nutricional en 100 gramos (pepas de calabaza)	56
Cuadro N° 12: Composición Nutricional en 100 gramos (COBER CHOC)	57

CAPÍTULO III

Cuadro N° 13: Matriz de Relación del Estudio de Mercado	82
Cuadro N° 14: Población Estudiantil	88
Cuadro N° 15: Proyección de la Población	89
Cuadro N° 16: Descripción de Variables	90
Cuadro N° 17: Estratificación de la Muestra	91
Cuadro N° 18: Demanda Actual Año 2013	101
Cuadro N° 19: Cálculos para la Proyección de la Demanda	102

Cuadro N° 20: Proyección de la Demanda	103
Cuadro N° 21: Oferta mensual de la Subdistribuidora de la Universal...	103
Cuadro N° 22: Oferta mensual de DISCOMCI	104
Cuadro N° 23: Oferta mensual del TÍA	104
Cuadro N° 24: Oferta mensual DIPRONORT	104
Cuadro N° 25: Oferta Actual	105
Cuadro N° 26: Proyección de la Oferta Anual.....	105
Cuadro N° 27: Balanza Oferta – Demanda.....	106
Cuadro N° 28: Precio de Venta al Público	107
Cuadro N° 29: Proyección del Precio (Competencia)	107
Cuadro N° 30: Sistema de Comercialización	110

CAPÍTULO IV

Cuadro N° 31: Capacidad Utilizada	113
Cuadro N° 32: Factores Microlocalización	117
Cuadro N° 33: Simbologías	119
Cuadro N° 34: Flujograma del Área de Producción	120
Cuadro N° 35: Flujograma del Área de Comercialización.....	121
Cuadro N° 36: Distribución de la Planta.....	124
Cuadro N° 37: Maquinaria e Equipo	127
Cuadro N° 38: Menaje	127
Cuadro N° 39: Muebles y Enseres.....	128
Cuadro N° 40: Equipo de Computación	128
Cuadro N° 41: Vehículo	129
Cuadro N° 42: Resumen de Propiedad Planta y Equipo.....	129
Cuadro N° 43: Capital de Trabajo.....	130
Cuadro N° 44: Inversiones.....	130
Cuadro N° 45: Financiamiento del Proyecto	131
Cuadro N° 46: Requerimiento del Talento Humano.....	132

CAPÍTULO V

Cuadro N° 47: Ingresos Proyectados.....	133
Cuadro N° 48: Materia Prima Directa.....	135
Cuadro N° 49: Proyección de los Salarios Básicos Unificados.....	135
Cuadro N° 50: Proyección de los Sueldos de la Mano de Obra	136
Cuadro N° 51: Materiales Indirectos	136
Cuadro N° 52: Costos Indirectos de Fabricación	137
Cuadro N° 53: Resumen del Costo de Producción	137
Cuadro N° 54: Proyección de los Salarios Básicos Unificados.....	138
Cuadro N° 55: Proyección de los Sueldos Administrativos.....	138
Cuadro N° 56: Suministros de Oficina	139
Cuadro N° 57: Gastos de Constitución	140
Cuadro N° 58: Gastos Generales de Fabricación	140
Cuadro N° 59: Resumen Gastos Administrativos	141
Cuadro N° 60: Proyección de los Salarios Básicos Unificados.....	141
Cuadro N° 61: Proyección de los Sueldo de Venta.....	141
Cuadro N° 62: Publicidad.....	142
Cuadro N° 63: Combustible y Neumáticos.....	142
Cuadro N° 64: Otros Gastos de Ventas	142
Cuadro N° 65: Resumen Gastos de Ventas	143
Cuadro N° 66: Tabla de Amortización.....	144
Cuadro N° 67: Depreciaciones	144
Cuadro N° 68: Resumen Egresos.....	145
Cuadro N° 69: Estado de Situación Inicial	146
Cuadro N° 70: Estado de Resultados	147
Cuadro N° 71: Flujo de Caja	148
Cuadro N° 72: Cálculo de la Tasa de Redescuento.....	148
Cuadro N° 73: VAN.....	149
Cuadro N° 74: TIR	150
Cuadro N° 75: Total Ingresos y Egreso	152
Cuadro N° 76: Ingresos y Egresos Actualizados	152
Cuadro N° 77: Período de Recuperación.....	153

Cuadro N° 78: Resumen del Periodo de Recuperación.....	153
Cuadro N° 79: Costos Fijos	154
Cuadro N° 80: Costos Variables	154
Cuadro N° 81: Punto de Equilibrio (Fundas de 40 gr).....	155
Cuadro N° 82: Punto de Equilibrio (Fundas de 60 gr).....	155
Cuadro N° 83: Resumen de Evaluación Financiera.....	156

CAPÍTULO VI

Cuadro N° 84: Organigrama Estructural	165
Cuadro N° 85: Nivel de Ejecutivo.....	167
Cuadro N° 86: Nivel Apoyo	168
Cuadro N° 87: Nivel de Apoyo	168
Cuadro N° 88: Nivel de Apoyo	169
Cuadro N° 89: Nivel de Apoyo	170
Cuadro N° 90: Nivel Auxiliar	170
Cuadro N° 91: Nivel Auxiliar	171
Cuadro N° 92: Nivel Auxiliar	172
Cuadro N° 93: Nivel Auxiliar	172

CAPÍTULO VII

Cuadro N° 94: Nivel de Impactos.....	174
Cuadro N° 95: Impacto Económico.....	175
Cuadro N° 96: Impacto Social.....	177
Cuadro N° 97: Impacto Ambiental.....	178
Cuadro N° 98: Impacto General.....	179

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO I

Gráfico N° 1: Grandes grupos de edades	40
Gráfico N° 2: Comparativo de índices de densidad demográfica en la provincia de Imbabura	41
Gráfico N° 3. Uso del suelo según la producción.....	43
Gráfico N° 4: Etnias en la ciudad de Ibarra.....	50

CAPÍTULO III

Gráfico N° 5: Edad.....	92
Gráfico N° 6: Género	92
Gráfico N° 7: Los snacks que más consumen	93
Gráfico N° 8: Marcas de chocolates que prefieren comprar	94
Gráfico N° 9: Conocimiento de las pepas de calabaza.....	94
Gráfico N° 10: El nombre del producto “CHOCO – PIPS”	95
Gráfico N° 11: Le gustaría adquirir el producto.....	96
Gráfico N° 12: La frecuencia de compra	96
Gráfico N° 13: Lugar de comercialización.....	97
Gráfico N° 14: El precio que están dispuestos a pagar por una funda de 40 gramos.....	98
Gráfico N° 15: Lo que toman en cuenta al adquirir un producto en forma de snack	98
Gráfico N° 16: Publicidad.....	99
Gráfico N° 17: Creación de la Pequeña empresa	100

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO III

Figura N° 1: Pepas de Calabaza	83
Figura N° 2: Chocolate.....	83
Figura N° 3: Parte Posterior de las etiquetas.....	84
Figura N° 4: Parte Anterior de las etiquetas.....	85
Figura N° 5: Volante.....	109

CAPÍTULO IV

Figura N° 6: América, Ecuador, Imbabura y ciudad Ibarra.....	116
Figura N° 7: Croquis de la Microlocalización	118
Figura N° 8: Distribución Física de la Planta por Áreas	125
Figura N° 9: Logotipo	161

INTRODUCCIÓN

El proyecto tiene como objetivo analizar e interpretar de manera eficiente y eficaz el desarrollo del trabajo de Grado titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PEPAS DE CALABAZA CON CHOCOLATE “CHOCO-PIPS”, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

El proyecto contiene siete capítulos subdivididos en apartados relativos encaminados a la creación de la pequeña empresa: generalidades, diagnóstico situacional, bases teóricas-científicas, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, estructura organizacional e impactos, además con la justificación del proyecto se pretende hacer conocer la importancia del nuevo producto en el mercado local.

Los capítulos se desarrollarán técnicamente, con la finalidad de demostrar si el proyecto de inversión es factible, por lo cual se utilizará información veraz y confiable para la obtención de resultados razonables.

A continuación se describirá brevemente la materia prima que contendrá el nuevo producto, en relación a las pepas de calabaza que provienen de la familia cucúrbita, lo cual significa pepa; dichas pepas o semillas son ricas en vitaminas y proteínas, debido a que la planta no necesita ningún aditivo químico para su desarrollo, además el chocolate según su etimología proviene de: “choco” (el sonido de los granos batiéndose en el líquido) y “latl” (agua), el chocolate es rico en proteínas hidratos de carbono, azúcar, almidones, calcio, fósforo. Por lo cual el producto se lo elaborará a base de pepas de calabaza con chocolate.

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto es interesante realizarlo por cuanto se ha constado que actualmente la población carece de una cultura alimenticia adecuada y por ende saludable, de esta manera la colectividad no valora los beneficios y propiedades nutricionales que algunas plantas ofrecen, siendo así el caso de las pepas de calabaza, las mismas que contienen vitaminas que resultan fundamentales para la salud humana.

El tema según consultas en las bibliotecas universitarias, aún no ha sido investigado por ende es original, ya que no existe una pequeña empresa productora y comercializadora de pepas de calabaza con chocolate en la ciudad de Ibarra, además dicho estudio a investigar es relevante e importante, por cuanto se puede citar que los agricultores a nivel local como nacional realizan sólo mono cultivos, no incursionan en otros.

Los beneficiarios del proyecto en primera instancia son los estudiantes de los centros educativos de la ciudad de Ibarra, además la población económicamente activa; ya que al industrializar las pepas de calabaza conjuntamente con el chocolate se valorará las propiedades nutritivas.

Esta investigación es factible de realizar por cuanto a las condiciones climáticas que posee la Provincia de Imbabura, es decir que es favorable y satisfactorio para las zonas de producción, debido a que la calabaza es cultivada sin la utilización de fertilizantes, pesticidas u otros aditivos químico, además esta fruta podría cultivarse a gran escala. Por tal el propósito del proyecto es elaborar un nuevo producto para el consumo humano, el mismo que es apto para las diferentes edades.

OBJETIVOS

General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de pepas de calabaza con chocolate “CHOCO-PIPS”, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Específicos

- Realizar un Diagnóstico Situacional del entorno del proyecto, para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, a los que estará expuesta la pequeña empresa.
- Identificar las Bases Teórica - Científicas para que sustente la ejecución del proyecto, a través de la investigación bibliográfica.
- Realizar el Estudio de Mercado para determinar el nivel de aceptación del producto en relación a los posibles consumidores potenciales.
- Realizar el Estudio Técnico para determinar el tamaño, localización, ingeniería y el presupuesto de inversión que requiere el proyecto para un funcionamiento efectivo.
- Elaborar el Estudio Financiero para determinar la factibilidad del proyecto.
- Diseñar la Estructura Organizacional de la pequeña empresa, tomando en cuenta el orgánico estructural y funcional.
- Establecer técnicamente los principales Impactos que el proyecto generará en el ámbito económico, social y ambiental.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico Situacional

1.1. Antecedentes

La Ciudad de Ibarra fue fundada por el español Cristóbal de Troya, por mandato de Don Miguel de Ibarra, Presidente de ese entonces, el 28 de septiembre de 1606. La ciudad Blanca fue reconocida por el libertador Simón Bolívar como capital de la Provincia de Imbabura el 2 de noviembre de 1829.

La ciudad de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la Provincia, está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, Capital de la República a 126 Km, a 135 Km, de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico. Tiene una superficie de 1.162,22 km², con una densidad de 131,87 hab/km² en el cantón, 2.604 hab/km² en el área urbana y 39,91 hab/km² en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km², la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 km².

El cantón Ibarra se dinamiza por el comercio, turismo, agricultura y ganadería; la actividad primordial es el comercio formal e informal, el turismo permite que los visitantes disfruten de un ambiente tranquilo e imaginativo en donde recrean la mente, también la vista en sus parques, iglesias, museos, lagunas, cerros y la riqueza cultural expresada a través de las diferentes manifestaciones de sus habitantes, la agricultura en las zonas bajas, cálidas y abrigadas especialmente en las zonas rurales se produce calabaza, maíz, papas, fréjol, caña de azúcar, tomate riñón, tomate de árbol, pimiento, lechugas y una gran variedad de frutas. La agricultura se acompaña con una ganadería lanar y vacunar.

En la actualidad la ciudad de Ibarra no ha fomentado el desarrollo de la pequeña y mediana empresa por ende no se han conseguido dinamizar la economía local, a consecuencia de ello la calidad de vida y el bienestar de la colectividad no son satisfactorios, según el indicador Socio Económico del Instituto Nacional de Censos del 2010.

En la ciudad de Ibarra no se ha emprendido una pequeña empresa productora y comercializadora de pepas de calabaza con chocolate, por lo cual surge la necesidad de este proyecto con miras a implantar una pequeña empresa de estas características, la misma que está destinada a mejorar la economía local y por ende la región norte del país, además se pretenderá disminuir la migración por falta de fuentes de empleo y así se reducirá los índices de indigencia que cada vez afectan a la ciudadanía.

1.2. Objetivos

1.2.1. General

Realizar un Diagnóstico Situacional del entorno del proyecto, para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgo, a los que estará expuesta la pequeña empresa.

1.2.2. Específicos

- Determinar la ubicación Geográfica del área de investigación, para analizar el sector más factible del estudio.
- Analizar los aspectos Demográficos de la ciudad de Ibarra, con el propósito de identificar la población económicamente activa.
- Realizar un análisis del sistema Socio - Económico actual de la ciudad de Ibarra, para determinar las principales actividades económicas.

- Conocer los aspectos Socio - Culturales más relevantes e importantes de la localidad tales como la etnia y la educación.

1.3. Variables Diagnósticas

- Geográfico
- Demográfica
- Socio - Económico
- Socio - Cultural

1.4. Indicadores

1.4.1. Geográfico

- División Política
- Clima

1.4.2. Demográfico

- Población
- Población Económicamente Activa - PEA
- Empleo
- Desempleo

1.4.3. Socio - Económico

- Pobreza
- Vivienda
- Analfabetismo

1.4.4. Socio - Cultural

- Etnia
- Educación

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

Cuadro N° 1: Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivo General	Objetivo Especifico	Variable	Indicadores	Fuente	Instrumentos
Realizar un Diagnóstico Situacional del entorno del proyecto, para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgo, a los que estará expuesta la pequeña empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Determinar la ubicación Geográfica del área de investigación, para analizar el sector más factible del estudio. 	Geográfico	<ul style="list-style-type: none"> División política Clima 	Secundaria	Bibliografía- Documental Páginas Web
	<ul style="list-style-type: none"> Analizar los aspectos Demográficos de la ciudad de Ibarra, con el propósito de identificar la población económicamente activa 	Demográfico	<ul style="list-style-type: none"> Población Población Económicamente Activa - PEA Empleo Desempleo 	Secundario	Bibliografía- Documental Páginas Web
	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un análisis del sistema Socio - Económico actual de la ciudad de Ibarra, para determinar las principales actividades económicas. 	Socio - Económico	<ul style="list-style-type: none"> Pobreza Vivienda Analfabetismo 	Secundario	Bibliografía- Documental
	<ul style="list-style-type: none"> Conocer los aspectos Socio - Culturales más relevantes e importantes de la localidad tales como las étnicas y educación. 	Socio – Cultural	<ul style="list-style-type: none"> Etnias Educación 	Secundario	Bibliografía- Documental Páginas Web

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Enríquez Yolanda

1.6. Análisis de las variables

1.6.1. Geográfico

1.6.1.1. División Política

El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; y las siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio; con una superficie total de 1.162,22 km².

Cuadro N° 2: División Política del Cantón Ibarra

Parroquia	Nombre	Km2
Urbanas	El Sagrario	10.68
	San Francisco	10.29
	La Dolorosa del Priorato	9.47
	Caranqui	6.53
	Alpachaca	4.71
	Subtotal	41.68
Rurales	Angochagua	123.93
	La Esperanza	32.69
	San Antonio	29.07
	Ambuquí	139.94
	Ibarra	237.27
	Salinas	39.67
	La Carolina	308.50
	Subtotal	1.120.53
Total		1.162,22

Fuente: Cartografía del Ilustre Municipio de Ibarra

Elaborado por: Enríquez Yolanda

1.6.1.2. Clima

Una peculiaridad del Cantón Ibarra es la variedad de microclimas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, pasando por el cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina.

Los anuarios meteorológicos históricos determinan una temperatura media de 15.90° C, con una variación mínima menor a 0.3° C. Los registros promedian una temperatura máxima media entre los 20 y 25° C y una mínima media entre los 7 y 11° C. Los vientos promedios son del orden de 7m/s como máximo y de 3.5 m/s, como mínimos. El análisis hidrometeoro lógico determina que las precipitaciones están entre los 1000 mm y 1400 mm (PET, 2001).

Por la variación de la precipitación a diferentes alturas se presentan épocas de sequía entre los meses de junio y septiembre, con dos épocas de sequía adicionales en los meses de abril y noviembre.

1.6.2. Demográfico

1.6.2.1. Población

La población total de la ciudad de Ibarra alcanza 181.175 habitantes aproximadamente, según datos establecidos en el Instituto Nacional de Censos del 2010.

A continuación se analizará la estructura social de la población ibarreña.

Cuadro N° 3: Población de Ibarra por género

Género	N° de Habitantes	Porcentaje
Femenino	93.389	51.55%
Masculino	87.786	48.45%
Total	181.175	100%

Fuente: INEC - Censo de Población y vivienda 2010

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Ibarra sufre el fenómeno de retro gestación femenina, es decir cada vez nacen más mujeres que varones, esto demostrado en que en la ciudad de Ibarra hay 3.1 mujeres más que varones.

Cuadro N° 4: Grandes grupos de edades

Grandes grupos de edad	Casos
De 0 a 14 años	53.747
De 15 a 64 años	113.305
De 65 años y más	14.123
Total	181.175

Fuente INEC: Censo de Población y vivienda 2010

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Grafico N° 1: Grandes grupos de edades

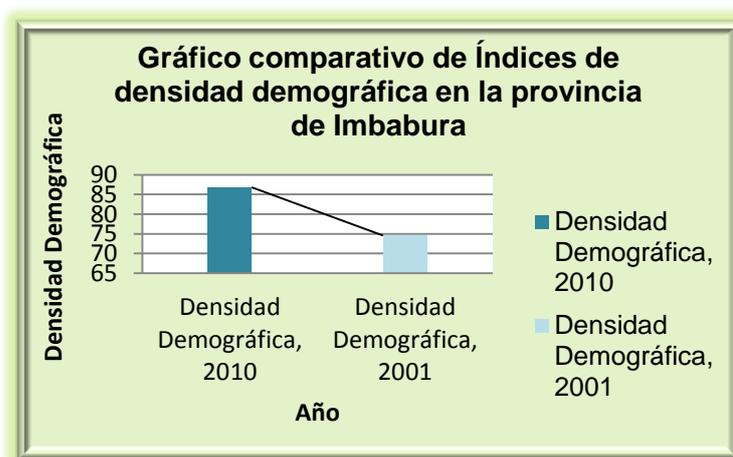


Fuente INEC: Censo de Población y vivienda 2010

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Imbabura siempre ha estado entre las 10 principales provincias con mayor densidad demográfica del Ecuador, así lo demuestran datos del INEC. Por lo cual partimos desde los datos del 2001, donde Imbabura presentaba una densidad demográfica de 74,6 siendo la séptima provincia con mayor densidad demográfica en el país. En comparación con los resultados del Censo de Población y Vivienda, INEC 2010 Imbabura presenta una densidad demográfica de 86,8, pero ahora es la octava provincia con mayor densidad demográfica del país.

Gráfico N° 2: Comparativo de índices de densidad demográfica en la provincia de Imbabura



Fuente: INEC Censo de Población y vivienda 2010.
Elaborado por: Enríquez Yolanda

A través de estos datos se puede comprobar el crecimiento demográfico que ha sufrido la población imbabureña y por ende la del cantón Ibarra. Sólo en Imbabura la densidad demográfica creció 12,2 puntos por lo que se establece que la población ibarreña ha crecido en una cantidad similar.

1.6.2.2. Población Económicamente Activa - PEA

La estructura económica esencial de la población del cantón Ibarra, la marca la Población Económicamente Activa que para el 2010 su Tasa

de crecimiento de la PEA en el último período intercensal es del 2,99%, a continuación se detallará las principales actividades

Cuadro N° 5: PEA en el cantón Ibarra

Actividad	PEA	%
Sector agropecuario	9.367	11,61
Sector industrias	15.630	19,38
Sector servicios	46.855	58,02
Otros	8.817	10,93
Total PEA	80.669	99,9

Fuente: ET-PDOT-CI 2010.

Elaborado por: Enríquez Yolanda

a. Sector Agropecuario

El sector Agrícola de la ciudad de Ibarra cuenta con un área total de 32.786,40 ha; dentro del uso agrícola principalmente se encuentran los siguientes cultivos:

Cuadro N° 6: Principales cultivos agrícolas

Cultivos	Área (ha)
100% Cultivos de ciclo corto	307,010
100% Cereales	263,420
100% Caña de azúcar	223,890
100% Maíz	172,920
100% Arboricultura	53,010
100% Papa	37,460
100% Frutales	30,680
100% Hortalizas	13,180

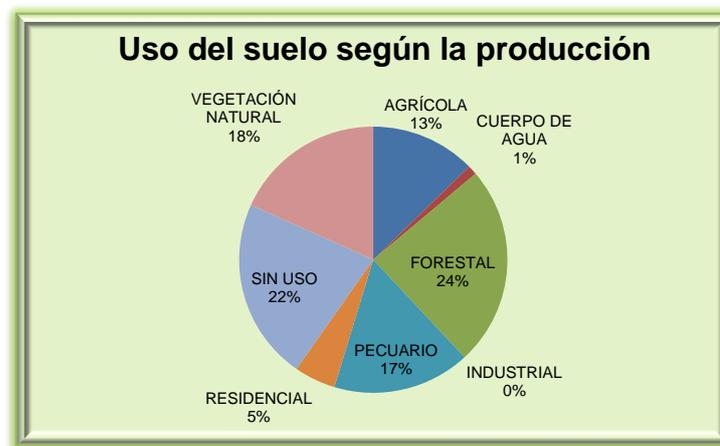
Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial, Ibarra 2012

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Mediante visitas de campo se determinó que la mayor parte de la vegetación natural del cantón se localiza en la cordillera de Angochagua en la parroquia de dicho nombre pero también existen relictos importantes en la parroquia de la Esperanza, Carolina y Lita.

Como se podrá observar en el siguiente gráfico se detalla el uso que se le da al suelo de la ciudad Ibarra con un enfoque más productivo.

Gráfico N° 3. Uso del suelo según la producción



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial, Ibarra 2012
Elaborado por: Enríquez Yolanda

Al uso agrícola se consideran tanto los cultivos de ciclo corto y ciclo largo, la actividad agrícola se distribuye a través de todo el cantón pero en parroquias como la Esperanza y Angochagua se ubican en zonas que ejercen mucha presión sobre bosque natural y páramo.

- **Producción de calabaza**

No obstante la producción de la calabaza se encuentra en las zonas rurales de la provincia de Imbabura tales como Zuleta, Iluman, Peguche, Andrade Marín, San Roque, Gonzales Suárez, entre otros. Lo cual dicha planta crece de manera marginal en las diferentes zonas antes mencionadas y por ende no necesita ningún aditivo químico en la

producción. Dicha planta se desarrolla en una estimación de un año, lo cual tiene una aproximación de 100 calabazas por cada planta, de manera que cada una produce un acercamiento de 150 pepas o semillas.

b. Sector Industrial

En la ciudad de Ibarra especialmente en la Parroquia de San Antonio su actividad fundamental es la elaboración de artesanías que comprende a diversos grupos de artesanos de la localidad, que individualmente orientan su trabajo hacia la producción de artesanías manuales, tradicionales y folclóricas de cada sector de la provincia y de la ciudad de Ibarra.

c. Sector Servicio

El Sector Servicios con el 58,02% representa a 46.855 habitantes, que evidencia la tendencia de crecimiento de esta actividad de la última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector. Dentro de este sector “el comercio al por mayor y menor” es la actividad económica más preponderante en el cantón Ibarra. Según ET-PDOT-CI 2010.

Este sector está constituido por la prestación de diversos servicios tales como; Alimenticios, Turístico, Técnicos y Profesionales entre otros: en relación a los Servicios Alimentarios se encuentran restaurantes, cafeterías, hoteles, actividades que se dedican a la elaboración y preparación de desayunos, almuerzos, meriendas y platos típicos; en el aspecto del turísticos se hace un realce en la belleza escénica natural y cultural se pone de manifiesto en sus lagos, lagunas, montañas, ríos, artesanía, grupos étnicos, música, danza y gastronomía, todo esto conjugado con la amabilidad de su gente y el mejor clima del Ecuador, además se prestan servicios Técnicos y Profesionales, que se consideran

en este sector a aquellas actividades que independientemente realizan diferentes tipos de profesiones, especialmente en la prestación de servicios, como son por ejemplo, talleres de arreglo de radio y televisión, zapaterías, arreglos de bicicletas, mecánicas automotrices, despachos de abogados, consultorías y asesorías profesionales en general.

1.6.2.3. Empleo

Según el censo del 2010, la población del cantón Ibarra desempeña mayormente las siguientes actividades:

Cuadro N° 7: Categoría o tipo de ocupación de la población en el cantón Ibarra

Categoría de ocupación	Casos	%
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	11.345	14,55
Empleado/a u obrero/a privado	24.975	32,04
Jornalero/a o peón	8.093	10,38
Patrono/a	3.859	4,95
Socio/a	1.287	1,65
Cuenta propia	20.610	26,44
Trabajador/a no remunerado	1.453	1,86
Empleado/a doméstico/a	3.037	3,89
Se ignora	3.279	4,20
Total	77.938	100

Fuente: INEC - Censo de Población y vivienda 2010

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Del cuadro anterior se llega a la siguiente conclusión que 24.975 habitantes son empleados u obreros privados siendo el tipo de empleo más representativo del cantón con un 32,04%. Con un margen de 6

puntos porcentuales se ubican en segundo lugar los 20.610 habitantes que laboran por cuenta propia.

Finalmente las instituciones gubernamentales son la tercera fuente de empleo al emplear a 11.355 habitantes y ser el 4,55% de la fuerza laboral del cantón.

1.6.2.4. Desempleo

Según el Plan de Ordenamiento Territorial, Ibarra 2012. El porcentaje de personas desempleadas en relación de la PEA total a la fecha del censo, para el año 2001 es el 2,54% y las parroquias con los más altos porcentajes son las rurales:

- Esperanza (3,28%)
- Angochagua (2,43%)
- San Antonio (2,23%)

Para el año 2010 de acuerdo a la información proporcionada por el INEC, mediante el último censo efectuado la tasa de desempleo a nivel provincial es de 5; actualmente no se dispone en la página del INEC la tasa de desempleo a nivel cantonal.

1.6.3. Socio - Económico

En la ciudad de Ibarra el desarrollo Socio - Económico involucra la participación de todos los actores que conforma la misma, es decir el sector público, representado por las autoridades elegidas de manera democrática; el sector privado, representado por las personas naturales y jurídicas que realizan una actividad productiva, y el sector social que representa a todos los habitantes.

Cuadro N° 8: Establecimientos Económicos de la ciudad de Ibarra

	Cantón	Total
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	6
C	Industrias manufactureras.	812
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	2
E	Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.	9
F	Construcción.	14
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	5.362
H	Transporte y almacenamiento.	85
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	1.084
J	Información y comunicación.	433
K	Actividades financieras y de seguros.	64
L	Actividades inmobiliarias.	24
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas.	193
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	81
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	56
P	Enseñanza.	177
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	210
R	Artes, entretenimiento y recreación.	90
S	Otras actividades de servicios.	682
	Total	9.384

Fuente: Censo Nacional Económico 2010

Elaborado por: Enríquez Yolanda

1.6.3.1. Pobreza

Los niveles de pobreza son necesidades básicas insatisfechas, es decir no son cubiertas de manera óptima, en aspectos como alimentación, vivienda, vestimenta y educación, entre otros; dicho problema socio - económico se debe a que en la ciudad de Ibarra no existen suficientes fuentes de empleo acorde a su población.

1.6.3.2. Vivienda

Según el Ilustre Municipio de Ibarra y conjuntamente con el MIDUVI se busca dimensionar el sistema inmobiliario de la localidad, es decir el diseño y desarrollo urbano de la ciudad; se lo realiza mediante políticas públicas y por intervención de los sectores públicos y privados, además es necesario incentivar el acceso a una vivienda digna, especialmente de los sectores menos favorecidos.

1.6.3.3. Analfabetismo

En el cantón Ibarra se ha reducido el analfabetismo, porque actualmente el Gobierno Nacional ha incrementa la inversión en educación, lo cual ha tenido como finalidad disminuir los índices de analfabetismo a nivel nacional.

Cuadro N° 9: Indicadores socio - económicos esenciales en el cantón Ibarra.

Ibarra	% Cantonal
Pobreza por NBI	39,8
Analfabetismo	5,46
Tenencia y tipo de Vivienda	11,7
Edad de Dependencia	17,04

Fuente: INEC - Censo de Población y vivienda 2010.

Elaboración por: Enríquez Yolanda

1.6.4. Socio - Cultural

1.6.4.1. Educación

Desde 1996 y con el aval de la Organización de Estados Iberoamericanos, para la Educación, la Ciencia y la Cultura, se ha establecido en la ciudad de Ibarra un programa con múltiples iniciativas de la ciudadanía y a los distintos grupos sociales produciendo exitosos resultados en el ámbito de la educación alternativa y la comunicación comunitaria.

El Sistema Educativo básico y de bachillerato de la ciudad se encuentra regulado por la Dirección de Educación Zona I, perteneciente al Ministerio de Educación del Ecuador.

Los principales centros educativos secundarios de la ciudad son:

- Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre
- Colegio Nacional Ibarra
- Instituto Técnico Superior “17 de Julio”
- Colegio Técnico Víctor Manuel Guzmán

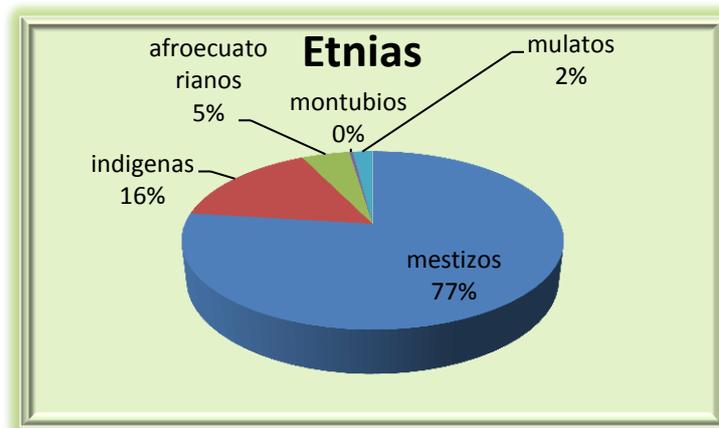
El número de estudiantes de los centros educativos secundarios son aproximadamente 28.469, según las bases de datos del Ministerio de Educación de la ciudad de Ibarra para el período 2012 - 2013.

El principal centro educativo de instrucción superior de la ciudad es la Universidad Técnica del Norte.

1.6.4.2. Etnias

Algo destacable de la población ibarreña es su multiculturalidad al presentar 5 etnias y nacionalidades con la que la población ibarreña se auto-identifica:

Gráfico N° 4: Etnias en la ciudad de Ibarra



Fuente: INEC - Censo de Población y vivienda 2010,
Elaborado por: Enríquez Yolanda

En el cantón Ibarra la población mestiza es aquella que tiene mayor concentración en relación a otras etnias, porque un 77% de la población corresponde a dicha etnia.

1.7. Matriz de Diagnóstico Externo

Cuadro N° 10: Matriz AOOD

Aliados	Oponentes	Oportunidades	Riesgos
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La población ibarreña entre niños y jóvenes con alto porcentaje. ▪ Condiciones climáticas óptimas para la producción de pepas de calabaza. ▪ Proveedores locales de materia prima e insumos. ▪ Las pepas de calabaza no utilizan ningún adictivo químico en su producción. ▪ El producto es 100% natural, se caracteriza por contener un alto contenido de vitaminas. ▪ Posibles consumidores potenciales de dicho producto en forma de snack. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La diversidad de snack existentes en el mercado local. ▪ Productos sustitutos en cadena de supermercados. ▪ Competencia. ▪ Cultura de consumo en relación a las pepas de calabaza. ▪ Introducción de un nuevo producto al mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilidad de maquinaria especializada para la producción. ▪ Inexistencia en el mercado de dicho producto. ▪ Fuentes de financiamientos en relación a la Corporación Financiera Nacional. ▪ Ubicación Geográfica. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La inflación ▪ Inestabilidad económica. ▪ Tasas de interés, plazos y políticas financieras inestables.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Enríquez Yolanda

1.8. Identificación de la Oportunidad de Inversión

Una vez realizado el análisis del diagnóstico situacional externo se identificó los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos, al cual está expuesta la nueva unidad productiva, en relación a los aspectos positivos se identifican los aliados en donde se establece que la población es considerable para la venta del producto, de igual forma existe la oportunidad del financiamiento de la inversión, además se presentan aspectos negativos en donde los oponentes se relacionan directamente con la diversidad de snacks que existen en el mercado local, también se identificaron los riesgos que pueden acontecer en el transcurso de la vida útil del proyecto tales como: la inflación, inestabilidad económica, entre otros. Cabe recalcar que el producto a realizarse tendrá vitaminas y nutrientes, debido a que se lo realizará a base de pepas de calabaza con chocolate siendo un producto saludable.

Después del presente estudio del entorno se ha determinado que en la ciudad de Ibarra existen las condiciones necesarias para la ejecución del proyecto titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PEPAS DE CALABAZA CON CHOCOLATE “CHOCO-PIPS”, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**”, con el propósito de fortalecer e incentivar una cultura alimenticia adecuada para los posibles consumidores potenciales.

CAPÍTULO II

2. Bases Teóricas - Científicas

2.1. La empresa

2.1.1. Definición de la Empresa

Según PALACIOS Acero Luis Carlos (2012, página 55) afirma: “La empresa es una entidad legal, con un organismo productivo que le permite procesar ciertos bienes o servicios para satisfacer las necesidades y exigencias de un mercado necesitado y con capacidad de compra y que posee y administra un patrimonio propio”.

Podemos entender a la empresa como un organismo social con vida jurídica propia, que opera conforme a las leyes vigentes, la cual es autorizada para elaborar productos o servicios con el fin de cubrir necesidades del mercado.

2.1.2. Clasificación de Empresa

Según

www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/empresa afirma: “La empresa se clasifica en: Por su giro en Industriales, Comerciales y de Servicios, por el Sector Económico en Agropecuario, Industrial y Profesionales. Por el Origen de su Capital en Públicas, Privadas, Mixtas, Nacionales y Transnacionales. Por su tamaño Microempresa, Pequeña empresa, Mediana empresa y Gran empresa”.

La empresa se clasifica por su tamaño y la magnitud de los recursos económicos que posea para el funcionamiento y operatividad de las actividades pertinentes.

2.1.3. La pequeña empresa

Según LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA (Decreto No. 1700) dice: ***“La Pequeña empresa es la organización de producción que tenga entre 10 a 49 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil y un millón de dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos entre cien mil uno y setecientos cincuenta mil dólares”.***

Partiendo de este concepto se determina que la pequeña empresa debe ajustarse a los lineamientos que le compete para ser calificada y reconocida bajo los reglamentos pertinentes.

2.1.4. Características de la Pequeña Empresa

Según FLEITMAN Jack autor del libro "Negocios Exitosos" dice: ***“Las características principales de la pequeña empresa son las siguientes: Ritmo de crecimiento superior al de la microempresa. Requerimiento de una mayor organización en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros. Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades. Utiliza mano de obra calificada, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación”.***

Dichas características de la pequeña empresa son relevantes e importantes para el crecimiento de la misma, lo cual tienen como finalidad analizar estrictamente la organización de manera estructural y funcional.

2.2. Las pepas de Calabaza

Según

*<http://www.botanicalonline.com/calabazaspropiedadesalimentarias.htm> dice: **“La calabaza contiene en su interior numerosas semillas ovales, convexas, lisas de 2 a 3 cm de largo, las cuales a su vez contienen una pulpa blanca y comestible; con las cuales se elaboran las tradicionales pepitas o pepas”.***

Las semillas de calabaza tienen un alto contenido en hierro, calcio, magnesio, cobre y fósforo. Contienen vitaminas E y B. Se pueden comer crudas, azadas o mezclándolas con las comidas; sus valores nutrientes no se pierden al tostarlas.

2.2.1. Beneficio de las Pepas de Calabaza

Según

<http://www.botanicalonline.com/calabazaspropiedadesalimentarias.htm> dice:

- **Contienen considerables cantidades de vitaminas A y D, por lo que son recomendables para nutrir la piel y embellecerla, además para tratar afecciones de la piel como el acné y la dermatitis.**
- **Ayudan a eliminar parásitos intestinales.**

Dichos beneficios ayudan a una alimentación saludable de los consumidores, debido al alto grado de aporte nutritivo que presenta este

tubérculo. A continuación se presentará la composición nutricional de las pepas de calabaza tostadas.

Cuadro N° 11: Composición Nutricional en 100 gramos (pepas de calabaza)

Nutrientes	Cantidad	Nutrientes	Cantidad	Nutrientes	Cantidad
Energía (Kcal)	600	Fibra (g)	2,10	Vitamina A	0
Proteínas (g)	28,60	Calcio (mg)	92	Vitamina C	-
Grasa total (g)	56,40	Hierro (mg)	11,60	Vitamina D	0
Colesterol (g)	-	Yodo	-	Vitamina E	-
Glúcidos (g)	7,10	Sodio	5	Vitamina.B12	0

2.3. El Chocolate

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Chocolate> dice: **“El chocolate es el alimento que se obtiene mezclando azúcar con dos productos derivados de la manipulación de las semillas del cacao: una materia sólida (la pasta de cacao) y una materia grasa (la manteca de cacao). A partir de esta combinación básica, se elaboran los distintos tipos de chocolate, que dependen de la proporción entre estos elementos y de su mezcla o no con otros productos tales como leche y frutos secos”.**

El chocolate es una pasta comestible de color marrón hecha de cacao y azúcar, generalmente con canela o vainilla, además el contiene variedad de nutrientes que son favorables para el ser humano.

2.3.1. Beneficios del Chocolate

Según <http://www.nutritelia.com/10-razones-para-comer-chocolate-negro/> dice: **El chocolate contiene una gran variedad de beneficios lo cual se detallará a continuación:**

- **El cacao contiene 6% de fibra dietética, lo que es beneficioso para el movimiento intestinal.**
- **El cacao también tiene sustancias antioxidantes relacionadas con la prevención del proceso aterosclerótico (derrames cerebrales o ataques cardíacos) y de la aparición de algunos tipos de cáncer.**
- **Se han hecho numerosos estudios en lo que se asegura que la gente que consume chocolate vive más años.**

El chocolate estimula la producción de serotonina en el cerebro, la cual es la hormona de la felicidad. Cuando estamos tristes o levemente deprimidos, un chocolate siempre va a mejorar nuestro estado de ánimo, además mejora las defensas del organismo. A continuación se detallará la composición del chocolate COBER CHOC.

Cuadro N° 12: Composición Nutricional en 100 gramos (COBER CHOC)

Nutrientes	Cantidad	Nutrientes	Cantidad	Nutrientes	Cantidad
Energía (Kcal)	1,40	Fibra (g)	-	Vitamina A	-
Proteínas (g)	0,10	Calcio (mg)	0,40	Vitamina C	-
Grasa total (g)	1,40	Hierro (mg)	0,20	Vitamina D	-
Colesterol (g)	-	Yodo		Vitamina E	-
Glúcidos (g)	-	Sodio	-	Vitamina.B12	-

2.4. Estudio de Mercado

Según BACA Urbina Gabriel (año 2010, sexta edición) manifiesta: “El estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”.

Se debe analizar minuciosamente el estudio de mercado porque es donde se identificará las necesidades de los clientes, los precios a los cuales se venden, además se determina el comportamiento de los bienes o servicios complementarios o sustitutivos.

2.4.1. Mercado Meta

Según KOTLER y ARMSTRONG, autores del libro Fundamentos de Marketing dicen: “Que un mercado meta consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir”.

Según el concepto de este autor el mercado meta es el mercado objetivo al cual se va a dirigir un bien o servicio, que está básicamente determinado por la mayoría de personas que están dispuestas a adquirir dichos productos.

2.4.2. Segmentación de Mercado

Según El "Diccionario de Términos de Mercadotecnia" de la American Marketing Association, define: “Segmentación del mercado como el proceso de subdividir un mercado en

subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización”.

Según la definición citada se determina que el segmento de mercado es el proceso de división del universo, además al segmentar el mercado se identifica las variables correspondientes en el estudio.

2.4.3. Demanda

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 30, primera edición) manifiesta: “La demanda debe entenderse como la cuantificación en dinero y en volumen de las necesidades reales y psicosociales de cierto producto o servicio de un mercado o población. Aquí conviene hacer una distinción del tipo de demanda que usualmente se presenta en el mercado”.

La demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de factibilidad de un proyecto, ya que se debe tomar en cuenta la ocurrencia de los resultados que se va a implementar con la aceptación del producto, quienes además tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

2.4.4. Oferta

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 43, primera edición) manifiesta: “La oferta es el importe de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendido, o sea, es la cuantificación de los productos, en unidades y en dinero, que actualmente

las empresas que constituyan la competencia están vendiendo en el mercado en estudio”.

En un sentido general la oferta es una fuerza del mercado (la otra es la demanda) que representa la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a poner en el mercado a un precio determinado.

2.4.5. Comercialización

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 47, primera edición) dice: “La comercialización es un conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus productos; por tanto, el análisis de la oferta y la demanda deberá ser completado con el estudio de los diversos elementos de la comercialización”.

La comercialización se la debe analizar minuciosamente, debido a que permite establecer lo conveniente para el proyecto en término de precios y canales de distribución.

2.4.5.1. Canales de Comercialización

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 49, primera edición) dice: “Se denomina canal de comercialización el trayecto y los agentes involucrados en la intermediación que hace posible que el producto llegue a manos del consumidor. Los agentes pueden ser mayoristas a minoristas y pueden influir directa o indirectamente en el manejo del producto”.

Los canales de distribución son las vías o conductos por el que los productos y/o servicios llegan a su destino final de consumo o uso, por lo

cual se incluyen una red de organizaciones que de forma independiente y organizada realizan todas las funciones requeridas para enlazar a productores con consumidores finales.

2.5. Estudio Técnico

*Según BACA Urbina Gabriel (2010, página 7, sexta edición) manifiesta: **“El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptima de la planta, determinación de la localización, ingeniería del proyecto y el presupuesto de inversión”.***

El estudio técnico tienen como objetivo determinar el tamaño de la unidad productiva, además el sitio donde se ubicará y los procesos de producción, infraestructura física, inversiones y talento humano requeridos para la puesta en marcha del proyecto.

2.5.1. Tamaño del Proyecto

*Según NASSIR Sapag Chaín (2007, página 105, primera edición) dice: **“El tamaño de un proyecto es fundamentalmente para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operaciones que, a su vez, permitirán cuantificar los costos de funcionamiento de los ingresos proyectados”.***

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y a la capacidad de la maquinaria que requiere la unidad productiva para producir un bien o servicio durante la vida útil del proyecto.

2.5.1.1. Capacidad Instalada

Según CORDOVA Padilla Marcial (2006, página 212) define: “La capacidad instalada corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicio que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente”.

La capacidad instalada hace referencia al conjunto de bienes intangibles que posee dicha unidad económica, los mismos que tienen como finalidad la producción de sus bienes o servicios.

2.5.1.2. Capacidad Utilizada

Según CORDOVA Padilla Marcial (2006, página 212) manifiesta: “La capacidad utilizada es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo de terminado”.

La capacidad utilizada se representa por un porcentaje de la capacidad instalada, muestra la tasa real de producción durante un período determinado.

2.5.2. Localización del Proyecto

Según NASSIR Sapag Chaín (2007, página 105, primera edición) dice: “La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerán en parte importante la aceptación o rechazo tanto de los clientes por usarlo

como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que adolece de incentivos para su grupo familiar”.

La localización óptima del proyecto consiste en identificar y analizar las características del entorno, las mismas que favorezcan en forma positiva a la ejecución del proyecto para así lograr la máxima utilidad al mínimo costo posible.

2.5.2.1. Macro localización

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 65, primera edición) dice: “La macro localización o llamada macro zona, es la selección de área, región o ciudad donde se ubicará el proyecto. Para una planta industrial. Los factores de estudio de macro localización que inciden con mayor frecuencia son la proximidad al mercado de consumo y proximidad al mercado de materias primas”.

La macro localización se refiere a la región o el territorio donde se pretende realizar el proyecto, en el que se analizan todas las alternativas de trabajo para que al alojarse en el lugar elegido, se pueda trabajar en las mejores condiciones y con los servicios necesarios.

2.5.2.2. Micro localización

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 71, primera edición) manifiesta: “Una vez definido la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto, es decir el lugar exacto donde se levantarán las instalaciones donde se estarán realizando las actividades que establece el proyecto”.

La micro localización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro localización, es decir el barrio, calles y referencias donde se ubicará definitivamente la unidad productiva.

2.5.3. Ingeniería del Proyecto

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 15, primera edición) afirma: “Una vez seleccionado la opción técnico económica que mejor cumpla los criterios y restricciones, se procede a desarrollar la ingeniería del proyecto, que tiene la finalidad de aportar los elementos de diseño, construcción y especificaciones técnicas necesarias para el proyecto de inversión”.

La ingeniería del proyecto consiste en determinar los aspectos técnicos relacionados con la unidad productiva, además las instalaciones a realizarse deben ser favorables y satisfactorias para un adecuado funcionamiento.

2.5.3.1. Infraestructura física y de servicios

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 66, primera edición) afirma: “La infraestructura mínima necesaria para la ubicación del proyecto está integrada por los siguientes elementos: fuentes de suministros de agua, facilidad para la eliminación de los desechos, disponibilidad de energía eléctrica, combustible y servicios públicos diversos”.

Las obras civiles son todas aquellas construcciones que sirven para satisfacer las necesidades de la sociedad, además en dicha infraestructura se debe establecer las condiciones necesarias para un adecuado funcionamiento.

2.5.3.2. Procesos

Según SAPAG, 2008 dice: “El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación óptima de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, entre otros)”.

Se define también como un conjunto secuencial de operaciones unitarias aplicadas a la transformación de materias primas en productos aptos para el consumo.

2.5.4. Presupuesto de Inversión.

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 101, primera edición) afirma: “El presupuesto está integrado por el conjunto de erogaciones necesarias para conformar la infraestructura física del proyecto, como maquinaria, terrenos, edificios, instalaciones, herramientas, principalmente, así como las erogaciones adicionales, como los impuestos que deben ser pagados por la compra o importación de la maquinaria, el transporte hasta el sitio donde se ubicará la planta y otros gastos de instalación”.

La inversión es un aspecto relevante e importante en la ejecución del proyecto, debido a que según el monto de la inversión dependerá la magnitud de la unidad productiva.

2.5.4.1. Propiedad Planta y Equipo

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 103, primera edición) afirma: “Este presupuesto está formado por todos bienes tangibles que es necesario adquirir, inicialmente y durante la vida útil del proyecto, para cumplir con las funciones de producción, comercialización y distribución de los productos”.

Esta inversión invierte en bienes que están directamente relacionados con la operatividad de la empresa, los aspectos más relevantes son: terreno, edificio, maquinaria y equipo, entre otros.

2.5.4.2. Inversión diferida

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 105, primera edición) afirma: “Esta inversión diferida se integra con las erogaciones para llevar a cabo la inversión del proyecto, desde el surgimiento de la idea hasta su ejecución y puesta en marcha”.

Según el concepto anterior, la inversión diferida se refiere a los gastos preoperativos, es decir son aquellos gastos que incurren al iniciar la actividad económica.

2.5.4.3. Capital de trabajo

Según BACA Urbina Gabriel (2010, página 145, sexta edición) manifiesta: “Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión entre activo fijo y

diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa”.

El capital de trabajo es la inversión adicional líquida que debe aportarse para que la empresa empiece su funcionamiento y operatividad, generalmente se define como activo circulante menos pasivo circulante.

2.6. Estudio Financiero

Según

<http://www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EvaluacionFinanciera.htm>

manifiesta: “El estudio de evaluación financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable”.

La evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda, en donde se determina la viabilidad y el comportamiento de una unidad productiva en un tiempo determinado; por lo cual se debe utilizar criterios de evaluación.

2.6.1. Ingresos

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Ingreso> dice: “El ingreso puede referirse a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios (ingresos empresariales, en inglés revenue) como también al conjunto de rentas recibidas por los ciudadanos”.

En una empresa cuando hablamos de un ingreso nos referimos al flujo económico que percibe la unidad económica, no obstante dicho flujo tiene como finalidad incrementar la producción.

2.6.2. Egresos

Según <http://www.definicionabc.com/general/egreso.php> dice: **“Se conoce como egreso a todo aquello que egresa o sale de un lugar o espacio determinado. El término hace referencia específicamente al dinero que se utiliza en un negocio o acción monetaria para pagar determinados gastos y que por lo tanto no puede ser contado como ganancia”**.

Cuando hablamos de egreso en sentido económico o contable, hacemos referencia a todo aquel dinero o capital que se extrae de la ganancia (o de la inversión inicial) para pagar servicios y diferentes costes.

2.6.2.1. Materia Prima

Según http://es.wikipedia.org/wiki/Materia_prima dice: **“La MP incluye una serie de elementos y subproductos que mediante un proceso de transformación permiten la confección del producto final”**.

La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican un producto, además la materia prima debe ser perfectamente identificable y medible.

2.6.2.2. Mano de Obra Directa

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 91, primera edición) dice: **“Mano de obra es la que interviene directamente en la transformación de los insumos a productos, además es el esfuerzo tanto físico como**

mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien”.

La mano de obra es aquella que influye directamente en la fabricación del producto terminado, además la mano de obra interviene en el costo de producción.

2.6.2.3. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Según <http://www.emagister.com/curso-acumulacion-costos/costos-indirectos-fabricacion> dice: ***“Los CIF son todos los costos que no están clasificados, de manera que son variables y dependen directamente de la producción que realice la empresa en un tiempo determinado”.***

Los costos indirectos de fabricación (CIF) son todos aquellos costos que se relacionan indirectamente con los procesos productivos de la empresa.

2.6.2.4. Gastos Administrativos

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 109, primera edición) afirma: ***“En este rubro se agrega las erogaciones para el pago de sueldos de personal del área administrativa, contabilidad, asesoría legal, auditoría interna, entre otros”.***

Los gastos de administración son los ocasionados en el desarrollo del objeto social principal del ente económico, por lo cual están directamente relacionados con la gestión administrativa.

2.6.2.5. Gastos de Ventas

Segundo las NIC - Normas Internacionales de Contabilidad dice: “Los Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender”.

Dichos gastos son originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, tales como: comisiones a agentes, gastos de viajes, costo de muestrarios, gastos de propaganda, servicios de correo, teléfono del área de ventas, entre otros.

2.6.2.6. Gastos Financieros

Según ARAUJO Arévalo David (2012, página 109, primera edición) afirma: “Estos gastos se refieren al pago de intereses sobre créditos presupuestados para el proyecto”.

La tasa de interés y las condiciones de pago dependen de la selección que se efectúe sobre las diversas fuentes de recursos crediticios.

2.6.2.7. Depreciación

Según BACA Gabriel Urbina (2010, página 144, sexta edición) manifiesta: “El término depreciación tiene exactamente las mismas connotación que amortización, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian, en cambio la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha

comprado una marca comercial, está con el uso del tiempo, no baja el precio o se deprecia”.

La depreciación consiste en que un bien pierde su valor actual, es decir cada año se deprecia en donde dicho bien disminuye su valor nominal.

2.6.3. Balance General

Según PALACIOS Acero Luis Carlos (2012, Página 139) dice: “El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que la organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto)”.

El balance general, por lo tanto es una especie de fotografía que retrata la situación contable de la empresa en una cierta fecha, gracias a este documento el empresario accede a información vital sobre el negocio para analizar la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas.

2.6.4. Estado de Resultados

Según

<http://gananciasperdidas.blogspot.com/2012/09/estado-de-ganancias-y-perdidas.html> dice: “EL Estado de resultados muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un período determinado, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho período de una entidad o empresa”.

Dicho estado de resultados nos permite analizar y verificar el comportamiento de las operaciones de ingresos y egresos, en efecto se refleja la utilidad o pérdida durante un período determinado.

2.6.5. Flujo de Caja

Según NASSIR Sapag Chaín (2007, página 214, primera edición) dice: “Un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto”.

Según el concepto antes citado, el flujo de caja representa las entradas y salidas de efectivo que se generan en un período establecido.

2.6.6. Criterios de Evaluación Financiera

2.6.6.1. Tasa de Redescuento

Según

http://www.ecofinanzas.com/diccionario/T/TASA_DE_REDESCUENTO.htm dice: “Es la tasa de Interés a la que un inversionista asumirá por el pago de intereses para redimir un valor en deuda que pueden ser reinvertidos durante el vencimiento de dicho valor.”.

La tasa de redescuento se la analiza técnicamente en los siguientes parámetros tales como la sumatoria de la tasa activa más la pasiva, además se incluye la inflación pertinente del año.

2.6.6.2. Costo de Oportunidad

Según <http://www.gerencie.com/costo-de-oportunidad.html> manifiesta: **“El costo de oportunidad se entiende como aquel costo en que se incurre al tomar una decisión y no otra. Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreciar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado”**.

El costo de la oportunidad es aquello que se determina técnicamente para la toma de decisiones, además tiene como finalidad obtener la mayor rentabilidad esperada.

2.6.6.3. Valor Actual Neto (VAN)

Según CORDOVA Marcial (2011) dice: **“Representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte”**.

El VAN es el método mediante el cual se puede determinar el valor presente de todos los flujos futuros de efectivo de un proyecto de inversión, además permite determinar cuál estudio es el más rentable entre varias opciones de inversión.

2.6.6.4. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según CORDOVA Marcial (2011) manifiesta: **“Tasa Interna de Retorno también denominada tasa interna de rendimiento, es la medida más adecuada para medir la rentabilidad de un proyecto. La TIR de un proyecto es la**

tasa de interés que devenga los dineros que permanecen invertidos en el proyecto”.

Según el concepto antes mencionado la tasa interna de retorno es aquella tasa que hace que el VAN sea igual a cero, además la TIR debe ser superior a la tasa de rendimiento para que la inversión del proyecto sea rentable.

2.6.6.5. Costo/Beneficio

Según CORDOVA Marcial (2011) manifiesta: “Es un análisis muy pertinente para proyectos de inversión en mercados financieros porque nos establece niveles de decisión”.

El análisis costo/beneficio determina la valoración de los beneficios percibidos durante un período, además se lo define como el valor presente de los flujos de efectivos dividido para la inversión, lo cual debe ser superior a 1.

2.6.6.6. Período de Recuperación de la Inversión

Según <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm> dice: “Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Proporciona información tanto del riesgo como de la liquidez de un proyecto”.

El período de recuperación de la inversión es un índice que mide técnicamente el tiempo establecido para recuperar la inversión total del

proyecto, es decir que la suma de los flujo de efectivo de una inversión sea igual a la inversión del proyecto.

2.6.6.7. Punto de Equilibrio

Según BACA Urbina Gabriel (2010, página 148, sexta edición) manifiesta: “El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existirían problemas para calcular el punto de equilibrio. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”.

Según el concepto anterior el punto de equilibrio consiste en ubicar el volumen de producción y ventas en el cual la empresa no genera ganancias ni pérdidas.

2.7. Estructura Organizacional

Según

<http://www.gestiopolis.com/administracion-strategia/la-estructura-organizacional.htm> dice: “La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación”.

La estructura organizacional tiene que ver con aspectos como la situación legal, organización, misión, visión, políticas, objetivos organizacionales, valores corporativos, entre otros.

2.7.1. Misión

Según PALACIOS Acero Luis Carlos (2012, página 62), afirma: **“La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y por tanto da sentido y guía las actividades de la empresa”**.

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer.

2.7.2. Visión

Según PALACIOS Acero Luis Carlos (2012, página, 63), manifiesta: **“Es la declaración amplia y suficiente de a dónde quiere que su empresa o negocio esté dentro de cinco o más años. Debe ser estimulante, amplia, inspiradora, conocida y que promueva la permanencia de todos los miembros de la organización o negocio”**.

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado.

2.7.3. Organigrama Estructural

Según BRAVO y LÓPEZ, dice: **“El organigrama estructural es la gráfica que representa la organización de una empresa, o sea, su estructura organizacional, muestra su esqueleto y su constitución interna, pero no su funcionamiento ni su dinámica”**.

El organigrama estructural es la orientación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones.

2.7.4. Orgánico Funcional

Según

http://www.esPOCH.edu.ec/index.php?action=organico_funcional dice: **“Organigramas funcionales analizan las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento que conforme la unidad económica”**.

El orgánico funcional es una especificación de las tareas y requisitos necesarios a cada uno de los cargos y unidades administrativas que forman parte de la estructura orgánica, necesario para cumplir con las atribuciones de la organización.

2.8. Impactos

Según <http://es.thefreedictionary.com/impacto> manifiesta: **“Conjunto de consecuencias provocadas por un hecho o actuación que afecta a un entorno o ambiente social o natural”**.

Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos, ningún proyecto está excepto de impactos.

2.8.1. Económico

Según http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_3_07/aci08307.htm dice: **“El impacto económico es la magnitud cuantitativa**

del cambio en el problema de la población objetivo como resultado de la entrega de productos (bienes o servicios)”.

El impacto económico es el más importante debido a que en este se basa en saber cuál es la contribución que tendrá la localidad, además dicho impacto tiene relación con los indicadores socio-económicos.

2.8.2. Social

Según http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_3_07/aci08307.htm dice: “El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general”.

Un impacto social de un proyecto se refiere a la solución de posibles problemas de la localidad, tiene como finalidad mejorar las condiciones de vida tales como: la satisfacción de las necesidades básicas, crecimiento económico, entre otros.

2.8.3. Ambiental

Según <http://es.thefreedictionary.com/impacto> dice: “Efecto producido por cualquier tipo de perturbación sobre el medio ambiente, ecosistema o parte del mismo”.

Un impacto ambiental se refiere a las modificaciones de un nuevo conjunto de condiciones ambientales negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias de la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

3.1. Presentación

El estudio de mercado es una herramienta relevante e importante para determinar la viabilidad de un proyecto de inversión. El presente estudio se efectuará en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, donde se analizará las siguientes variables tales como producto a ofrecer, demanda, oferta, demanda insatisfecha, precio, competencia y proveedores.

Para realizar dicho estudio se tomará en cuenta la investigación primaria, en lo cual se aplicará la encuesta a posibles consumidores potenciales, además se realizará una entrevista a los gerentes propietarios de las distribuidoras de chocolates de la localidad. También se utilizará la observación directa para identificar a los posibles proveedores de la materia prima e insumos para la elaboración de dicho producto.

Este estudio ayudará a determinar una aproximación del número de personas que estarían en condiciones de consumir el producto de pepas de calabaza con chocolate "CHOCO-PIPS", así como también la frecuencia de la adquisición del mismo, no obstante se analizará el precio que están dispuesto a pagar los posibles consumidores por el producto antes mencionado.

3.2. Objetivo

3.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación del producto en relación a los posibles consumidores potenciales.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar la Producción de las pepas de calabaza, la misma que será la materia prima para la elaboración del producto.
- Identificar la Demanda del producto y proyectarla para cinco años, tomando en cuenta la tasa de crecimiento estudiantil del nivel secundario de la ciudad de Ibarra.
- Determinar la Oferta y la proyección de la misma, a través de la tasa del PIB del año 2012, además analizar la competencia y los productos sustitutos.
- Analizar los Precios de la competencia en relación a los productos sustitutos.
- Diseñar un Plan de Comercialización, a través de estrategias de producto, precio, publicidad, promoción, distribución y plaza.

3.3. Variables

- Producción
- Demanda
- Oferta
- Precio
- Plan de Comercialización

3.4. Indicadores.

3.4.1. Producción

- Materia Prima Directa
- Mano de Obra Directa
- Insumos

3.4.2. Demanda

- Posibles consumidores potenciales (Población estudiantil de nivel secundario).
- Cantidad de consumo por individuo.
- Proyección de la demanda.

3.4.3. Oferta

- Cantidad de Oferta
- Proyección de la Oferta.
- Número de productos sustitutos

3.4.4. Precio

- Análisis de la Competencia

3.4.5. Plan de Comercialización

- Estrategias de Producto
- Estrategias de Precio
- Estrategias de Publicidad
- Estrategias de Promoción
- Estrategias de Distribución y Plaza

Cuadro N° 13: Matriz de Relación del Estudio de Mercado

Objetivo General	Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Instrumento
Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación del producto en relación a los posibles consumidores potenciales.	<ul style="list-style-type: none"> Analizar la producción de las pepas de calabaza, la misma que será la materia prima para la elaboración del producto. 	Producción	<ul style="list-style-type: none"> Materia Prima Directa Mano de Obra Directa Insumos 	Primaria	Entrevista a los Proveedores
	<ul style="list-style-type: none"> Identificar la demanda del producto y proyectarla para cinco años, tomando en cuenta la tasa de crecimiento estudiantil del nivel secundario de la ciudad de Ibarra. 	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> Población estudiantil de nivel secundario Cantidad de consumo por individuo Proyección de la demanda 	Primaria Secundaria	Encuesta a los clientes Páginas Web
	<ul style="list-style-type: none"> Determinar la Oferta y la proyección de la misma, a través del análisis de la competencia y los productos sustitutos. 	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de Oferta Proyección de la Oferta Número de productos sustitutos. 	Primaria Secundaria	Entrevista a los distribuidores de chocolate Páginas Web
	<ul style="list-style-type: none"> Analizar los precios de la competencia en relación a los productos sustitutos. 	Precio	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de la Competencia 	Primario Secundaria	Encuesta a los clientes Páginas Web
	<ul style="list-style-type: none"> Analizar el plan de comercialización, a través de estrategias de producto, precio, publicidad, promoción, distribución y plaza. 	Canales de Distribución	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia de Producto Estrategias de Precio Estrategias de Publicidad Estrategia de Promoción Estrategias de Distribución y Plaza 	Primaria Secundaria	Observación Directa Encuesta a los posibles clientes

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.5. Identificación del Producto

Figura N° 1: Pepas de Calabaza



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Enríquez Yolanda

Figura N° 2: Chocolate



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Enríquez Yolanda

Las pepas o semillas de calabaza es una de las más nutritivas y sabrosas semillas de origen vegetal, tienen un delicado sabor dulce y una agradable textura al masticar. En dicho producto se le agregará chocolate (CHOBERR CHOC), el cual es un alimento que se ha convertido en un complemento básico en la nutrición y actualmente ha ido ganando terreno a otros alimentos. Las semillas o pepas de calabaza conjuntamente con el chocolate son favorables y saludables para el ser humano.

Es por ello que el presente proyecto está enfocado en la producción y comercialización de un snack a base de pepas de calabaza con cubierta de chocolate, de esta manera se elaborará un producto saludable y delicioso; así satisfaciendo las expectativas de los posibles consumidores potenciales.

Es importante mencionar que la nueva unidad productiva realizará dos presentaciones del producto, es decir fundas de 40 gramos lo cual contiene (20 gramos de pepas de calabaza y 20 gramos de chocolate) y fundas de 60 gramos lo cual contiene (30 gramos de pepas de calabaza y 30 gramos de chocolate).

3.5.1. Etiqueta del producto

En la presentación del producto se incluirá una etiqueta, la misma que contendrá el nombre, logotipo, dirección, composición nutricional, entre otros.

- **Parte Posterior**

Figura N° 3: Parte Posterior de las etiquetas



Elaborado por: Enríquez Yolanda

60 gramos



Elaborado por: Enríquez Yolanda

▪ Parte Anterior

Figura N° 4: Parte Anterior de las etiquetas

40 gramos

Información Nutricional					
Nutrientes	Q	Nutrientes	Q	Nutrientes	Q
Energía (Kcal)	240,56	Fibra (g)	0,84	Vitamina A	2
Proteínas (g)	11,44	Calcio (mg)	36,96	Vitamina C	-
Grasa total (g)	22,92	Hierro (mg)	4,72	Vitamina D	0
Colesterol (g)	-	Yodo	-	Vitamina E	-
Glúcidos (g)	2,84	Sodio	0,12	Vitaminas: B12	0

Ingredientes: pepas de calabaza y chocolate
Dir: Lic. Nelson Dávila 3-107
Email: chocopips@live.com
Teléfono: 0988218893
Ibarra - Ecuador

Elaborado por: Enríquez Yolanda

60 gramos

Información Nutricional					
Nutrientes	Cantidad	Nutrientes	Cantidad	Nutrientes	Cantidad
Energía (Kcal)	360,84	Fibra (g)	1,26	Vitamina A	3
Proteínas (g)	17,22	Calcio (mg)	55,44	Vitamina C	0
Grasa total (g)	34,88	Hierro (mg)	7,08	Vitamina D	-
Colesterol (g)	-	Yodo	-	Vitamina E	0
Glúcidos (g)	4,26	Sodio	0,18	Vitamina B12	-

Ingredientes: pepas de calabaza y chocolate
Dir: Lic. Nelson Dávila 3-107
Email: chocopips@live.com
Teléfono: 0988218893
Ibarra - Ecuador

Elaborado por: Enríquez Yolanda

▪ **Diseño que Interviene en la Etiqueta del Producto.**

Diseño	Significado																																																																								
	<p>Fondo: El diseño contempla varios colores en forma de corazones, lo cual hace atractivo a los consumidores de producto.</p>																																																																								
<p>Choco - Pips</p>	<p>Choco: Chocolate Pips: Pepas</p>																																																																								
	<p>Logotipo: Pepa de calabaza</p>																																																																								
<p>40 Gr 60 Gr</p>	<p>Se establece el peso del producto en este caso es de 40 y 60 gramos</p>																																																																								
<p>El buen sabor del chocolate + Pepitas de calabaza.</p>	<p>Eslogan del Producto</p>																																																																								
<p style="text-align: center;">Información Nutricional</p> <table border="1" data-bbox="352 1182 759 1317"> <thead> <tr> <th>Nutrientes</th> <th>Q</th> <th>Nutrientes</th> <th>Q</th> <th>Nutrientes</th> <th>Q</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Energía (Kcal)</td> <td>240,56</td> <td>Fibra (g)</td> <td>0,84</td> <td>Vitamina A</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Proteínas (g)</td> <td>11,44</td> <td>Calcio (mg)</td> <td>36,96</td> <td>Vitamina C</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Grasa total (g)</td> <td>22,92</td> <td>Hierro (mg)</td> <td>4,72</td> <td>Vitamina D</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Colesterol (g)</td> <td>-</td> <td>Yodo</td> <td>-</td> <td>Vitamina E</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Glúcidos (g)</td> <td>2,84</td> <td>Sodio</td> <td>0,12</td> <td>Vitaminas: B12</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">Información Nutricional</p> <table border="1" data-bbox="352 1395 759 1541"> <thead> <tr> <th>Nutrientes</th> <th>Cantidad</th> <th>Nutrientes</th> <th>Cantidad</th> <th>Nutrientes</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Energía (Kcal)</td> <td>360,84</td> <td>Fibra (g)</td> <td>1,26</td> <td>Vitamina A</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Proteínas (g)</td> <td>17,22</td> <td>Calcio (mg)</td> <td>55,44</td> <td>Vitamina C</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Grasa total (g)</td> <td>34,88</td> <td>Hierro (mg)</td> <td>7,08</td> <td>Vitamina D</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Colesterol (g)</td> <td>-</td> <td>Yodo</td> <td>-</td> <td>Vitamina E</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Glúcidos (g)</td> <td>4,26</td> <td>Sodio</td> <td>0,18</td> <td>Vitamina B12</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>	Nutrientes	Q	Nutrientes	Q	Nutrientes	Q	Energía (Kcal)	240,56	Fibra (g)	0,84	Vitamina A	2	Proteínas (g)	11,44	Calcio (mg)	36,96	Vitamina C	-	Grasa total (g)	22,92	Hierro (mg)	4,72	Vitamina D	0	Colesterol (g)	-	Yodo	-	Vitamina E	-	Glúcidos (g)	2,84	Sodio	0,12	Vitaminas: B12	0	Nutrientes	Cantidad	Nutrientes	Cantidad	Nutrientes	Cantidad	Energía (Kcal)	360,84	Fibra (g)	1,26	Vitamina A	3	Proteínas (g)	17,22	Calcio (mg)	55,44	Vitamina C	0	Grasa total (g)	34,88	Hierro (mg)	7,08	Vitamina D	-	Colesterol (g)	-	Yodo	-	Vitamina E	0	Glúcidos (g)	4,26	Sodio	0,18	Vitamina B12	-	<p>Las tablas contienen las propiedades nutricionales de las dos presentaciones del producto, en relación a cada nutriente con su respectivo aporte.</p>
Nutrientes	Q	Nutrientes	Q	Nutrientes	Q																																																																				
Energía (Kcal)	240,56	Fibra (g)	0,84	Vitamina A	2																																																																				
Proteínas (g)	11,44	Calcio (mg)	36,96	Vitamina C	-																																																																				
Grasa total (g)	22,92	Hierro (mg)	4,72	Vitamina D	0																																																																				
Colesterol (g)	-	Yodo	-	Vitamina E	-																																																																				
Glúcidos (g)	2,84	Sodio	0,12	Vitaminas: B12	0																																																																				
Nutrientes	Cantidad	Nutrientes	Cantidad	Nutrientes	Cantidad																																																																				
Energía (Kcal)	360,84	Fibra (g)	1,26	Vitamina A	3																																																																				
Proteínas (g)	17,22	Calcio (mg)	55,44	Vitamina C	0																																																																				
Grasa total (g)	34,88	Hierro (mg)	7,08	Vitamina D	-																																																																				
Colesterol (g)	-	Yodo	-	Vitamina E	0																																																																				
Glúcidos (g)	4,26	Sodio	0,18	Vitamina B12	-																																																																				
<p>Ingredientes: pepas de calabaza y chocolate Dir: Lic. Nelson Dávila 3-107 Email: chocopips@live.com Teléfono: 0988218893 Ibarra - Ecuador</p>	<p>Constan los componentes del producto, además se dispone de los datos de la pequeña empresa.</p>																																																																								

Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.6. Segmento de Mercado

Se procede a determinar la segmentación del mismo, de acuerdo a las siguientes variables consideradas para el efecto, las mismas que se detallan a continuación.

3.6.1. Variable Geográfica

El segmento de mercado para el presente proyecto son los estudiantes de los centros educativos fiscales, particulares, Fiscomisionales y municipales secundarios de la ciudad de Ibarra y establecimientos que se dedican a la comercialización de confitería.

3.6.2. Variables Demográficas

a. Edad

Los consumidores potenciales son los estudiantes que se encuentran entre los 13 a 25 años respectivamente.

b. Género

Dicho producto está destinado al género masculino y femenino, los mismos que tienen gustos y preferencias similares

c. Ocupación

La ocupación de los consumidores es esencialmente los estudiantes, además mujeres y hombres que se encuentran en la población económicamente activa.

3.6.3. Variables Psicográficas

a. Clase Social

Los posibles consumidores potenciales son aquellos que se encuentran en un estatus económico medio, medio alto y alto, además se ha considerado que el producto será consumido a diario.

3.7. Identificación de la Población

Para la proyección de los estudiantes de los centros educativos secundarios, se consideró la tasa de crecimiento estudiantil siendo en este caso el 1,1% según el Ministerio de Educación del Distrito Zona I. Los cuales se encuentran en los estatus económicos medio, medio alto y alto, lo que en porcentaje representa un 15,71% de la población total de la ciudad de Ibarra

Cuadro N° 14: Población Estudiantil

Mercado Meta	Población Estudiantil
Fiscal	14.992
Particular	10.239
Fiscomisionales	2.410
Municipales	828
Total	28,469

Fuente: Ministerio de Educación del Distrito N°1

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 15: Proyección de la Población

Año	Proyección de la Población Estudiantil Tasa 1,1%
2014	28.782
2015	29.099
2016	29.419
2017	29.742
2018	30.070

Fuente: Ministerio de Educación del Distrito N°1
Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.8. Mercado Meta

El mercado meta que pretende tener la pequeña empresa productora y comercializadora de pepas de calabaza con chocolate corresponde a los estudiantes de los centros educativos secundarios de la ciudad de Ibarra.

3.9. Cálculo de la Muestra

3.9.1. Fórmula

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

3.9.1.1. Descripción de las Variables

Cuadro N° 16: Descripción de Variables

Variable	Descripción	Datos
N	Tamaño de la Población	28,469
Z	Nivel de confianza al cuadrado (95%=1.96)	1.96
δ	Probabilidad de que ocurra o no el evento	0,5
E	Error muestra (error máximo permisible por unidad)	5%
N	Tamaño de la muestra	?

Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.9.2. Aplicación de la Fórmula

$$n = \frac{28,469 * 1.96^2 * 0.5^2}{0.05^2 (28,469 - 1) + 1.96^2 * 0.5^2}$$

$$n = \frac{27,341,6276}{72,1304}$$

$$n = 379$$

3.10. Estratificación de la Muestra

El tipo de muestreo a utilizar es probabilístico porque dicho estudio de mercado tiene acceso al número de estudiantes de las instituciones fiscales, particulares, fiscomisionales y municipales de la ciudad de Ibarra. Según el Ministerio de Educación de la ciudad de Ibarra del período 2013.

Cuadro N° 17: Estratificación de la Muestra

Centros Educativos Secundarios	Población Estudiantil	Porcentaje	Muestra
Fiscal	14.992	52,66%	200
Particular	10.239	35,97%	136
Fiscomisionales	2.410	8,47%	32
Municipales	828	2,91%	11
Total	28.469	100%	379

Fuente: Ministerio de Educación del Distrito N° 1

Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.11. Técnicas e instrumentos

3.11.1. Información primaria

Dicha información de fuente primaria se obtuvo directamente de la población estudiantil de la ciudad de Ibarra, a través de encuestas a los consumidores y entrevistas a los distribuidores de chocolate.

3.11.1.1. Evaluación y análisis de la Información

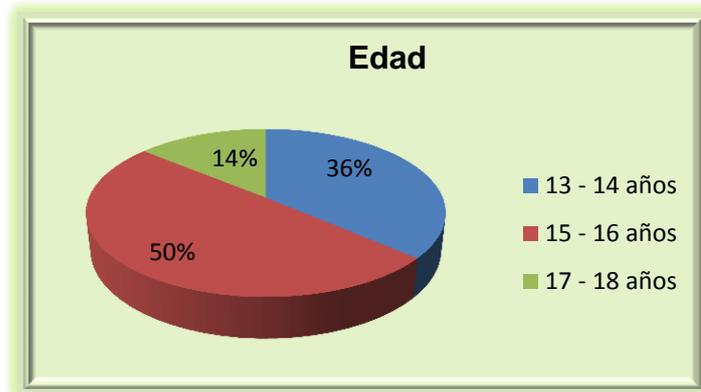
a. Encuesta

Tabulación y análisis de las encuestas aplicadas a los estudiantes de los centros educativos secundarios de la ciudad de Ibarra, la misma que pretende determinar el nivel de aceptación del nuevo producto.

Resultado de la Encuesta

▪ Datos Técnicos

Gráfico N° 5: Edad

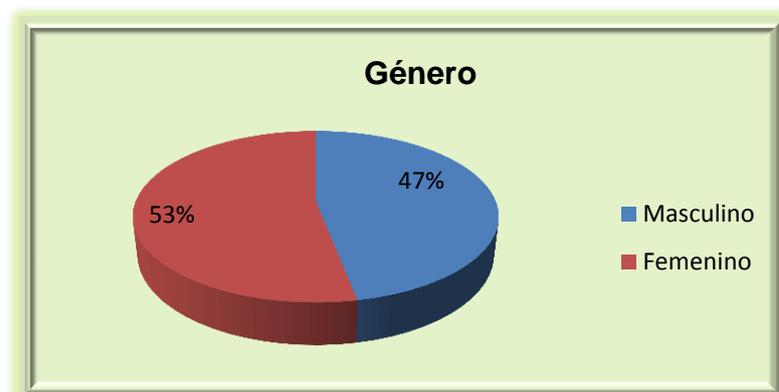


Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

▪ Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos procesados, en relación a la edad se puede observar que en su mayoría los encuestados se encuentran entre 15 y 16 años lo cual representa el 50%, los mismos que se encuentra en el ciclo de bachillerato, además las edades de 13, 14, 17,18 años representan el otro 50%.

Gráfico N° 6: Género



Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

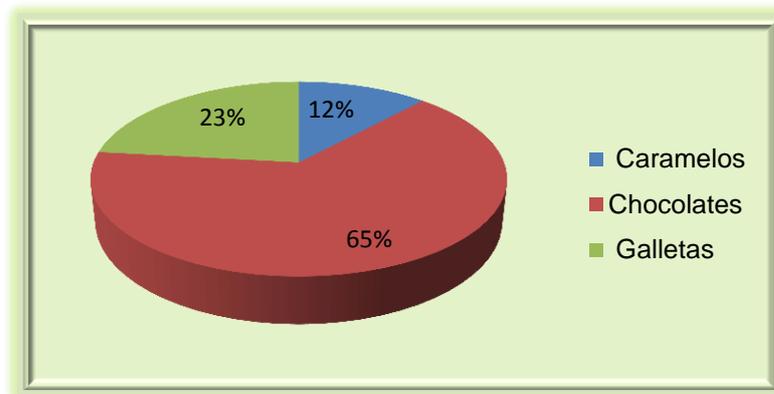
- **Análisis e interpretación**

Con respecto al género se determina que la mayor parte de los estudiantes encuestados son mujeres, el mismo que representa un 53% y el 47% son hombres.

Preguntas Relacionadas Directamente con el Proyecto

1. ¿Entre los siguientes snack que es lo que más consume?

Gráfico N° 7: Los snacks que más consumen



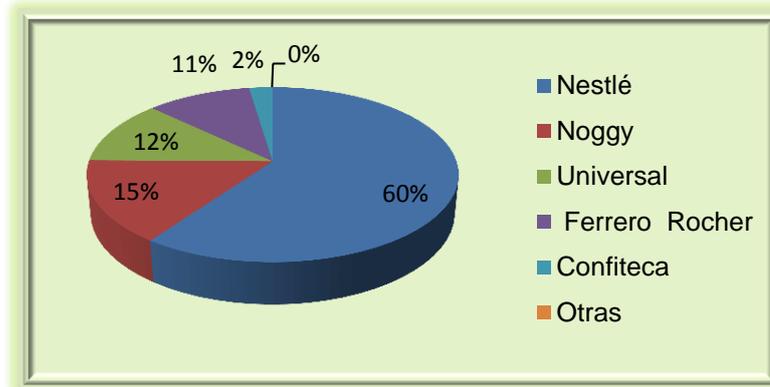
Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

a. Análisis e interpretación

Se puede concluir que la población encuestada en su mayor parte compra chocolates lo cual representa el 65%, de manera que se determina que los estudiantes tienen un alto porcentaje de consumo de chocolate.

2. ¿Que marcas de chocolate usted prefiere comprar?

Gráfico N° 8: Marcas de chocolates que prefieren comprar



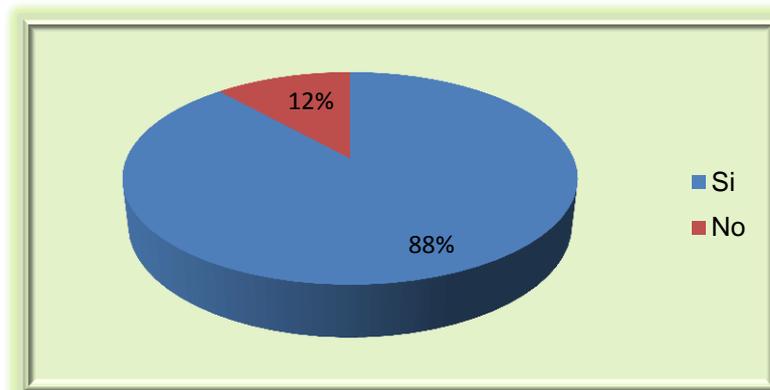
Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

b. Análisis e interpretación

Se puede concluir que la marca que chocolate de mayor consumo de los posibles clientes es de Nestlé con un 60%, las demás marcas representan inferioridades, es decir que la mayor competencia que tendrá el nuevo producto será los productos de Nestlé.

3. ¿Usted conoce las pepas de calabaza?

Gráfico N° 9: Conocimiento de las pepas de calabaza



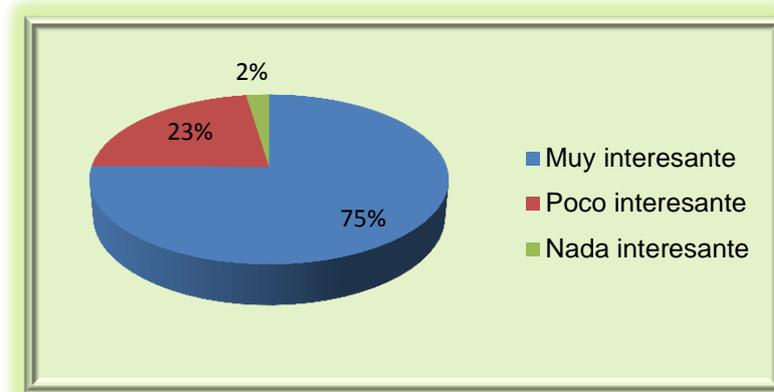
Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

c. Análisis e interpretación

Se determina que los encuestados casi en su totalidad conocen las pepas de calabaza y con una inferioridad no conocen; esto se debe a que dichas pepas se encuentran en las zonas marginales rurales.

4. ¿Qué tan interesante le parece el nombre del producto “CHOCO – PIPS”?

Gráfico N° 10: El nombre del producto “CHOCO – PIPS”



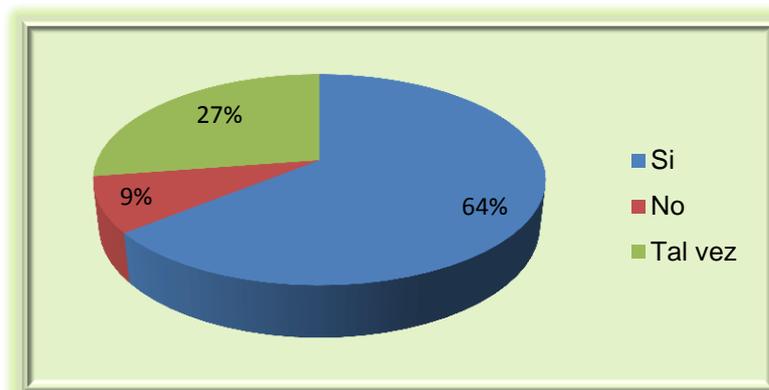
Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

d. Análisis e interpretación

Se determinó que los encuestados en su mayor parte opinan que el nombre del producto “CHOCO–PIPS” es muy interesante, lo cual se identificó que el nombre del producto es atractivo para los posibles consumidores.

5. ¿Le gustaría adquirir pepas de calabaza con chocolate en forma de snack?

Gráfico N° 11: Le gustaría adquirir el producto



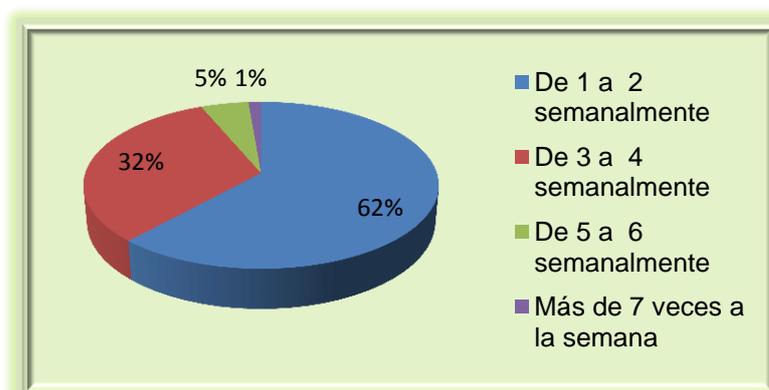
Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

e. Análisis e interpretación

Se concluye en totalidad que las personas encuestadas responden que sí les gustaría adquirirán el producto lo cual representa el 64%, además en una inferioridad estiman que no consumirán el producto, de esta manera se determina que el producto tendrá una considera aceptación en el mercado local.

6. ¿Con que frecuencia usted compraría las pepas de calabaza con chocolate?

Gráfico N° 12: La frecuencia de compra



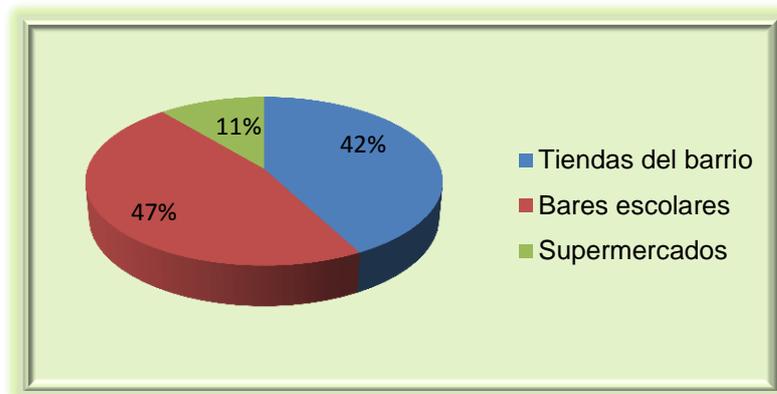
Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

f. Análisis e interpretación

De los datos obtenidos sobre la frecuencia de consumo por semana, se concluye que en su totalidad el mercado meta lo hará aproximadamente de 1 a 2 veces, lo cual representa el 62%, es decir el promedio de consumo será de dos veces en semana

7. ¿Dónde le gustaría comprar las pepas de calabaza con chocolate?

Gráfico N° 13: Lugar de comercialización



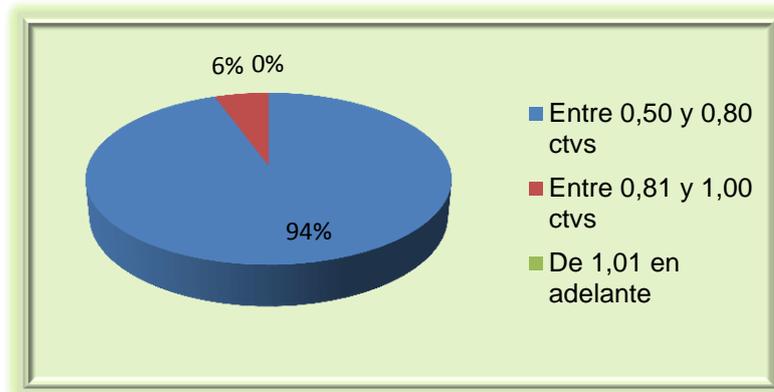
Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

g. Análisis e interpretación

Se concluye que en su mayoría los posibles clientes adquirirán el producto en bares escolares, tiendas del barrio y en supermercados; de manera que el nuevo producto se comercializará con mayor frecuencia en los bares escolares porque es el lugar donde existe mayor demanda.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de 40 gramos de pepas de calabaza con chocolate?

Gráfico N° 14: El precio que están dispuestos a pagar por una funda de 40 gramos



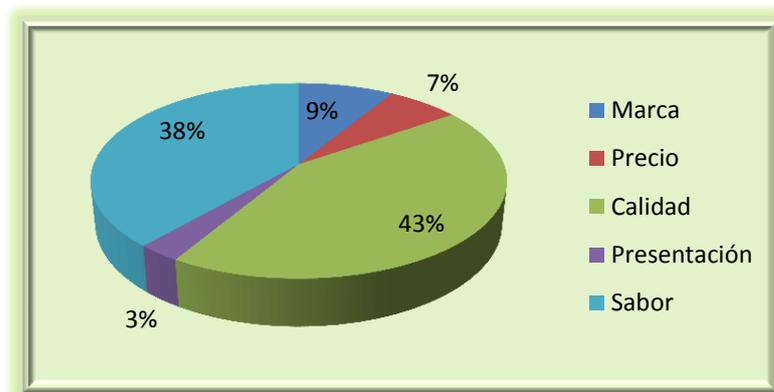
Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

h. Análisis e interpretación

De acuerdo a la encuesta aplicada se demuestra que en su totalidad con el 94% prefieren un precio entre \$ 0,50 - \$ 0,80 centavos, tiene mayor aceptación debido que es accesible y están al alcance del mercado meta.

9. ¿Qué toma en cuenta al adquirir un producto en forma de snack?

Gráfico N° 15: Lo que toman en cuenta al adquirir un producto en forma de snack



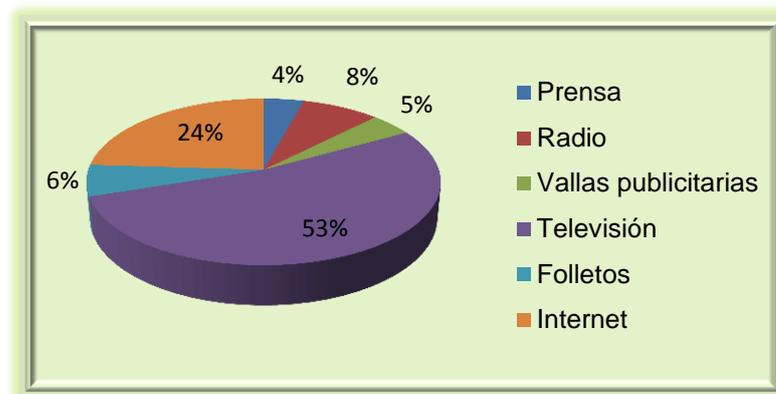
Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

i. Análisis e interpretación

Se concluye en mayor parte que la población encuestada asegura que al momento de adquirir un producto toman en cuenta la calidad y el sabor, esto se debe que los consumidores cumplen con las expectativas de los productos.

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

Gráfico N° 16: Publicidad



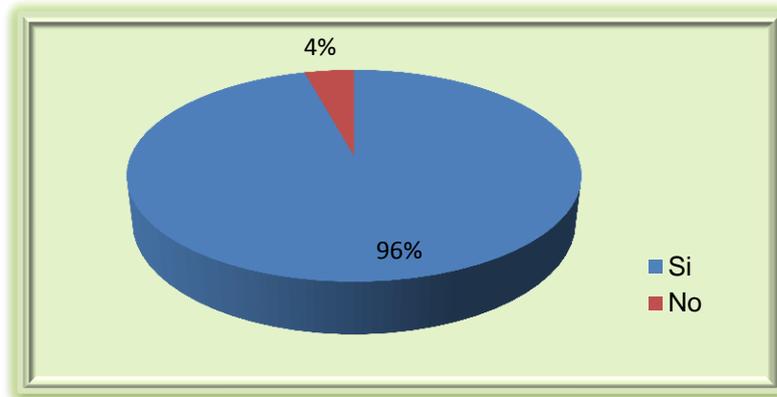
Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

j. Análisis e interpretación

Se puede apreciar en el gráfico, que el medio de comunicación que tiene mayor relevancia en la publicidad es en un 53% la televisión y el 24% internet, lo cual para dar a conocer la existencia del producto se hará a través de la televisión y en redes sociales.

11. ¿Está de acuerdo que se instale una pequeña empresa productora y comercializadora de pepas de calabaza con chocolate “CHOCO-PIPS” en la ciudad de Ibarra?

Gráfico N° 17: Creación de la Pequeña empresa



Fuente: Encuesta Consumidores junio 2013
Elaborado por: Enríquez Yolanda

k. Análisis e interpretación

Se concluye que en totalidad el 96% de la población encuestada responde que sí está de acuerdo en la creación de la pequeña empresa productora y comercializadora de pepas de calabaza con chocolate y apenas el 4% que no están de acuerdo, por lo cual se aprecia resultados satisfactorios para la ejecución del proyecto.

b. Entrevista dirigida a los distribuidores de productos de confitería de la ciudad de Ibarra.

La entrevista fue realizada a la Sr. Zully Mafla gerente propietaria de la Subdistribuidora de la Universal, Ing. Carlos Merizalde gerente propietario de DISCOMCI, Ing. Juan Carlos Chaca gerente de ventas del Tía de la sucursal de Ibarra y al Sr Jorge Albuja Supervisor de Ventas de DIPRONORT.

¿Cuál es el volumen de ventas de chocolates de forma rellena, en relación al primer semestre del 2013 en la ciudad de Ibarra?

La entrevista tuvo como finalidad recolectar información técnica a cerca de los productos sustitutos que tienen el snack de pepas de calabaza con

chocolate. Las personas que fueron entrevistas proporcionaron información acerca del volumen de ventas del mes de junio del 2013, en relación a los siguientes confites tales como: Chocoalmendras de 180 gramos y Chocopasas 200 de gramos. Cabe recalcar que la información brindada por los entrevistados fue restringida.

3.12. Análisis de la Demanda

3.12.1. Demanda Actual

Para el estudio se tomando como referencia el número de estudiantes de los centros educativos secundarios de la ciudad de Ibarra siendo 28,469 de los cuales el consumo del producto lo realizará en un promedio de 2 veces en la semana que corresponde al 62% de la población encuestada y se puede verificar en la pregunta número 6. En base al estudio de mercado de una muestra de 379 encuestas el 64% de los consultados están de acuerdo en la compra del producto, el 8% no aseguran su compra y el 27 % tal vez comprarían el producto y se puede constatar en la pregunta número 5. Por lo cual las proyecciones de la demanda siempre serán en función del 64% que es lo que afianza el ingreso del nuevo producto al mercado local, además se tomó en cuenta los 40 gramos de la presentación del producto, es decir lo que ellos aproximadamente consumirían en gramos.

Cuadro N° 18: Demanda Actual Año 2013

Año	Mercado Meta	Demanda Semanal	Demanda Mensual	Demanda Anual	Demanda Total Actual en gramos
2013	18.220	2	8	96	69.964.800
Total	18.220				69.964.800

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.12.2. Proyección de la demanda

La demanda se proyectará a través del método de crecimiento exponencial, cabe recalcar que se tomará en cuenta la información de la demanda actual. Las proyecciones son para los períodos 2014 – 2018, tiempo que se encuentra relacionado con la vida útil del proyecto.

Tomando en cuenta la siguiente fórmula.

Dónde:

$$Q_n = Q_o (1 + i)^n$$

Q_n = Demanda futura

Q_o = demanda inicial

i = Tasa de crecimiento anual promedio

n = año proyectado

Cuadro N° 19: Cálculos para la Proyección de la Demanda

Año	Mercado Meta	Demanda Semanal	Demanda Mensual	Demanda Anual	Demanda en (40 gramos)
2014	18.420	2	8	96	70.732.800
2015	18.623	2	8	96	71.512.320
2016	18.828	2	8	96	72.299.520
2017	19.035	2	8	96	73.094.400
2018	19.245	2	8	96	73.900.800

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 20: Proyección de la Demanda

Año	Demanda en Kilogramos
2014	70.733
2015	71.512
2016	72.300
2017	73.094
2018	73.901

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.13. Identificación de la Oferta

3.13.1. Oferta Actual

Para establecer la oferta actual se tomó como referencia los productos sustitutos de la competencia en relación a los snacks con cubierta de chocolates que brindan en el mercado local.

Cuadro N° 21: Oferta mensual de la Subdistribuidora de la Universal

Producto Sustitutos	Paquetes	Unidades	Total	Total en gramos
Chocoalmendras 180gr	275	4	1.100	198.000
Chocopasas 200gr	300	4	1.200	240.000
Total				438.000

Fuente: Subdistribuidora de la Universal

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 22: Oferta mensual de DISCOMCI

Producto Sustitutos	Paquetes	Unidades	Total	Total en gramos
Chocoalmendras 180gr	200	4	800,00	144.000
Chocopasas 200gr	200	4	800,00	160.000
Total				304.000

Fuente: DISCOMCI

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 23: Oferta mensual del TÍA

Producto Sustitutos	Paquetes	Unidades	Total	Total en gramos
Chocoalmendras 180gr	175	4	700,00	126.000
Chocopasas 200gr	300	4	1.200,00	240.000
Total				366.000

Fuente: TÍA

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 24: Oferta mensual DIPRONORT

Producto Sustitutos	Paquetes	Unidades	Total	Total en gramos
Chocoalmendras 180gr	2.800	4	11.200,00	2.016.000
Chocopasas 200gr	750	5	3.750,00	750.000
Total				2.766.000

Fuente: DIPRONORT

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 25: Oferta Actual

Producto Sustitutos	Oferta Mensual en gramos	Oferta Anual en gramos
Subdistribuidora la Universal	438.000	5.256.000
DISCOMCI	304.000	3.648.000
TÍA	438.000	5.256.000
DIPRONORT	2.766.000	33.192.000
Total	3.946.000	47.352.000

Fuente: Distribuidoras de productos de confitería

Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.13.2. Proyección de la Oferta

Para obtener la proyección de la oferta se utilizará el método de crecimiento exponencial a través de la tasa del PIB del período 2012, la misma que es de 5.01%. La oferta se proyectará para los períodos 2014 – 2018 tiempo que se encuentra relacionado con la vida útil del proyecto.

Cuadro N° 26: Proyección de la Oferta Anual

Año	Oferta en Kg
2014	49.724
2015	52.216
2016	54.832
2017	57.579
2018	60.463

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.14. Demanda insatisfecha

Para determinar la oportunidad de mercado se efectuó la diferencia entre la oferta y la demanda, una vez establecida la demanda insatisfecha se determinó que el presente proyecto estará en capacidad de tomar el 55% de la demanda insatisfecha del año 2014.

Cuadro N° 27: Balanza Oferta – Demanda

Año	Oferta en Kg	Demanda en Kg	Demanda Insatisfecha	Capacidad del proyecto en Kg
2014	49.724	70.733	- 21.008	11.555
2015	52.216	71.512	- 19.297	
2016	54.832	72.300	- 17.468	
2017	57.579	73.094	- 15.516	
2018	60.463	73.901	- 13.438	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.15. Análisis del Precio de la Competencia

Es importante que la pequeña empresa analice los precios de la competencia en relación a los productos sustitutos.

3.15.1. Precio de Venta

Los precios de ventas de los productos sustitutos se los detallará en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 28: Precio de Venta al Público

Producto Sustitutos	Precio de Venta al Público
Chocoalmendras 180 gramos	3,65
Chocopasas 200 gramos	2,15

Fuente: Precios de la competencia

Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.15.2. Proyección del Precio

Para determinar los precios de la competencia se realizó las proyecciones en base a la tasa de inflación del año 2012, siendo en este caso una tasa de 4,16%. El precio se proyectara para los períodos 2014 – 2018.

Cuadro N° 29: Proyección del Precio (Competencia)

Producto Sustitutos	2014	2015	2016	2017	2018
Chocoalmendras 180gr	3,80	3,96	4,12	4,30	4,48
Chocopasas 200gr	3,28	3,42	3,56	3,71	3,86

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.16. Plan de Comercialización

La finalidad del plan de comercialización es colocar el producto a disposición de los posibles clientes potenciales en el lugar adecuado y en el momento oportuno, de esta manera dichos clientes se sentirán conformes en la adquisición del nuevo producto.

3.16.1. Estrategia del Producto

El producto poseerá semillas o pepas enteras de calabaza tostadas con un ligero toque de chocolate, es decir de esta forma se

elaborará un producto saludable y delicioso, en donde se cumplirá las expectativas de los posibles consumidores potenciales.

- El trato de la materia prima será muy estricto y perfectamente clasificado para garantizar la calidad del producto.
- El producto será presentado en funditas llamativas de 40 gramos y 60 gramos, se colocará la etiqueta con su respectivo nombre, logotipo, dirección y teléfonos de la pequeña empresa.
- La elaboración del producto será con la adquisición de la materia prima de la localidad.

3.16.2. Estrategia de Precio

El precio tendrá relación con los de la competencia en referencia a los snacks de chocolates, debido a que el precio debe ser accesible y de fácil acceso para los posibles consumidores potenciales.

- El precio será establecido de acuerdo a los costos y gastos incurridos en el proceso productivo, el mismo que se le agregará un porcentaje de utilidad, siendo en este caso el 19% lo que dará como resultado un precio final.
- Ofrecer a los consumidores el mismo precio del producto sin importar el lugar de entrega.

3.16.3. Estrategia de Publicidad

A través de la publicidad se pretende lograr que los potenciales compradores del producto "CHOCO-PIPS" respondan favorablemente a la oferta del mismo, con la finalidad que la campaña publicitaria sea efectiva, de esta manera se trabajará en:

- Comunicar la aparición del nuevo producto.
- Crear una imagen de la empresa.
- Dar a conocer y apoyar las promociones de ventas.
- Persuadir al consumidor a que compre el nuevo producto.
- Describir los beneficios de dicho producto.
- Se proveerá de una página web en las redes sociales para mayor publicidad e información acerca del producto.
- Se dará a conocer el nuevo producto a través de la radio canela.
- Se diseñaran volantes del producto los mismos que será entregados en las calles de la localidad.

Figura N° 5: Volante



Elaborado por: Enríquez Yolanda

3.16.4. Estrategia de Promoción

Para que el producto tenga un mejor posicionamiento en el mercado se va a realizar una campaña de promoción destinada a los intermediarios.

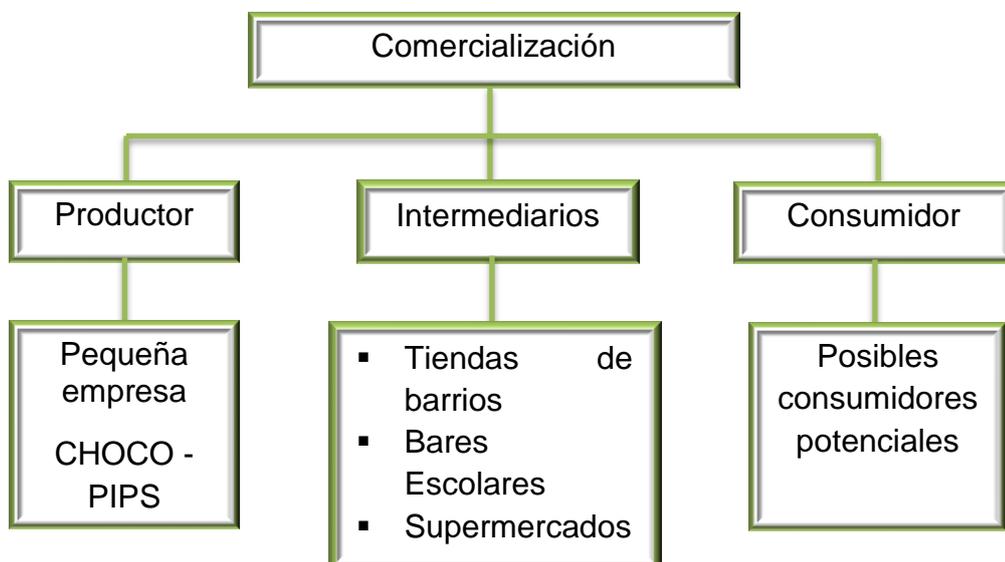
- Una estrategia que se utilizará para atraer a los intermediarios es establecer descuentos en fechas especiales.

3.16.5. Estrategias de Distribución y Plaza

El sistema de comercialización que se va a utilizar es con intermediarios y consumidor final, de manera que permitirá tener un precio final más bajo y accesible para los clientes, debido a que su segmento de mercado está integrado por los estudiantes de nivel secundario de la ciudad de Ibarra.

- Se realizará convenios con los intermediarios como son los bares escolares, tiendas de barrio, supermercados los mismos que se encuentren dentro de la ciudad con la finalidad de que el producto que se comercialice llegue en las mejores condiciones hacia el consumidor final.
- Se efectuará una exposición del producto en las diferentes ferias gastronómicas que se realizan dentro del cantón Ibarra.

Cuadro N° 30: Sistema de Comercialización



Elaborado por: Enríquez Yolanda

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

4.1. Presentación

En esta fase del proyecto se determinará la localización, tamaño, ingeniería del estudio y la respectiva inversión que requiere la unidad productiva para el funcionamiento y operatividad del proyecto, además la presente investigación corresponde a el análisis de ciertos elementos técnicos que deben determinarse en forma idónea para que el proyecto a implantarse tenga éxito, por lo cual se debe trabajar con información veraz y confiable para obtener resultados razonables y satisfactorios.

El estudio técnico aporta información valiosa tanto cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener la nueva unidad productiva. La información que se obtenga del presente capítulo es relevante e importante dentro de la evaluación financiera, debido a que es la base para determinar si es factible el proyecto.

4.2. Objetivo

4.2.1. General

Realizar el Estudio Técnico para determinar el tamaño, localización, ingeniería y el presupuesto de inversión que requiere el proyecto para un funcionamiento efectivo.

4.2.2. Específicos

- Determinar el Tamaño del proyecto, tomando en cuentas los factores que intervienen en el mismo.

- Analizar la Localización óptima del proyecto para la producción y comercialización del producto.
- Diseñar la Ingeniería del proyecto, mediante coeficientes técnicos.
- Establecer el Presupuesto de inversiones que se requiere para el funcionamiento de la unidad productiva.
- Analizar el requerimiento del Talento Humano que necesita la empresa para desarrollar las actividades pertinentes.

4.3. Tamaño del Proyecto

Para determinar el tamaño de la nueva unidad productiva se analizó la capacidad instalada, además de identificó los factores relevantes e importantes dentro del desarrollo de este estudio.

4.3.1. Factores que afectan la determinación del tamaño

A continuación se detallará los factores que permiten visualizar de mejor forma que tan factible puede ser el proyecto.

4.3.1.1. Mercado

De acuerdo al Estudio de Mercado se determinó que existe un camino viable para la creación de esta nueva unidad productiva, no obstante el mercado es altamente atractivo ya que de acuerdo a la información obtenida en el estudio de mercado se determinó que el 64% de la población de los centros educativos secundarios de la ciudad de Ibarra están dispuestas a adquirir el producto.

4.3.1.2. Capacidad Instalada del Proyecto.

Se determina que el proyecto tendrá una capacidad instalada del 55% del total de la demanda insatisfecha en relación al año 2014. Es importante recalcar que lo máximo a producir la nueva unidad productiva será de 11.555 kilogramos, donde en 75% son fundas de 40 gramos, es decir (8.666 Kg) y en fundas de producto terminado 216.650 y el 25% para fundas de 60 gramos, lo cual es (2.889 Kg) y en fundas de producto terminado son 48.150.

4.3.1.3. Cobertura de la Demanda Insatisfecha

La pequeña empresa tendrá una producción de forma artesanal la misma que será de manera eficiente y eficaz, además su capacidad de producción pretende cubrir un programa de ventas del 60% en el primer año, el 70% en el segundo año, el 80% en el tercer año, el 90% en el cuarto años y el 100% en el quinto año, esto se lo efectuará para evitar contratiempos en la producción.

Cuadro N° 31: Capacidad Utilizada

Año	Capacidad Instalada	% de Capacidad Utilizada	Producción en Kg
2014	11.555	0,60	6.933
2015	11.555	0,70	8.088
2016	11.555	0,80	9.244
2017	11.555	0,90	10.399
2018	11.555	1,00	11.555

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.3.1.4. Disponibilidad de la Materia Prima.

La calidad del producto depende en mayor parte de las pepas o semillas de la calabaza, las mismas que serán seleccionadas tomando en cuenta la mejor calidad. Los principales proveedores de la prima se encuentran ubicados en las zonas rurales marginales de la ciudad de Ibarra tales como Ilumán, San Roque, entre otros, siendo una ventaja para la pequeña empresa debido a que el transporte de la materia prima es una distancia no significativa, además facilita el sistema de aprovisionamiento.

4.3.1.5. Disponibilidad de Capital.

Los recursos financieros para la puesta en marcha del proyecto se encuentran en parámetros razonables, puesto que la inversión total se cubrirá con recursos propios y un préstamo en la Corporación Financiera Nacional.

4.3.1.6. Disponibilidad de Mano de Obra.

En relación al talento humano se establece que para el desarrollo efectivo y eficaz de la nueva unidad productiva se requiere de personal que posea conocimientos sobre productos en forma de snack.

4.3.1.7. Disponibilidad de Producción

La pequeña empresa tendrá condiciones óptimas para la producción, es decir no tendrá restricciones de tipo técnico y humano para aprovechar la capacidad instalada; sin embargo por cuestiones de experiencia y aprovisionamiento de la materia prima, el primer año se trabajará al 60% de su capacidad; pero según las necesidades del mercado se ira aumentando la producción.

4.3.1.8. Tecnología

La producción será fabricada en casi en su totalidad en forma artesanal, por lo que no se requiere de alta tecnología; de tal manera que conserve su sabor y consistencia, en el futuro se incrementarán los equipos dependiendo de cómo se vaya ampliando la demanda del producto.

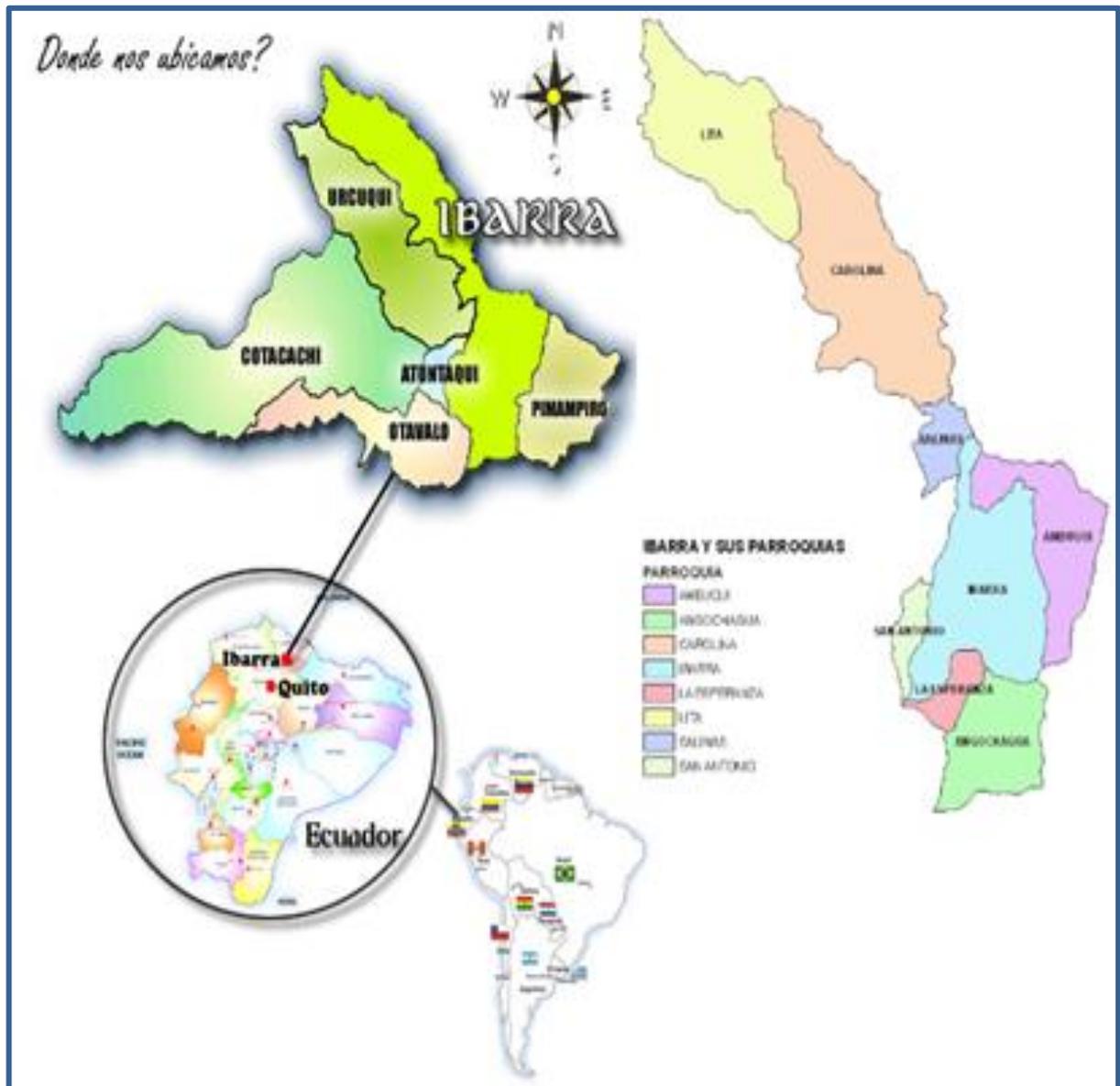
4.4. Localización del Proyecto

Se tomaron en cuenta dos aspectos fundamentales tales como la macrolocalización y microlocalización.

4.4.1. Macrolocalización del Proyecto

El proyecto se ubicará en Ecuador; provincia de Imbabura, cantón Ibarra, ciudad de Ibarra. A continuación se presente el mapa de Ecuador señalando la provincia de Imbabura, el mapa de la provincia representado al cantón Ibarra.

Figura N° 6: América, Ecuador, Imbabura y ciudad Ibarra



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra

Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.4.2. Microlocalización del Proyecto

La pequeña empresa se ubicara específicamente en la ciudad de Ibarra, parroquia San Francisco, en el sector el Olivo, tras la Hostería del Prado, Calle Lic. Nelson Dávila 3 -107.

4.4.2.1. Factores Microlocalización

Cuadro N° 32: Factores Microlocalización

Factores	
a) Factores Geográficos	<ul style="list-style-type: none">▪ Clima▪ Orografía de suelo
b) Factores Comerciales	<ul style="list-style-type: none">▪ Vías de acceso▪ Disponibilidad física▪ Seguridad▪ Servicios Básicos
c) Factores Legales	<ul style="list-style-type: none">▪ Ordenanzas Municipales▪ Permiso Sanitario▪ Permiso de Bomberos

Elaborado por: Enríquez Yolanda

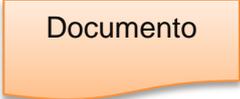
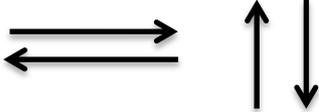
Es importante mencionar que la microlocalización de la pequeña empresa productora y comercializadora de pepas de calabaza con chocolate será ubicada estratégicamente en propiedad privada, por lo cual es la alternativa más conveniente para la puesta en marcha del presente proyecto.

4.5.1. Procesos

4.5.1.1. Flujograma de Procesos

Los siguientes flujogramas permiten visualizar de manera gráfica los procesos.

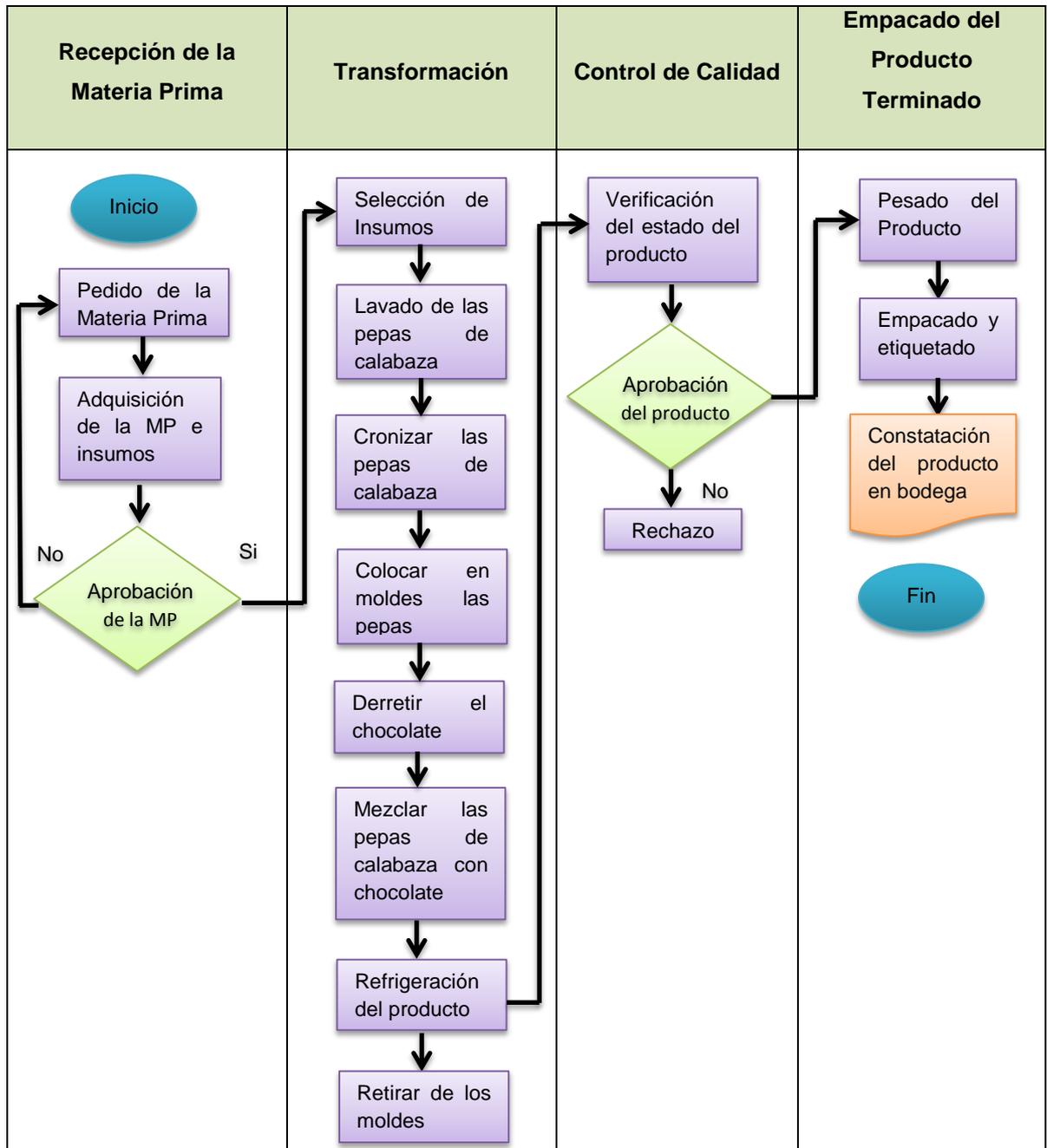
Cuadro N° 33: Simbologías

Simbología	Detalle
	Inicio o Fin del Programa
	Pasos, procesos o líneas de instrucción de programa.
	Operaciones de entrada y salida
	Toma de decisiones y ramificación
	Representa cualquier tipo de documento que entra
	Representa un archivo común y corriente de oficina
	Conector para unir el flujo a otra parte del diagrama
	Líneas de flujo
	Muestra la continuación de un organigrama de proceso en otra página

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Enríquez Yolanda

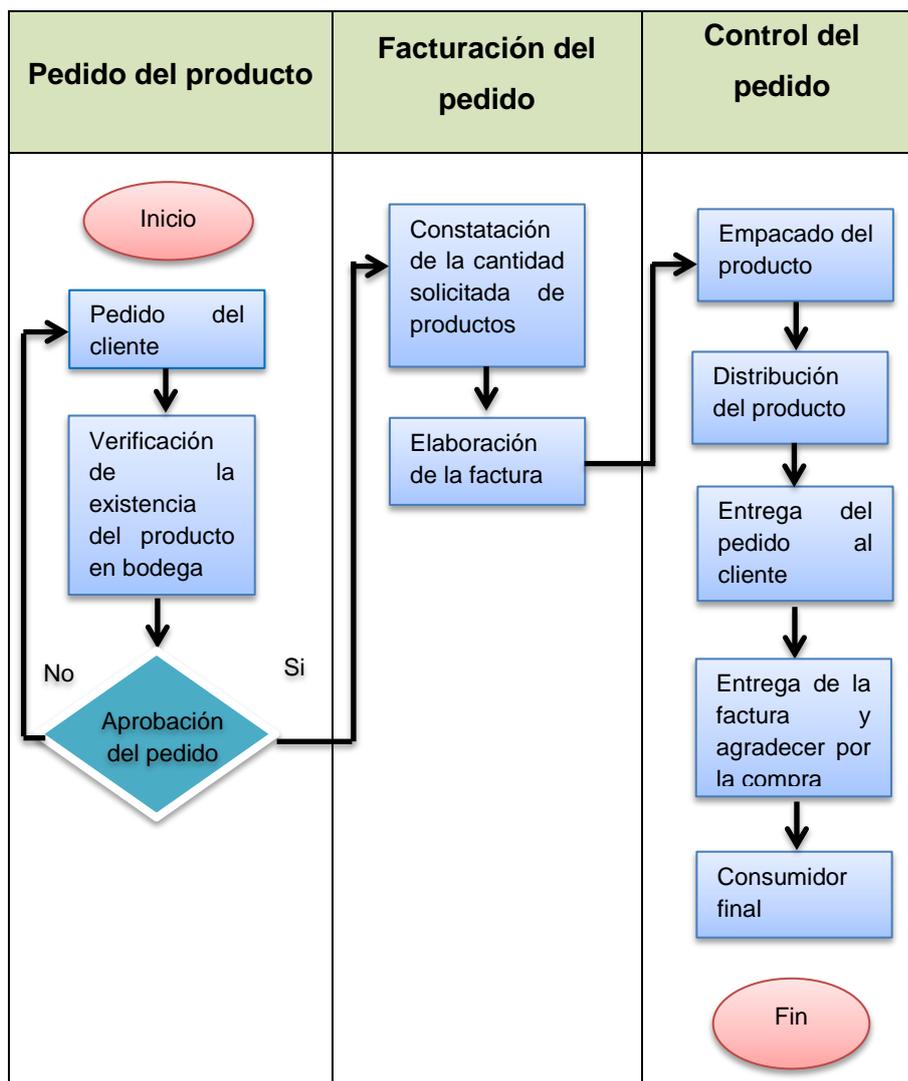
4.5.1.2. Proceso Productivo

Cuadro N° 34: Flujoograma del Área de Producción



Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 35: Flujoograma del Área de Comercialización



Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.5.1.3. Proceso de Elaboración del Producto “CHOCO-PIPS”

a. Selección de insumos

Es el primer proceso que consiste en escoger la materia prima de calidad para la elaboración del producto, con la finalidad de cumplir las expectativas de los consumidores, por un estimado de 15 minutos.

b. Lavado de las pepas de calabaza

Una vez seleccionado la materia en relación a las pepas de calabaza se las lava con el objetivo de eliminar cualquier tipo de maleza que se encuentre en la materia prima, con una estimación de 20 minutos

c. Cronizar las pepas de calabaza

Dichas pepas de la calabaza se las debe cronizar a 75 grados centígrados, con la finalidad que se semi – doren, con una estimación de 1 hora.

d. Colocar en los moldes las pepas de calabaza

Una vez doradas las pepas de calabaza se procede a colocarse en moldes de plásticos, los mismos que contienen 100 orificios, con una estimación de 1 horas.

e. Derretir el chocolate

El chocolate a utilizar en la producción es el COBER CHOC, el mismo que se encuentra de forma sólida por lo cual se lo disuelve a 20 segundos en el microondas hasta conseguir una crema fluida, con una estimación de 1 hora.

f. Mezclar las pepas de calabaza con chocolate

Una vez cromizado las pepas de calabaza y disuelto el chocolate se agrega los dos ingredientes, con la finalidad que el producto se mantenga en mejores condiciones, con una estimación de 1 horas.

g. Refrigerar el producto

Cuando el producto está agregado con los ingredientes se procede a refrigerar por un estimado de 1 hora.

h. Retirar de los moldes

Cuando el producto este conciso de lo retira de los respectivos moldes.

i. Pesado, Empacado y etiquetado del producto

Cuando el producto este transformado se procede al pesado del producto el mimo que contiene dos presentaciones una 40 gramos y de 60 gramos, su empaque es de fundas polipropileno bio que garantiza el buen estado del producto, además se sella las fundas con una selladora de plástico y se colocará la etiqueta en la parte superior de la funda.

j. Constatación del producto en bodega

Finalmente se realizará una constatación de los productos terminados en bodega.

4.5.2. Obras Civiles

4.5.2.1. Diseños de las Instalaciones

La pequeña empresa se instalará de acuerdo a los procesos de producción que se requiera para la elaboración del producto.

4.5.2.1.1. Distribución de la Planta

Es la ordenación física de los elementos industriales de las áreas de trabajo, en donde se debe brindar seguridad y confort a los empleados. A continuación se detallará la distribución de las siguientes áreas.

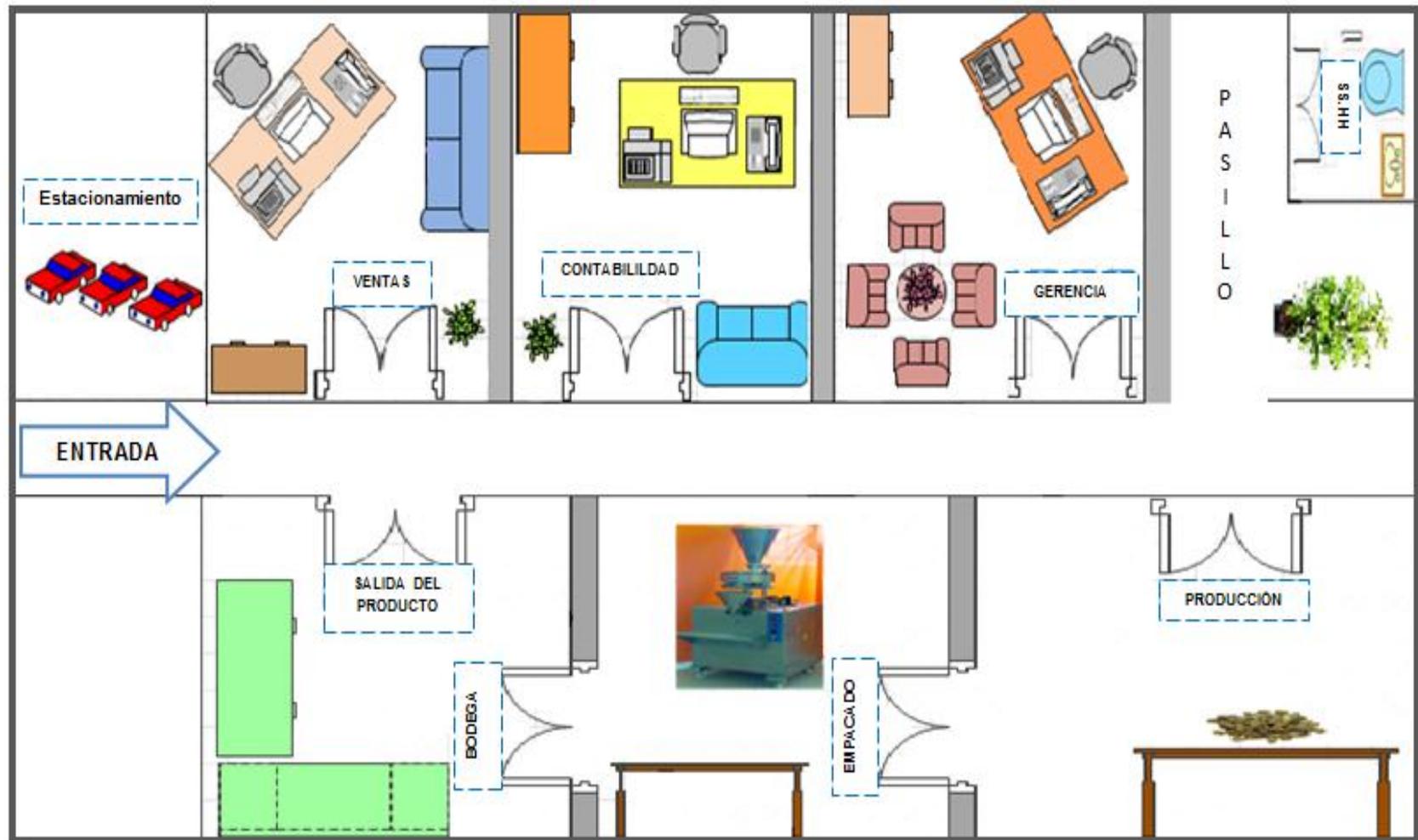
Cuadro N° 36: Distribución de la Planta

Áreas	Extensión m ²
Área Administrativa	
Gerencia	9 m ²
Contabilidad	9 m ²
Ventas	9 m ²
Área de Producción	
Producción	50 m ²
Bodega	30m ²
Área de embalaje o empaçado	15m ²
Área de Servicio	
Baño	2 m ²
Estacionamiento	30 m ²
Corredores	3 m ²
Total	157 m²

Fuente: Asesoramiento de un Ingeniero Civil

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Figura N° 8: Distribución Física de la Planta por Áreas



Fuente: Ingeniero Civil
Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.6. Presupuesto de la Inversión

4.6.1. Propiedad Planta y Equipo

En este rubro se contempla el terreno, infraestructura física, maquinaria y equipo, muebles y enseres, menaje, equipo de cómputo y vehículo.

4.6.1.1. Terreno

La pequeña empresa cuenta con un terreno de cuenta propia, el mismo que tiene un costo comercial de 17.500 dólares, con una extensión de 190 metros cuadrados, el valor del metro cuadrado en la zona es de 92,10 dólares.

4.6.1.2. Infraestructura Física

Para el proyecto se cuenta con una a área de 157 metros cuadrados, la misma que tiene un costo comercial de 19.625 dólares, el valor del metro cuadrado en la zona es de 125 dólares.

4.6.1.3. Maquinaria e Equipo

Para llevar a cabo la ejecución del proyecto se requiere de la siguiente maquinaria e equipo.

Cuadro N° 37: Maquinaria e Equipo

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Maquina envasadora	1	3.800,00	3.800,00
Congelador 14´ Vert Gen Electric	2	1.248,99	2.497,98
Microondas 2.2´ 1200W AC Panasonic	2	175,00	350,00
Horno convector eléctrico	2	140,00	280,00
Total			6.927,98

Fuente: Comercial KYWI S.A – Supermaxi Ibarra – Mercado Libre

Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.6.1.4. Menaje

Para la puesta en marcha del proyecto y su operatividad de la pequeña empresa se adquirirá menaje acorde a las necesidades de la producción. A continuación se detallará los instrumentos necesarios.

Cuadro N° 38: Menaje

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mesas en acero inoxidable	2	230	460
Balanza Digital P/ Cocina 5Kg / 11LBS	2	15,44	30,88
Selladora de Plástico 100mm	2	17,23	34,46
Multicontainer 1	3	5,76	17,28
Molde P/Hornear R 2LT oval Corning	10	4,27	42,70
Vertedor caramelo Wilton	2	6,10	12,20
Batidor Manua L12" Ac Hong Feng	2	1,86	3,72
Cuchara Mango inox Feng	2	4,27	8,54
Molde P/Chocol Ate Insustry	10	5,78	57,80
Total			667,58

Fuente: Todo Hogar la Plaza – Supermaxi Ibarra

Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.6.1.5. Muebles y Enseres

Para iniciar el funcionamiento de la pequeña empresa se necesita de muebles y enseres básicos para la gestión del proyecto, los cuales serán ubicados en las áreas correspondientes para su adecuada utilización.

Cuadro N° 39: Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorios	3	70	210,00
Mostrador	3	120	360,00
Archivadores de madera	4	50	200,00
Dispensador de agua	2	25	50,00
Sillas ejecutivas	3	80	240,00
Sillas para clientes	2	10	20,00
Total			1.080,00

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.6.1.6. Equipo de Computación

Es indispensable para el funcionamiento de la pequeña empresa adquirir el equipo de computación, los mismos que serán básicos para el desarrollo de las actividades.

Cuadro N° 40: Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora Comg850	3	442,21	1326,63
Impresora Canon Pixma MP230	3	58,93	176,79
Total			1503,42

Fuente: SAZ COMPUTERS - Supermaxi Ibarra

Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.6.1.7. Vehículo

Se adquirirá un vehículo de segunda, modelo Chevrolet 2006, para el transporte de la materia prima y la entrega oportuna de los pedidos que soliciten los clientes.

Cuadro N° 41: Vehículo

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Vehículo Camioneta Chevrolet	1	11.500,00	11.500,00
Total			11.500,00

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.6.2. Resumen de la Propiedad Planta y Equipo

En el siguiente cuadro se detalla la inversión fija que tendrá la pequeña empresa.

Cuadro N° 42: Resumen de Propiedad Planta y Equipo

Descripción	Valor
Terreno	17.500
Infraestructura Física	19.625
Maquinaria y Equipo	6.927,98
Menaje	667,58
Muebles y Enseres	1.080,00
Equipo de Cómputo	1503,42
Vehículo	11.500,00
Total	58.803,98

Fuente: Rubro Propiedad Planta y Equipo

Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.6.3. Capital de Trabajo

Se tomará en cuenta el capital de trabajo para dos meses una vez una vez puesta en marcha la pequeña empresa, el costo de capital de trabajo se detalla en los siguientes rubros.

Cuadro N° 43: Capital de Trabajo

Descripción	Valor Total
Costos de producción	71.523,85
Gastos Administrativos	18.081,41
Gastos de Ventas	7.442,74
Total	<u>97.047,99</u>
Capital de Trabajo en 12 mese	8.087,33
Capital de Trabajo para 2 meses	16.174,66

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.6.4. Inversión Total del Proyecto

Se establece todas las inversiones que son relevantes e importantes para que inicie la actividad económica del proyecto, a continuación se detalla el cuadro resumen de las inversiones mismas que sirven para determinar el valor de financiamiento que requiere la nueva unidad productiva.

Cuadro N° 44: Inversiones

Inversión	Valor	%
Propiedad Planta y Equipo	58.803,98	78%
Capital de Trabajo	16.174,66	22%
Total	74.978,64	100%

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.6.5. Financiamiento del Proyecto

La inversión total del proyecto asciende a un monto de 74.978,64 lo cual el 71% será cubierto con fondos propios y el 29% se lo financiará con un crédito en la Corporación Financiera Nacional.

Cuadro N° 45: Financiamiento del Proyecto

Rubro	Valor	Ponderación
Cuenta propia	52.978,64	0,71
Crédito en la CFN	22.000,00	0,29
Total	74.978,64	100%

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Enríquez Yolanda

4.6.6. Requerimiento del Talento Humano

La pequeña empresa requiere indispensablemente del siguiente personal. A continuación se detallará el talento humano que laborara en la pequeña empresa por áreas.

Cuadro N° 46: Requerimiento del Talento Humano

Área Administrativa			
N° de Operarios	Descripción	Tiempo en Horas	Salario
1	Gerente	8	352,00
1	Contador	8	349,00
1	Chofer	8	346,00
Área de Producción			
1	Jefe de producción	8	349,00
2	Operarios	8	346,00
1	Empacador	8	346,00
1	Empleada de Limpieza	8	346,00
Área de Ventas			
1	Vendedor	8	346,00
9			

Elaborado por: Enríquez Yolanda

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

El presente estudio tiene como finalidad analizar e interpretar los ingresos, egresos, costos y gastos consolidados en los estados financieros, los mismos que serán evaluados a través de criterios para lo cual se aplicará herramientas financieras tales como: Valor Presente Neto, Tasa Interno de Retorno, Costo Beneficio, Período de Recuperación y Punto de Equilibrio, dichos índices permitirán respaldar y sustentar la decisión de inversión.

5.1. Determinación de Ingresos Proyectados

Cuadro N° 47: Ingresos Proyectados

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
<u>Fundas de 40 gr</u>					
Cantidad	129.994	151.669	173.325	195.000	216.656
Precio	0,70	0,70	0,69	0,70	0,70
Valor	90.995,80	106.168,30	119.594,25	136.500,00	151.659,20
<u>Fundas de 60 gr</u>					
Cantidad	28.888	33.704	38.517	43.333	48.146
Precio	1,06	1,06	1,05	1,05	1,05
Valor	30.595,28	35.695,91	40.335,00	45.378,32	50.418,49
Total	121.591,08	141.864,21	159.929,25	181.878,32	202.077,69

Fuente: Estudio de Mercado y Estudio Técnico

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Para la proyección del precio se consideró el costo total unitario de las dos presentaciones más un porcentaje de utilidad siendo en este caso el 19%.

5.2. Determinación de Egresos

A continuación se presentan las estimaciones de los costos de producción tales como materia prima directa, materiales indirectos, mano de obra y los costos indirectos de fabricación, además se contempla los gastos administrativos, ventas, financieros y las depreciaciones.

Es importante recalcar que las proyecciones de los precios se realizaron con la tasa de inflación del año 2012, siendo este caso el 4,16%.

5.2.1. Costo de Producción

5.2.1.1. Materia Prima Directa

El producto terminado tienen dos presentaciones, una de 40 gramos, lo cual contiene (20gr de pepas de calabaza y 20gr de chocolate) y el otro producto tiene una presentación de 60 gramos lo cual contiene (30gr de pepas de calabaza y 30gr de chocolate), es decir que del total de producción en kilogramos de cada año se tomará el 50% para pepas de calabaza en kg y el otro 50% es chocolate COBER CHOC en Kg.

Cabe recalcar que en el primer año la producción es de 6.933.kilogramos.

- Pepas de calabaza (3.467 Kg)
- Chocolate COBER CHOC (3.467 Kg)

Cuadro N° 48: Materia Prima Directa

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
<u>Pepas de Calabaza</u>					
Cantidad en Kg	3.467	4.045	4.622	5.200	5.778
Precio	7,10	7,40	7,71	8,03	8,36
Valor	24.612,15	29.929,30	35.635,62	41.756,00	48.299,90
<u>Chocolate</u>					
Cantidad en Kg	3.467	4.045	4.622	5.200	5.778
Precio	4,81	5,01	5,22	5,44	5,66
Valor	16.673,87	20.262,95	24.126,84	28.288,00	32.700,65
Total	41.286,02	50.192,25	59.762,46	70.044,00	81.000,55

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.1.2. Mano de Obra Directa

Para estimar la mano de obra a futuro, se consideró los salarios básicos unificados de 5 años atrás, y con dichos salarios se aplicó la fórmula del monto, siendo así una tasa de 9,9%.

Cuadro N° 49: Proyección de los Salarios Básicos Unificados

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Jefe de Producción	349,48	384,08	422,10	463,89	509,82
2 Operarios	346,19	380,46	418,12	459,52	505,01
Empacador	346,19	380,46	418,12	459,52	505,01
Empleada de Limpieza	346,19	380,46	418,12	459,52	505,01
Total mensual	1.734,22	1.905,91	2.094,60	2.301,96	2.529,85
Total Salario Básico Unificado	20.810,66	22.870,92	25.135,14	27.623,52	30.358,25

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 50: Proyección de los Sueldos de la Mano de Obra

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo Básico Unificado	20.810,66	22.870,92	25.135,14	27.623,52	30.358,25
Aporte Patronal	2.528,50	2.778,82	3.053,92	3.356,26	3.688,53
Fondo de Reserva		1.905,91	2.094,60	2.301,96	2.529,85
Décimo Tercer Sueldo	1.734,22	1.905,91	2.094,60	2.301,96	2.529,85
Décimo Cuarto Sueldo	1.747,41	1.920,40	2.110,52	2.319,47	2.549,09
Total	26.820,79	31.381,96	34.488,77	37.903,16	41.655,58

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

5.2.1.3.1. Materiales Indirectos

Cuadro N° 51: Materiales Indirectos

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Fundas Plásticas					
Cantidad	158.882	185.373	211.842	238.333	264.802
Precio	0,010	0,011	0,011	0,012	0,012
Valor	1.588,82	2.039,10	2.330,26	2.860,00	3.177,62
Etiquetas					
Cantidad	158.882	185.373	211.842	238.333	264.802
Precio	0,010	0,011	0,011	0,012	0,012
Valor	1.588,82	2.039,10	2.330,26	2.860,00	3.177,62
Total	3.177,64	4.078,21	4.660,52	5.719,99	6.355,25

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.1.3.2. Otros Costos Indirectos de Fabricación

Cuadro N° 52: Costos Indirectos de Fabricación

Rubro	2014	2015	2016	2017	2018
<u>Agua</u>					
Cantidad metros Cúbicos	420	490	560	630	700
Precio	0,33	0,34	0,36	0,37	0,39
Valor	138,60	166,61	201,60	233,11	273,02
<u>Energía Eléctrica</u>					
Cantidad KWH	1008	1176	1344	1512	1680
Precio	0,10	0,10	0,11	0,11	0,12
Valor	100,80	117,61	147,84	166,33	201,61
Total	239,40	284,22	349,44	399,44	474,60

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 53: Resumen del Costo de Producción

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Materia Prima	41.286,02	50.192,25	59.762,46	70.044,00	81.000,55
Mano de Obra	26.820,79	31.381,96	34.488,77	37.903,16	41.655,58
CIF	3.417,04	4.362,42	5.009,96	6.119,43	6.829,85
Total	71.523,85	85.936,63	99.261,20	114.066,59	129.485,97

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.2. Gastos Administrativo

5.2.2.1. Sueldos del Personal Administrativo

Cuadro N° 54: Proyección de los Salarios Básicos Unificados

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Gerente	351,68	386,50	424,76	466,81	513,02
Contador	349,48	384,08	422,10	463,89	509,82
Chofer	346,19	380,46	418,12	459,52	505,01
Total mensual	1.047,35	1.151,03	1.264,99	1.390,22	1.527,85
Total del Salario Básico Unificado	12.568,16	13.812,41	15.179,84	16.682,65	18.334,23

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 55: Proyección de los Sueldos Administrativos

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo Básico Unificado	12.568,16	13.812,41	15.179,84	16.682,65	18.334,23
Aporte Patronal	1.527,03	1.678,21	1.844,35	2.026,94	2.227,61
Fondo de Reserva		1.151,03	1.264,99	1.390,22	1.527,85
Décimo Tercer Sueldo	1.047,35	1.151,03	1.264,99	1.390,22	1.527,85
Décimo Cuarto Sueldo	1.048,45	1.152,24	1.266,31	1.391,68	1.529,46
Total	16.190,99	18.944,93	20.820,48	22.881,71	25.147,00

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.2.2. Suministro de Oficina – Gasto Administrativo

Cuadro N° 56: Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Calculadora	3	15	30
Teléfonos	1	40	40
Grapadoras	3	3	9
Perforadoras	3	3	9
Facturas	5	10	50
Notas de venta	5	8	40
Sellos	2	15	30
Remas de papel bond A4	3	4	12
Esferos	10	0,25	2,5
Lápiz	10	0,25	2,5
Cuadro universitario	5	1,25	6,25
Carpetas	5	0,75	3,75
Borrador	5	0,3	1,5
Corrector	3	1,25	3,75
Total			255,25

Fuente: Papelería Popular - Ibarra
Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.2.3. Gastos Preoperativos

Dichos gasto es necesarias para la constitución de la pequeña empresa.

Cuadro N° 57: Gastos de Constitución

Concepto	Valor USD
Registro Único del Contribuyente	1,00
Gastos de Constitución	250,00
Permiso de Funcionamiento	25,00
Permiso de Salud	40,00
Registro Sanitario	400,00
Patente Municipal	5,00
Permisos de Bomberos	10,00
Estudio de Factibilidad	650,00
Total	1.381,00

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.2.4. Gastos Generales de Administración**Cuadro N° 58: Gastos Generales de Administración**

Rubro	2014	2015	2016	2017	2018
<u>Agua</u>					
Valor	29,70	35,70	43,20	49,95	58,50
<u>Energía Eléctrica</u>					
Valor	21,60	25,20	31,68	35,64	43,20
<u>Teléfono e internet</u>					
Valor	192,54	202,11	210,85	219,97	229,48
Total	243,54	263,02	285,73	305,56	331,18

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 59: Resumen Gastos Administrativos

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Remuneraciones	16.190,99	18.944,93	20.820,48	22.881,71	25.147,00
Suministros de Oficina	265,86	276,92	288,45	300,45	312,95
Gasto de Constitución	1.381,00				
Gastos de Administración	243,54	263,02	285,73	305,56	331,18
Total	18.081,40	19.484,88	21.394,66	23.487,72	25.791,13

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.3. Gastos de Ventas**5.2.3.1. Sueldo al personal de Ventas****Cuadro N° 60: Proyección de los Salarios Básicos Unificados**

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Vendedor	349,48	384,08	422,10	463,89	509,82

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 61: Proyección de los Sueldo de Venta

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo Básico Unificado	4.154,22	4.565,49	5.017,47	5.514,20	6.060,11
Aporte Patronal	504,74	554,71	609,62	669,98	736,30
Fondo de Reserva		380,46	418,12	459,52	505,01
Décimo Tercer Sueldo	346,19	380,46	418,12	459,52	505,01
Décimo Cuarto Sueldo	349,48	384,08	422,10	463,89	509,82
Total	5.354,62	6.265,19	6.885,44	7.567,10	8.316,25

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.3.2. Gastos Publicidad

Cuadro N° 62: Publicidad

Rubro /año	2014	2015	2016	2017	2018
Publicidad	797,33	1.255,79	1.318,58	1.384,51	1.453,74
Volantes	140,00	160,41	183,79	191,43	199,40
Total	937,33	1.416,20	1.502,37	1.575,94	1.653,13

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.3.3. Combustible y Neumáticos

Cuadro N° 63: Combustible y Neumáticos

Rubro /año	2014	2015	2016	2017	2018
Combustible y Neumáticos	934,25	1.059,37	1.194,81	1.341,32	1.499,67
Total	934,25	1.059,37	1.194,81	1.341,32	1.499,67

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.3.4. Otros Gastos de Ventas

Cuadro N° 64: Otros Gastos de Ventas

Rubro	2014	2015	2016	2017	2018
<u>Agua</u>					
Valor	29,70	35,70	43,20	49,95	58,50
<u>Energía Eléctrica</u>					
Valor	21,60	25,20	31,68	35,64	43,20
<u>Teléfono e internet</u>					
Valor	165,24	172,58	179,84	187,41	195,30
Total	216,54	233,49	254,72	273,01	297,01

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 65: Resumen Gastos de Ventas

Rubro /año	2014	2015	2016	2017	2018
Remuneración	5.354,62	6.265,19	6.885,44	7.567,10	8.316,25
Publicidad	937,33	1.416,20	1.502,37	1.575,94	1.653,13
Combustible y Neumáticos	934,25	1.059,37	1.194,81	1.341,32	1.499,67
Otros gastos de ventas	216,54	233,49	254,72	273,01	297,01
Total	7.442,74	8.974,24	9.837,35	10.757,37	11.766,04

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.4. Amortización del Préstamo

Para el funcionamiento y operatividad del proyecto se obtendrá un crédito de 22.000,00 dólares en la Corporación Financiera Nacional, la misma que apoyo proyectos productivos de pequeñas, medianas y grandes empresas, donde su tasa de interés efectiva es de 10,5% a un plazo de 5 años, además el financiamiento representa el 29% de la inversión total.

Capital	22.000
Tasa de Interés efectiva	10,50%
Años	5
Cuota	\$ 5.877,86

Cuadro N° 66: Tabla de Amortización

Año	Pago Inicial	Interés	Pago al Principal	Saldo Insoluto
5	22.000,00	2.310,00	3.567,86	18.432,14
4	18.432,14	1.935,37	3.942,49	14.489,65
3	14.489,65	1.521,41	4.356,45	10.133,21
2	10.133,21	1.063,99	4.813,87	5.319,33
1	5.319,33	558,53	5.319,33	0,00

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.2.5. Depreciaciones

Cuadro N° 67: Depreciaciones

Rubro / Año	Valor del Activo	Valor Residual	% Depre	Depreciaciones Anuales				
				2014	2015	2016	2017	2018
Edificio	19.625,00	18.643,75	5%	932,19	932,19	932,19	932,19	932,19
Maquinaria	6.927,98	6.235,18	10%	623,52	623,52	623,52	623,52	623,52
Menaje	667,58	600,82	10%	60,08	60,08	60,08	60,08	60,08
Muebles y Enseres	1.080,00	972,00	10%	97,20	97,20	97,20	97,20	97,20
Equipo de Computación	1.503,42	1.002,28	33,33%	334,06	334,06	334,06		
Vehículo	11.500,00	10.350,00	10%	1.035,00	1.035,00	1.035,00	1.035,00	1.035,00
Suma de las Depreciación		37.804,03		3.082,05	3.082,05	3.082,05	2.747,99	2.747,99

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.3. Resumen de Egresos proyectados

Cuadro N° 68: Resumen de los Egresos proyectados

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Costos de Producción	71.523,85	85.936,63	99.261,20	114.066,59	129.485,97
Gastos de Administración	18.081,40	19.484,88	21.394,66	23.487,72	25.791,13
Gastos de Ventas	7.442,74	8.974,24	9.837,35	10.757,37	11.766,04
Gastos Financieros	2.310,00	1.935,37	1.521,41	1.063,99	558,53
Depreciaciones	3.082,05	3.082,05	3.082,05	2.747,99	2.747,99
Total	102.440,03	119.413,17	135.096,67	152.123,66	170.349,66

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.4. Estado de Situación Inicial

Se determina antes de iniciar las operaciones en la nueva unidad productiva, de esta manera se registran el capital de trabajo, propiedad planta y equipo y el financiamiento que tendrá la entidad para comenzar el funcionamiento de las actividades.

Cuadro N° 69: Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
EMPRESA " CHOCO-PIPS"			
Expresado en dólares americanos			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVO</u>	
Capital de trabajo	16.174,66	INVERSIÓN FINANCIADA	
Total Activo Corriente	<u>16.174,66</u>	Deuda a Largo Plazo	22.000,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			
INVERSIÓN NO DEPRECIABLE		Total pasivo	<u>22.000,00</u>
Terreno	17.500,00		
INVERSIONES DEPRECIABLES		PATRIMONIO	
Edificio y Obras Civiles	19.625,00	Inversión Propia	52.978,64
Maquinaria y Equipo	6.927,98		
Menaje	667,58		
Muebles y Enseres	1.080,00	Total Patrimonio	<u>52.978,64</u>
Equipo de Cómputo	1503,42		
Vehículo	11.500,00		
Total Propiedad Planta y Equipo	<u>58.803,98</u>		
TOTAL ACTIVO	<u>74.978,64</u>	TOTAL PA Y PAT	<u>74.978,64</u>

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.5. Estado de Resultados

El Estado de Resultados muestra de forma ordenada y sistemática los ingresos y egresos que tendrá el proyecto en cada año de vida útil; es decir muestra resultados positivos y razonables por lo cual es conveniente implantar el proyecto.

Cuadro N° 70: Estado de Resultados

Rubros / Años	2014	2015	2016	2017	2018
<u>INGRESOS</u>					
Ingreso Operacional.	121.591,08	141.864,21	159.929,25	181.878,32	202.077,69
- Costo de Producción	71.523,85	85.936,63	99.261,20	114.066,59	129.485,97
= Utilidad Bruta	50.067,23	55.927,58	60.668,05	67.811,72	72.591,72
<u>GASTOS OPERATIVOS</u>					
- Gastos Administrativos	18.081,40	19.484,88	21.394,66	23.487,72	25.791,13
- Gastos de Ventas	7.442,74	8.974,24	9.837,35	10.757,37	11.766,04
- Gastos Financieros	2.310,00	1.935,37	1.521,41	1.063,99	558,53
- Gastos de Depreciación	3.082,05	3.082,05	3.082,05	2.747,99	2.747,99
= Utilidad Operacional	19.151,05	22.451,04	24.832,58	29.754,66	31.728,03
- 15% P/T	2.872,66	3.367,66	3.724,89	4.463,20	4.759,20
= Utilidad Antes Impuestos	16.278,39	19.083,38	21.107,70	25.291,46	26.968,82
- 22% Impuestos	3.581,25	4.198,34	4.643,69	5.564,12	5.933,14
Utilidad Neta	12.697,14	14.885,04	16.464,00	19.727,34	21.035,68

Fuente: Resumen del Estudio Técnico y del Estudio Económico-Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.6. Flujo de Caja Proyectado

A través del flujo de caja se muestra las entradas y salidas de efectivo que tiene la nueva unidad productiva, lo cual se deriva del estado de resultados, dicho flujo de caja permite analizar los movimientos de efectivo en un período determinado, no obstante permite evaluar la liquidez o solvencia de la pequeña empresa.

Cuadro N° 71: Flujo de Caja

Rubros / Años	0	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos						
Inversión Inicial	- 74.978,64					
Utilidad Operativa		19.151,05	22.451,04	24.832,58	29.754,66	31.728,03
+ Depreciación		3.082,05	3.082,05	3.082,05	2.747,99	2.747,99
- Reinversión					2.278,67	
- Utilidad de Trabajo		2.872,66	3.367,66	3.724,89	4.463,20	4.759,20
- Impuestos		3.581,25	4.198,34	4.643,69	5.564,12	5.933,14
+ Recuperación de la Inversión						33.514,10
Capital de Trabajo						12.939,73
Flujo de Caja Neto	-74.978,64	15.779,19	17.967,09	19.546,05	20.196,66	70.237,50

Fuente: Resumen del Estudio Técnico y Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.7. Criterios para la Evaluación Financiera del Proyecto

En este proceso permite analizar e interpretar los resultados obtenidos bajo los criterios de evaluación financiera.

5.7.1. Determinación de la Tasa de Redescuento

Cuadro N° 72: Cálculo de la Tasa de Redescuento

Rubro	Valor	Ponderación	Interés %	Tasa de interés total
CUENTA PROPIA	52.978,64	0,71	0,0453	0,032
CRÉDITO	22.000,00	0,29	0,105	0,031
Total	74.978,64	1,00		0,063

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cálculo

$$\begin{aligned} & (1+CK) (1+INFLACIÓN) - 1 \\ & (1+0,063) (1+0,0416) - 1 \\ & = 0,1046 \\ & = \mathbf{10,46\%} \end{aligned}$$

5.7.2. Valor Actual Neto

En base a los flujos de caja se obtiene el valor presente aplicando la tasa de redescuento del 10,46%, este método permite comparar el valor actual de todos los flujos de entrada de efectivo con el valor actual de todos los flujos de salida de efectivo relacionados con el proyecto de inversión.

$$VAN = \sum \text{Flujos actualizados} - \text{Inversión}$$
$$FNA = \frac{FN1}{(1+I)^1} + \frac{FN2}{(1+I)^2} + \frac{FN3}{(1+I)^3} + \dots + \frac{FNn}{(1+I)^n}$$

Cuadro N° 73: VAN

Años	Flujos Netos de Caja	Tasa de Redescuento 10,46%	Flujos Netos Actualizados
0	-74.978,64		
1	15.779,19	1,10460	14.284,98
2	17.967,09	1,22014	14.725,42
3	19.546,05	1,34777	14.502,53
4	20.196,66	1,48874	13.566,23
5	70.237,50	1,64447	42.711,40
Total	143.726,48		99.790,57

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

$$VAN = 99.790,57 - 74.978,64$$

$$VAN = 24.811,93$$

El Valor Actual Neto es mayor a cero; por lo cual se puede afirmar la rentabilidad de la unidad productiva durante los 5 años

5.7.3. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno es aquella tasa de interés que hace igual a cero el Valor Actual Neto de un flujo de efectivo.

Para determinar la TIR de la forma apropiada, se calculará el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego interpolar

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

Cuadro N° 74: TIR

Años	Flujos Netos de Caja	Tasa de Redescuento 21%	Flujos Netos Actualizados
0	-74.978,64		
1	15.779,19	1,2100	13.040,65
2	17.967,09	1,4641	12.271,76
3	19.546,05	1,7716	11.033,24
4	20.196,66	2,1436	9.421,89
5	70.237,50	2,5937	27.079,60
Total	143.726,48		72.847,14

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

$$VAN2 = 72.847,14 - 74.978,64$$

$$VAN2 = -2.131,51$$

$$TIR = 0,1046 + (0,21 - 0,1046) \left(\frac{24.811,93}{24.811,93 - (-2.131,51)} \right)$$

$$TIR = 20\%$$

La tasa Interna de Retorno establece una rentabilidad del proyecto a una tasa del 20% positiva para la vigencia del proyecto.

5.7.4. Relación Costo - Beneficio

La Relación Costo - Beneficio es igual a los flujos netos actualizados sobre la inversión, para lo cual se aplicará la siguiente fórmula.

$$C/B = \frac{\sum \text{Flujos Netos Actualizados}}{\sum \text{Inversión}}$$

$$C/B = \frac{99.790,57}{74.978,64}$$

$$C/B = 1,33$$

El costo beneficio es mayor a uno; por lo que se puede señalar que el proyecto es aceptable, traduciendo este resultado sería que por cada dólar invertido se recupera 1,33 dólar durante la vida útil del proyecto.

Este método también refleja el retorno de los ingresos en relación a los egresos. A continuación se detallará la fórmula para su aplicación.

$$C/B = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

Cuadro N° 75: Total Ingresos y Egreso

Año	Ingresos	Egresos
2014	121.591,08	102.440,03
2015	141.864,21	119.413,17
2016	159.929,25	135.096,67
2017	181.878,32	152.123,66
2018	202.077,69	170.349,66

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 76: Ingresos y Egresos Actualizados

Año	Ingresos Actualizados	Tasa de redescuento 10.46%	Egresos Actualizados
2014	110.077,02	1,10460	92.739,48
2015	116.268,68	1,22014	97.868,32
2016	118.662,31	1,34777	100.237,34
2017	122.168,93	1,48874	102.182,52
2018	122.883,39	1,64447	103.589,58
Total	590.060,33		496.617,25

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

$$C/B = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$C/B = \frac{590.060,33}{496.617,25}$$

$$C/B = 1,19$$

Esta relación indica que por cada dólar de egreso se obtendrá 1,19 centavos de ingreso para cubrir para los gastos.

5.7.5. Período de Recuperación

Cuadro N° 77: Período de Recuperación

Años	Flujos Netos Actualizados	Flujos Netos Acumulados
2014	14.284,98	14.284,98
2015	14.725,42	29.010,40
2016	14.502,53	43.512,93
2017	13.566,23	57.079,17
2018	42.711,40	99.790,57

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 78: Resumen del Período de Recuperación

Recuperación en 4 años	57.079,17
Recuperación en 5 meses	17.796,42
Recuperación en 1 días	103,06
Total Inversión	74.978,64

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.7.6. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio consiste en ubicar el volumen de producción y ventas en el cual la pequeña empresa no genera ganancias ni pérdidas, es decir, cuando se encuentra en una posición de equilibrio, en la cual los ingresos por ventas son iguales a los costos. A continuación se detallarán las fórmulas del punto de equilibrio.

$$\text{Punto de Equilibrio Unidades} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Pvu} - \text{Cvu}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio en dólares} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Cvu}}{\text{Pvu}}}$$

Cuadro N° 79: Costos Fijos

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Gastos Administrativos	18.081,40	19.484,88	21.394,66	23.487,72	25.791,13
Gastos de Ventas	7.442,74	8.974,24	9.837,35	10.757,37	11.766,04
Gastos Financieros	2.310,00	1.935,37	1.521,41	1.063,99	558,53
Gastos de Depreciación	3.082,05	3.082,05	3.082,05	2.747,99	2.747,99
Total	30.916,19	33.476,54	35.835,47	38.057,07	40.863,69
Fundas de 40 gr (75%)	23.187,14	25.107,40	26.876,60	28.542,80	30.647,77
Fundas de 60 gr (25%)	7.729,05	8.369,13	8.958,87	9.514,27	10.215,92

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 80: Costos Variables

Rubro / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Costo de Producción	71.523,85	85.936,63	99.261,20	114.066,59	129.485,97
Fundas de 40 gr (75%)	53.642,89	64.452,47	74.445,90	85.549,95	97.114,48
Fundas de 60 gr (25%)	17.880,96	21.484,16	24.815,30	28.516,65	32.371,49

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 81: Punto de Equilibrio (Fundas de 40 gr)

Rubro	2014	2015	2016	2017	2018
Costo fijo total	23.187	25.107	26.877	28.543	30.648
Costo variable total	53.643	64.452	74.446	85.550	97.114
Cantidad de productos	129.994	151.669	173.325	195.000	216.656
Costo variable unitario	0,41	0,42	0,43	0,44	0,45
Precio de venta	0,70	0,70	0,69	0,70	0,70
Punto de equilibrio en Unidades	80.695	91.285	103.180	109.241	121.735
Punto de equilibrio en Dólares	56.486	63.899	71.194	76.469	85.215

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 82: Punto de Equilibrio (Fundas de 60 gr)

Rubro	2014	2015	2016	2017	2018
Costo fijo total	7.729	8.369	8.959	9.514	10.216
Costo variable total	17.881	21.484	24.815	28.517	32.371
Cantidad de productos	28.888	33.704	38.517	43.333	48.146
Costo variable unitario	0,62	0,64	0,64	0,66	0,67
Precio de venta	1,06	1,06	1,05	1,05	1,05
Punto de equilibrio en Unidades	17.561	19.848	22.234	24.451	27.254
Punto de equilibrio en Dólares	18.599	21.021	23.284	25.605	28.541

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

5.7.7. Resumen de Evaluadores Financieros

Cuadro N° 83: Resumen de Evaluación Financiera

Indicador	Resultado
Tasa de Redescuento	10.46%
VAN	24.811,93
TIR	20%
C/B	Flujos Netos Actualizados /Inversión 1,33
	Ingreso/ Egreso 1,19
Período de Recuperación	En 4 años 57.09,17
	En 5 meses 17.796,42
	En 1 día 103,06

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Enríquez Yolanda

CAPÍTULO VI

6. Estructura Organizacional

6.1. Determinación de la Forma Jurídica

La pequeña empresa se constituirá como unipersonal, con la aportación de capital de un socio y si durante su existencia jurídica se requiere incremento de capital se considerará la posibilidad de aceptar a nuevos socios lo que permitirá realizar cambios en la titularidad de las acciones, además la misma poseerá todos los aspectos legales para efectuar la actividad económica como es la producción y comercialización del producto.

6.2. Aspecto Legal de la Pequeña Empresa

Para la creación y el funcionamiento de la pequeña empresa, se debe cumplir con todos los requisitos y trámites pertinentes según las entidades competentes. A continuación se detallará los aspectos que corresponden para el funcionamiento de la actividad económica de la unidad productiva.

6.2.1. Inscribirse en el Servicio de Rentas Internas

La obtención del Registro Único de Contribuyentes tiene como finalidad identificar a los contribuyentes en relación a la actividad económica que ejerza. A continuación se detalla los requisitos:

- Original y copia de cédula y papeleta de votación
- Original de la planilla de un servicio básico
- Correo electrónico personal

6.2.2. Patente Municipal

Es un impuesto que grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad económica y los requisitos son los siguientes:

- Formulario de declaración de impuesto de patentes
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Copia del Registro Único de Contribuyentes
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Pago de tasa de la patente

6.2.3. Permiso de Salud

El permiso de sanidad sirve para la autorización de la actividad económica, el mismo que debe cumplir con normas de higiene, además está sujeto a control sanitario y este documento lo expide la Dirección Provincial de Salud, para lo cual es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Formulario de Solicitud
- Copia de RUC
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Plano de ubicación del establecimiento con la respectiva distribución de la planta
- Descripción de los ingredientes
- Descripción del procesos de producción

6.2.4. Permiso de Bomberos

Para la obtención del permiso de bomberos se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Formulario de permiso de bomberos
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Copia del RUC
- Factura de un extinguidor

6.2.5. Obtención del Registro Sanitario

Para obtener el registro sanitario del producto se debe cumplir con los siguientes parámetros:

- Solicitud dirigida al director general de salud sanitario
- Permiso de funcionamiento actualizado y otorgado por la autoridad de salud
- Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo a utilizar.
- Formula cuali-cuantitativa: incluyendo aditivos, en orden decreciente de las proporciones usadas (en porcentaje referido a 100 g. o 100 ml.)
- Documentos que prueben la constitución, existencia y representación legal de la entidad solicitante.
- Tres muestras del producto envasado en su presentación final

6.2.6. Calificación como Pequeña Empresa

Para obtener la calificación de artesano de una actividad económica se debe presentar la siguiente documentación:

- Solicitud dirigida al señor director de la competitividad de la pequeña y mediana empresa MIPRO
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
- Copia de una planilla de los servicios básicos
- Inventario de herramientas

- Copias de dos facturas de materia prima o herramientas a nombre del solicitante
- Dos fotografías a color del solicitante realizando su actividad artesanal
- Permiso de funcionamiento
- Declaración juramentada para artesanos

6.3. Constitución de la Pequeña Empresa

Una vez cumplido con los trámites legales se procede a efectuar una escritura de constitución notariada en el registro mercantil, la misma que se legalizará para el funcionamiento de la pequeña empresa, posterior a ello se realizarán las gestiones pertinentes para ser reconocida por la Superintendencia de Compañías, de esta manera se afiliará a la Cámara de Comercio de Ibarra para poder beneficiarse de todas las leyes creadas a favor.

6.4. Nombre o Razón Social.

El nombre que se ha determinado para la Pequeña Empresa es de “CHOCO-PIPS”, el mismo que significa chocolate y pepas; con esta denominación se pretende que los consumidores tomen conciencia que dicho producto es saludable y nutritivo.

6.4.1. Logotipo

La pequeña empresa productora y comercializadora de pepas de calabaza con chocolate pretende que los consumidores se asocien inmediatamente con el nuevo producto.

Figura N° 9: Logotipo



Elaborado por: Enríquez Yolanda

6.4.2. Slogan

La pequeña empresa se identificará con el slogan “El buen sabor del chocolate + pepitas de calabaza”.

6.5. Misión

La pequeña empresa es una unidad productora y comercializadora de pepas de calabaza cubiertas con chocolate, el producto es de forma natural el mismo que es de excelente calidad para satisfacer plenamente las expectativas de los consumidores.

6.6. Visión

La pequeña empresa “CHOCO-PIPS”, llegará a conquistar el mercado local dentro de los próximos 5 años, logrando posicionamiento del producto y a su vez aumentando la utilidad en las ventas en el menor tiempo posible.

6.7. Objetivos Organizacionales

6.7.1. Objetivo General

- Ser líder en el mercado local en la producción y comercialización de pepas de calabaza cubiertas con chocolate, a través de un producto de excelente calidad y a un precio accesible.

6.7.2. Objetivos Específicos

- Seleccionar los mejores proveedores de la materia prima para elaborar un producto.
- Posicionar la marca de producto para la captación de nuevos consumidores.
- Alcanzar un alto nivel de producción y ventas en el mercado local.
- Incrementar la rentabilidad de la pequeña empresa.
- Buscar constantemente tecnología para el mejoramiento de los procesos productivos.
- Mantener la cultura organizacional para que el talento humano se sienta motivado en el desarrollo de las actividades encomendadas.

6.7.3. Objetivos Estratégicos

- Lograr una integración efectiva y eficaz del producto en el mercado meta.
- Minimizar los costos de producción sin afectar la calidad del producto.
- Potencializar la creatividad e iniciativa del talento humano para dar un valor agregado al producto.

6.8. Políticas Organizacionales

6.8.1. Políticas Administrativas

- La planificación se la efectuará en base a las actividades a desarrollarse en la unidad productiva.
- Tomar en cuenta la participación del talento humano.
- Capacitar al personal permanentemente para obtener resultados satisfactorios en el desarrollo de las actividades.

6.8.2. Políticas de Finanzas

- Fijar un precio accesible en relación a la competencia.
- Las ventas se las efectuará al contado y a crédito, según el consenso que se tenga con los intermediarios.
- Coordinara y supervisar la contabilidad con la finalidad de la toma de decisiones a tiempo y corregir posibles dificultades.

6.8.3. Políticas de Producción

- El aprovisionamiento de la materia prima será de calidad, además se tomará en cuenta la disponibilidad de los recursos económicos de la pequeña empresa.
- Brindar un producto de calidad que satisfaga al consumidor.
- Optimización de los recursos.
- Velar por la higiene y seguridad en los procesos productivos.

6.8.4. Políticas de Ventas

- Manejar estrategias de publicidad para persuadir a los consumidores del producto.
- Brindar excelente atención al cliente.

- Satisfacer las expectativas de los consumidores.
- Realizar descuentos por volúmenes de compras.

6.9. Principios y Valores

Para mantener excelentes relaciones interpersonales en la pequeña empresa se debe cumplir a cabalidad con los valores y principios establecidos.

6.9.1. Principios

- **Eficiencia.** Consiste en la medición de los esfuerzos que se requieren para alcanzar los objetivos, en la unidad productiva se dará uso adecuado de los factores materiales y humanos, para realizar las actividades en el menor tiempo posible
- **Eficacia.** Mide los resultados alcanzados en función de los objetivos que se ha propuesto la pequeña empresa.
- **Responsabilidad.** Cumplir con eficiencia y eficacia el rol personal, donde se tomarán decisiones conscientemente y aceptaran las consecuencias de sus actos, dispuestos a rendir cuentas de ellos mismos.
- **Mejoramiento continuo.** Los procesos productivos van acorde con la actualidad y según las necesidades y exigencias del mercado.
- **Compromiso.** El talento humano trabajará excelentemente, fundamentándose en las políticas, eliminando las debilidades, potencializando las fortalezas, enfrentado las amenazas y buscando la participación de todos para lograr el desarrollo de la pequeña empresa.

6.9.2. Valores

- **Puntualidad.** Se considera un valor fundamental para la unidad productiva, así logrando los objetivos y metas propuestas.

- **Trabajo en Equipo.** Las acciones que realice la pequeña empresa debe ser el producto del consenso y la labor mancomunada.
- **Respecto.** Las relaciones interpersonales se sustentarán con el respecto y la consideración, así generando un ambiente de trabajo apropiado.
- **Honestidad.** Dar transparencia reflejada día a día en relación a las actividades encomendadas.
- **Creatividad.** La capacidad de crear nuevas ideas para el desarrollo de la unidad productiva.
- **Liderazgo.** El talento humano de la pequeña empresa tendrá la capacidad de respuesta oportuna con compromiso social, para el cumplimiento de la misión y objetivos organizacionales.

6.10. Estructura Orgánica

La unidad productiva tendrá una adecuada estructura organizacional para su operatividad, es decir ayudará a determinar las responsabilidades de cada miembro.

Cuadro N° 84: Organigrama Estructural



Elaborado por: Enríquez Yolanda

6.11. Estructura Funcional

La estructura orgánico - funcional de la nueva unidad productiva será básica, la misma que contempla los siguientes elementos.

- Nivel Ejecutivo: Gerente
- Nivel de Apoyo: Contabilidad - Ventas
- Nivel Operativo: Producción

6.11.1. Nivel Ejecutivo

Está integrado por el Gerente, quien tiene como finalidad fijar la misión, visión, políticas y estrategias específicas, además es el responsable de dirigir, orientar, conducir, supervisar y de hacer cumplir las disposiciones legales.

6.11.2. Nivel de Apoyo

Está integrado por el departamento de contabilidad y ventas, los mismos que efectuarán funciones de apoyo para dar un efectivo cumplimiento de las actividades que desarrolle la pequeña empresa.

6.11.3. Nivel Operativo

Está integrado por el departamento de producción, el mismo que contempla a los trabajadores tales como operarios, empacador y empleada de limpieza, quienes serán los responsables de elaborar el producto de manera eficiente y eficaz.

6.12. Perfil de los Puestos

Cuadro N° 85: Nivel Ejecutivo

Denominación	Gerente
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 30 a 35 años ▪ Sexo indistinto ▪ Estudios superior en Administración o carreras afines ▪ Experiencia en las actividades del puesto ▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Representante legal de la pequeña empresa ▪ Planeamiento estratégico de actividades ▪ Revisar los Estados Financieros para la toma de decisiones ▪ Dirigir las actividades generales de la pequeña empresa ▪ Delegar funciones acorde al nivel jerárquico ▪ Administrar de manera eficiente y eficaz los recursos de la pequeña empresa ▪ Velar por el cumplimiento de las disposiciones establecidas
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ser objetivo ▪ Actitud de líder ▪ Capacidad de toma de decisiones ▪ Iniciativa propia ▪ Acostumbrado a trabajar en equipo ▪ Capacidad de comunicación ▪ Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 86: Nivel de Apoyo

Denominación	Contador
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 30 a 35 años ▪ Sexo indistinto ▪ Estudios superiores en Contabilidad o carreras afines ▪ Capacitación en conocimientos contables ▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboración de Estados Financieros ▪ Mantener los registros contables actualizados. ▪ Interpretación oportuna de la información financiera ▪ Realiza y aprueba el pago de los honorarios, impuestos y demás gastos relacionados con la actividad económica de la pequeña empresa. ▪ Archivar correctamente la documentación relevante e importante
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad ▪ Actitud positiva en las relaciones interpersonales ▪ Iniciativa propia ▪ Ser objetivo

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 87: Nivel de Apoyo

Denominación	Vendedor
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 30 a 35 años ▪ Sexo indistinto ▪ Estudios superiores en Marketing o carreras afines ▪ Experiencia en las actividades del puesto ▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseñar campañas publicitarias de acuerdo a las

	<p>temporadas de ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Seleccionar los mejores medios de comunicación para atraer a los consumidores ▪ Realizar anualmente una investigación de mercado, en la cual se analice los requerimientos del mercado ▪ Distribuir el producto a los intermediarios. ▪ Se encarga de proporcionar al público una buena imagen corporativa
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad ▪ Capacidad de respuesta a la demanda del cliente ▪ Capacidad de análisis y de síntesis ▪ Poder de convencimiento ▪ Excelente atención al cliente

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 88: Nivel de Apoyo

Denominación	Jefe de Producción
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 30 a 35 años ▪ Sexo indistinto ▪ Conocimientos básicos sobre elaboración de alimentos ▪ Experiencia en las actividades del puesto ▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar los pedidos de la materia prima e insumos para la elaboración del producto ▪ Supervisar el trabajo desarrollado por el personal a su cargo. ▪ Mantener registros actualizados a cerca de los productos que se elaboran

Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actitudes positivas en las relaciones interpersonales ▪ Capacidad para detectar y analizar problemas
------------------	---

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 89: Nivel de Apoyo

Denominación	Chofer
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 30 a 35 años ▪ Sexo masculino ▪ Poseer licencia de conducción ▪ Experiencia en las actividades del puesto
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirigirse a la localización de los proveedores de las pepas de calabaza para la adquisición de las mismas ▪ Distribuir el producto a los intermediarios tales como tiendas de barrios y bares escolares
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Habilidad para expresarse ▪ Actitud positiva en las relaciones interpersonales ▪ Capacidad de planificación y organización

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 90: Nivel Auxiliar

Denominación	Operario 1
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 23 a 35 años ▪ Sexo indistinto ▪ Bachiller ▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seleccionar las pepas de calabaza de mejor

	<p>calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lavar las pepas de calabaza ▪ Secar la materia prima ▪ Cronizar las pepas de calabaza ▪ Colocar las pepas de calabaza en los respectivos moldes
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actitud positiva en las relaciones interpersonales ▪ Actitud de trabajo en equipo

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 91: Nivel Auxiliar

Denominación	Operario 2
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad de 23 a 35 años ▪ Sexo indistinto ▪ Bachiller ▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pesar el chocolate ▪ Poner el chocolate al microondas para que se disuelva ▪ Colocar el chocolate en los moldes que contiene las pepas de calabaza. ▪ Refrigerar el producto ▪ Extraer de los moldes el producto.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actitudes positivas en las relaciones interpersonales ▪ Actitud de trabajo en equipo

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 92: Nivel Auxiliar

Denominación	Empacador
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none">▪ Edad de 23 a 35 años▪ Sexo indistinto▪ Bachiller▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none">▪ Colocar las fundas en la máquina envasadora.▪ Sellar las fundas del producto▪ Colocar una etiqueta en cada funda del producto
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">▪ Actitud positiva en las relaciones interpersonales▪ Actitud de trabajo en equipo

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Enríquez Yolanda

Cuadro N° 93: Nivel Auxiliar

Denominación	Empleada de Limpieza
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none">▪ Edad de 23 a 35 años▪ Sexo Femenino▪ Educación Primaria▪ Disponibilidad de tiempo
Funciones	<ul style="list-style-type: none">▪ Limpiar, trapear y desinfectar los departamentos de la pequeña empresa▪ Recoger, lavar y secar los menajes sucios▪ Organizar el menaje
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">▪ Actitud positiva en las relaciones interpersonales▪ Actitud de trabajo en equipo

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Enríquez Yolanda

6.13. Estrategias Empresariales

- Establecer un plan estratégico, el mismo que permita establecer lineamientos a seguir en las actividades que contemplan en el proceso productivo.
- Realizar adquisiciones de nuevas tecnologías para el empaquetado del producto, así optimizando los recursos y a su vez incrementando la producción diaria, de esta manera se logrará mejorar los niveles de productividad de la pequeña empresa.

6.14. Estrategias de Marketing

- Diseñar estrategias de publicidad en la televisión, radio, prensa escrita y medios impresos que permitan persuadir a los consumidores.
- Establecer estrategias de precio, el mismo que se lo determinará en base a los costos y gastos de producción.
- Lograr un posicionamiento del producto en el mercado local.

6.15. Estrategias Financieras

- Promover estrategias de inversión en la pequeña empresa para mejorar y mantener la estabilidad económica de la organización.
- Los Estados Financieros deben ser analizados de forma periódica para determinar los índices de liquidez y solvencia que posea la pequeña empresa, lo cual ayudará a la toma de decisiones sobre la real situación económica.

CAPÍTULO VII

7. Impactos

En el desarrollo del proyecto es conveniente realizar un análisis prospectivo de los posibles impactos que generará la nueva unidad productiva.

7.1. Identificación de Impactos

Los impactos que incidirán en la pequeña empresa se los detallará a continuación.

- Impacto Económico
- Impacto Social
- Impacto Ambiental

Para evaluar los impactos se utilizará la siguiente escala

Cuadro N° 94: Nivel de Impactos

Nivel	Impacto
-3	Alto Negativo
-2	Medio Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No hay impacto
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Elaborado por: Enríquez Yolanda

$$\text{Nivel del Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicador}}$$

7.2. Análisis de Impactos

Para determinar la influencia de los impactos se requiere establecer indicadores medibles a través de una matriz, en la misma que se asignará una calificación a cada uno de los componentes para obtener información específica y puntual

7.2.1. Impacto Económico

La implantación de la nueva unidad productiva será una oportunidad para mejorar la economía local, de esta manera permitirá desarrollar el estatus económico de cada familia de la localidad, además ayudará a satisfacer de mejor manera las necesidades básicas de cada miembro.

Cuadro N° 95: Impacto Económico

Impactos	Nivel de Impacto						
	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3
Rentabilidad del Proyecto						X	
Crecimiento Empresarial						X	
Creación de la pequeña empresa						X	
Total						6	

Elaborado por: Enríquez Yolanda

$$\text{Nivel del Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicador}}$$

$$\text{Nivel del Impacto} = \frac{6}{3} = 2 = \text{Impacto Medio Positivo}$$

Análisis

De acuerdo a la matriz de impacto económico se puede apreciar que presenta un nivel medio positivo, lo cual significa que la implantación de la unidad productiva tendrá una rentabilidad favorable, un crecimiento empresarial, además la creación de la pequeña empresa brindará nuevas oportunidades de trabajo para las personas de la localidad.

- **Rentabilidad del Proyecto.** Es la obtención de los beneficios que se obtienen durante un período determinado a través del desarrollo de la actividad económica que ejerza la pequeña empresa, además dicha ganancia permite aumentar la producción.
- **Crecimiento Empresarial.** Dicho crecimiento empresarial va conjuntamente con la rentabilidad, debido a que se incrementa la inversión productiva y por ende lograr un mejor posicionamiento del producto en el mercado local.
- **Creación de la Pequeña Empresa.** La puesta en marcha de la nueva unidad productiva permite brindar un producto saludable y nutritivo, el mismo que cumple con las expectativas de los consumidores.

7.2.2. Impacto Social

El beneficio social más relevante e importante encontrado en la elaboración del proyecto es la generación de fuentes de trabajo con lo que algunas familias de la zona serían beneficiadas, también el presente estudio tienen como objetivo contribuir y mejorar la calidad de vida de los consumidores de pepas de calabaza con chocolate por los múltiples beneficios que tiene el producto para la salud.

Cuadro N° 96: Impacto Social

Impactos	Nivel de Impacto						
	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3
Fuentes de Empleo						X	
Mejorar la Nutrición de los Clientes						X	
Mejor Nivel de Vida						X	
Total						6	

Elaborado por: Enríquez Yolanda

$$\text{Nivel del Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicador}}$$

$$\text{Nivel del Impacto} = \frac{6}{3} = 2 = \text{Impacto Positivo Medio}$$

Análisis

De acuerdo a la matriz se puede apreciar que la pequeña empresa tendrá un impacto positivo medio, es decir se pretenderá crear fuentes de empleo, mejorar la nutrición de los clientes para dar una mejor calidad de vida a la localidad.

- **Fuentes de Trabajo.** El beneficio más relevante en la puesta en marcha de la nueva unidad productiva es la generación de fuentes de empleo, lo cual se beneficiaran las familias de la localidad.
- **Mejorar la Nutrición de los Clientes.** La presente investigación tiene como finalidad concienciar a los consumidores que adquieran un producto nutritivo y beneficioso para la salud; como es el caso de las pepas de calabaza con chocolate.

- **Mejor Nivel de Vida.** La nueva unidad productiva generará un mejor nivel de vida a los alrededores que se encuentren en la localidad, debido a que se generará empleo para las familias.

7.2.3. Impacto Ambiental

La nueva unidad productiva no generará aspectos ambientales negativos para el ecosistema porque la pequeña empresa respetará las ordenanzas municipales, lo cual permitirá conservar el medio ambiente y de igual forma se llevará a cabo un aprovechamiento de los recursos que conllevarán a no generar desperdicios tóxicos.

Cuadro N° 97: Impacto Ambiental

Impactos	Nivel de Impacto						
	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3
Conservación del Medio Ambiente		X					
Manejo de Desechos		X					
Clasificación de la Basura		X					
Total		6					

Elaborado por: Enríquez Yolanda

$$Nivel\ del\ Impacto = \frac{Sumatoria\ Total}{Número\ de\ Indicador}$$

$$Nivel\ del\ Impacto = \frac{6}{3} = 2\ Impacto\ Negativo\ Medio$$

Análisis

De acuerdo a la matriz, se puede apreciar que existe un impacto ambiental medio, porque la pequeña empresa conservará el medio ambiente

a través de medidas preventivas, además se hará un control adecuado para el tratamiento de los desechos con una respectiva clasificación de la basura.

- **Conservación del Medio Ambiente.** La pequeña empresa respetará las ordenanzas municipales.
- **Manejo de Desechos.** En los procesos productivos se evitará generara desperdicios tóxicos, de esta manera se dará un buen manejo a los desechos sólidos.
- **Clasificación de Basura.** La nueva unidad productiva clasificará la basura en elementos orgánicos e inorgánicos con la finalidad de dar un adecuado uso a los desechos.

7.2.4. Impacto General

Cuadro N° 98: Impacto General

Impactos	Nivel de Impacto						
	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3
Impacto Económico						X	
Impacto Social						X	
Impacto Ambiental						X	
Total						6	

Elaborado por: Enríquez Yolanda

$$Nivel\ del\ Impacto = \frac{Sumatoria\ Total}{Número\ de\ Indicador}$$

$$Nivel\ del\ Impacto = \frac{6}{3} = 2 = Impacto\ Positivo\ Medio$$

Análisis

El impacto general del proyecto es positivo medio, es decir los efectos que produce están enfocados al mejoramiento social, además de debe diseñar un control estricto el mismo que permita monitorear los efectos que se puedan presentar a futuro.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez determinado el estudio de factibilidad para la creación de la pequeña empresa productora y comercializadora de pepas de calabaza con chocolate se puede afirmar que se ha cumplido con los objetivos propuestos, además en dicho estudio se identificó hallazgos los cuales se sintetizan en las siguientes conclusiones y recomendaciones.

CONCLUSIONES

- Con el desarrollo del Diagnóstico Situacional en la ciudad de Ibarra se ha analizado la situación actual en aspectos tales como: geográficos, demográficos, socio - económico y socio - cultural, es decir en la localidad existen condiciones óptimas para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva.
- Las Bases Teóricas - Científicas que se utilizaron en el desarrollo del proyecto fueron las necesarias, de esta manera se sustentó cada una de los capítulos realizados en el presente estudio.
- Una vez realizado el Estudio de Mercado se identificó que los encuestados están dispuestos a demandar dicho producto, de igual forma se determinó la demanda, oferta y la demanda insatisfecha, además se analizó un plan de comercialización, el mismo que consta en persuadir a los posibles consumidores potenciales para que adquieran el producto.
- En el Estudio - Técnico se determinó la ubicación estratégica de la unidad productiva, la misma que cumple con las condiciones necesarias, también se establecieron los aspectos técnicos para realizar las actividades de forma eficiente y eficaz, además se determinó la inversión total que requiere la pequeña empresa para el buen funcionamiento.

- En el Estudio Financiero se analizaron los criterios de evaluación, los mismos que proporcionaron resultados favorables de esta manera se identificó la factibilidad de la inversión.

- La pequeña empresa tendrá una estructura orgánica – funcional básica, la misma que está conformada por el personal administrativo y operativo, acorde a los perfiles que se requieren, es decir cada departamento posee el talento humano necesario para el desarrollo de las actividades que conlleve la unidad productiva, las mismas que se efectuarán con un desempeño efectivo por cada miembro de la organización.

- Los impactos que generará el proyecto son medios positivos ya que están encaminados al desarrollo socio - económico y no afectarán al medio ambiente.

RECOMENDACIONES

- Para efectuar un proyecto se debe analizar el Diagnóstico Situacional del entorno, con la finalidad de identificar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que está expuesta la unidad productiva.
- En relación a las Bases Teóricas - Científicas es importante que se argumente y se sustente las fuentes bibliográficas que fueron indagadas, es decir las mismas deben ser breves claras y precisas, además se debe identificar los términos más relevantes e importantes que se requieran en el proyecto.
- Es importante realizar una investigación de mercados periódicamente con el objetivo de captar el mercado paulatinamente a través de un producto de calidad y diseñando estrategias de comercialización acorde a las necesidades y expectativas de los consumidores.
- La nueva unidad productiva debe aprovechar los recursos de manera adecuada, lo cual es necesario llevar un control del proceso productivo, también se debe brindar mantenimiento oportuno a la infraestructura y maquinaria de la pequeña empresa.
- Se debe elaborar el Estudio Financiero para analizar los ingresos e egresos que tendrá el proyecto, además es recomendable identificar los criterios de evaluación, debido a que estos indicadores permiten determinar si la inversión es factible.
- Se debe velar por el cumplimiento de objetivos y políticas organizacionales, a través de las responsabilidades para cada talento humano de la pequeña empresa.
- Es necesario aplicar de manera efectiva las medidas preventivas de los impactos que ocasionará el proyecto durante la vida útil.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA.

ARÉVALO Araujo David, PROYECTOS DE INVERSIÓN; Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012.

BACA U. Gabriel; Evaluación de proyectos; Sexta Edición: México; 2010

CHAVENEATO, Idalberto; (2000), "Administración de Recursos Humanos", Quinta Edición, Bogotá Colombia.

CÓRDOVA Padilla Marcial ,2006

DÁVALOS, Nelson, DICCIONARIO CONTABLE Y LAGO MÁS, 2009.

El "Diccionario de Términos de Mercadotecnia" de la American Marketing Association.

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A

FLEITMAN Jack autor del libro "Negocios Exitosos"

JACOME, Walter; (2005), "Bases Técnicas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión", Primera Edición, Ibarra-Ecuador.

JACOME, Walter; Análisis del desarrollo de la pequeña y mediana empresa; 1999.

KINNEAR, Thomas: Investigación de Mercados, Editorial Me Graw Hill, Colombia.

KOTLER y ARMSTRONG, autores del libro Fundamentos de Marketing.

Las NIC - Normas Internacionales de Contabilidad

NASSIR Sapag Chaín, primera edición, 2007

PALACIOS Acero Luis Carlos PROYECTOS DE INVERSIÓN, 2012

PHILIP Kotler y ARMSTRONG Gary, autores del libro "Fundamentos de Marketing"

ROBBINS, STEPHEN y COULTER, Mary, Administración, Pearson Educación, Décima Edición, México 2010.

SAPAG, 2008

STANTON, WALKER Y ETZEL, autores del libro "Fundamentos de Marketing"

LINCOGRAFÍA

- www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/empresa
- <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>
- <http://blognutricion.com/2010/10/08/los-beneficios-medicinales-de-la-calabaza/>
- <http://blognutricion.com/2010/10/08/los-beneficios-medicinales-de-la-calabaza/>
- <http://www.botanicalonline.com/calabazaspropiedadesalimentarias.htm>
- <http://www.botanicalonline.com/calabazaspropiedadesalimentarias.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Materia_prima
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Ingreso>
- <http://www.gestiopolis.com/administracion-strategia/la-estructura-organizacional.htm>
- www.inec.gob.ec

ANEXOS

ANEXO 1

INGENIAO

INGENIERIA DE MAQUINARIA

PROFESIONALES DE LA ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

DOSIFICADORA DE GRANOS SECOS



ANEXO 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA COMERCIAL

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE CENTROS EDUCATIVOS
SECUNDARIOS DE IBARRA**

OBJETIVO

Determinar el nivel de aceptación de este nuevo producto de pepas de calabaza con chocolate, el cual se pretende introducir en el mercado de la ciudad de Ibarra para su comercialización.

INSTRUCCIONES: LEA CUIDADOSAMENTE LA PREGUNTA Y MARQUE CON UNA X EN LA RESPUESTA QUE USTED CONSIDERE CORRECTA.

DATOS TÉCNICOS.

Fecha: _____ Edad: _____ Sexo: M () F ()

Domicilio: _____

CUESTIONARIO

1. **¿Entre los siguientes snack que es lo que más consume?**
 - a) Caramelos ()
 - b) Chocolates ()
 - c) Galletas ()

2. **¿Que marcas de chocolate usted prefiere comprar?**
 - a) Nestlé ()
 - b) Noggy ()
 - c) Universal ()
 - d) Ferrero Rocher ()
 - e) Confiteca ()
 - f) Otras _____

3. **¿Usted conoce las pepas de calabaza?**
- a) Si ()
- b) No ()
4. **¿Qué tan interesante le parece el nombre del producto “CHOCO – PIPS”?**
- a) Muy interesante ()
- b) Poco interesante ()
- c) Nada interesante ()
5. **¿Le gustaría adquirir pepas de calabaza con chocolate en forma de snack?**
- a) Si ()
- b) No ()
- c) Tal vez ()
6. **¿Con que frecuencia usted compraría las pepas de calabaza con chocolate?**
- a) De 1 a 2 semanalmente ()
- b) De 3 a 4 semanalmente ()
- c) De 5 a 6 semanalmente ()
- d) Más de 7 veces a la semana ()
7. **¿Dónde le gustaría comprar las pepas de calabaza con chocolate?**
- a) Tiendas del barrio ()
- b) Bares escolares ()
- c) Supermercados ()
8. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de 40 gramos de pepas de calabaza con chocolate?**
- a) Entre 0,50 y 0,80ctvs ()
- b) Entre 0,81 y 1,00 dólar ()
- c) De 1,01 en adelante ()
9. **¿Qué toma en cuenta al adquirir un producto en forma de snack?**
- a) Marca ()
- b) Precio ()
- c) Calidad ()
- d) Presentación ()
- e) Sabor ()
10. **¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información sobre este producto?**
- a) Prensa ()
- b) Radio ()
- c) Vallas publicitarias ()
- d) Televisión ()
- e) Folletos ()
- f) Internet ()

11. ¿Está de acuerdo que se instale una pequeña empresa productora y comercializadora de pepas de calabaza con chocolate “CHOCO-PIPS” en la ciudad de Ibarra?

a) Si ()

b) No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA COMERCIAL**

**ENTREVISTA A LOS GERENTES PROPIETARIOS DE PRODUCTOS DE
CONFITERÍA**

CUESTIONARIO:

Nombre: _____

Fecha: _____

Empresa: _____

Cargo: _____

¿Cuál es el volumen de ventas de chocolates de forma rellena, en relación al primer semestre del 2013 en la ciudad de Ibarra?

ANEXO 5



CANELA IMBABURA 92.7 FM PROPUESTA PUBLICITARIA

<p>PROPUESTA PUBLICITARIA 1</p>	<p>5 impactos diarios Frecuencia: Lunes a Viernes Horario: 06h00 a 23h00 Tiempo: 45 segundos cuña Total Impactos: 110 impactos mensuales INVERSION PAQUETE: USD\$ 440,°° + IVA MENSUAL</p>
<p>PROPUESTA PUBLICITARIA 2</p>	<p>6 impactos diarios Frecuencia: Lunes a Viernes Horario: 06h00 a 23h00 Tiempo: 45 segundos cuña Total Impactos: 132 impactos mensuales INVERSION PAQUETE: USD\$ 528,°° + IVA MENSUAL</p>
<p>PROPUESTA PUBLICITARIA 3</p>	<p>8 impactos diarios Frecuencia: Lunes a Viernes Horario: 06h00 a 23h00 Tiempo: 45 segundos cuña Total Impactos: 176 impactos mensuales INVERSION PAQUETE: USD\$ 704,°° + IVA MENSUAL</p>
<p>PROPUESTA PUBLICITARIA 4</p>	<p>10 impactos diarios Frecuencia: Lunes a Viernes Horario: 06h00 a 23h00 Tiempo: 30 segundos cuña Total Impactos: 220 impactos mensuales INVERSION PAQUETE: USD\$ 880,°° + IVA MENSUAL</p>

Nota: estos costos aplican siempre y cuando se pague de tres meses en adelante, caso contrario si la cuña es eventual tendrá un costo de 7.00 USD + IVA.

Atentamente

Dra. Mireya Navarrete
 DIRECTORA ADMINISTRATIVA
 092159025 // 06 2600051 Ext. 107
 Mail: mireyanavarrete@yahoo.com.mx

ANEXO 6

COMERCIAL KYWI S.A.
RUC 1790041220001

AUTOIMPRESORES AUTORIZACION S.R.I. 1112210587 DEL 18/ENE/2013
CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL. SRI 5368

Matriz : AV. 10 DE AGOSTO N24-59 Y LUIS CORDERO
QUITO Telf: 023987900

P R O F O R M A D O L A R E S

AGENCIA 14 (IBARRA) Telf: 062631018 062631012

DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL
IBARRA

Sucursal : AV. MARIANO ACOSTA 2147

Senor(es): YOLANDA ENRIQUEZ

Codigo: 888885-000000

RUC : 401804000

Direccion: EL OLIVO

Vend: USUARIO CONSULTAS

Ciudad : ibarra

Telf. : 0988218893

Fecha de Emision 25/JUN/2013

PAG. 1/1

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
249610	SELLADORA DE PLASTICO 100MM PLASTICA	1	17,23	17,23
419095	MULTICONTAINER 1	1	5,76	5,76
449822	BALANZA DIGITAL P/COCINA 5KG/11LBS	1	15,44	15,44

SUBTOTAL	\$38,43
DESCUENTO	\$0,00
TOTAL	\$38,43

Vta.tarifa 12	Vta.tarifa 0	Total Vta.Neta	IVA Tar. 12	IVA Tar. 0	TOTAL A PAGAR
\$34,31	\$0,00	\$34,31	\$4,12	\$0,00	\$38,43

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYWI S.A. En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten al costo de la mercaderia, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturacion previo su conocimiento.

Los precios unitarios de esta proforma ** SI incluyen I.V.A. **

IBARRA , 25 de JUN 2013

YOLANDA ENRIQUEZ

Ident: 3002

FIRMA :  ESTABLECIMIENTO

FIRMA : _____ CLIENTE

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA ASESOR

Yo, Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline portadora de cédula de ciudadanía Nro. 040180400-0, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PEPAS DE CALABAZA CON CHOCOLATE “CHOCO-PIPS”, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**”, que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra, el 17 de enero del 2014.

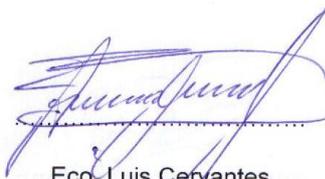


Srta: Yolanda Enríquez

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la señorita de décimo semestre, Enríquez Potosí Yolanda Jaqueline, para optar por el Título de Ingeniera Comercial cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PEPAS DE CALABAZA CON CHOCOLATE “CHOCO-PIPS”, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**”, Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, al 27 de enero del 2014



Eco. Luis Cervantes
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline, con cédula de ciudadanía Nro. 040180400-0 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PEPAS DE CALABAZA CON CHOCOLATE “CHOCO-PIPS”, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

Por medio del presente documento doy constancia de mi voluntad de participar

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

IDENTIFICACION	040180400-0
CANTIDAD	
APellidos y Nombres	Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline
DIRECCIÓN	
EMAIL	
TELÉFONO Fijo	
	NO 0608218793

.....
Srta: Yolanda Enríquez
Cédula: 040180400-0

En la ciudad de Ibarra, al 27 de enero del 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040180400-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline		
DIRECCIÓN:	El Olivo - La Quinta S/N		
EMAIL:	jacqueline18@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0988218893

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PEPAS DE CALABAZA CON CHOCOLATE “CHOCO-PIPS”, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”,
AUTORA:	Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline
FECHA: AAAAMMDD	2014 / 01 / 27
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Eco. Luis Cervantes

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline con cédula de ciudadanía Nro. 040180400-0, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora Enríquez Potosi Yolanda Jaqueline manifiesta 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.

En la ciudad de Ibarra, al 27 de enero del 2014

LA AUTORA


Srta: Yolanda Enríquez

CC: 040180400-0

ACEPTACIÓN:


Ing. Betty Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario
