



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE CONFITERÍA A BASE DE PANELA EN EL CANTÓN URCUQUI,
PROVINCIA DE IMBABURA”

Previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y
Auditoría CPA

AUTORA: Katherine Paola Enríquez Castro

DIRECTOR: Ing. Víctor Zea Zamora Msc.

Ibarra, agosto 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se realizó con la finalidad de determinar la factibilidad de la creación de una empresa de producción y comercialización de confitería a base de panela en el Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura, considerando los pasos metodológicos exigidos para el desarrollo del proyecto, tomando en cuenta los diferentes aspectos de análisis, teóricos, científicos, administrativos, financieros y contables que aporten al mejoramiento empresarial y económico del cantón. El documento consta de siete capítulos, dentro de los cuáles como primera parte se establece un diagnóstico externo, mismo que permite conocer a los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto en mención. En el segundo capítulo se presentan las bases teóricas y científicas, las que permitirán ampliar los conocimientos de los temas que se trataron, dentro del desarrollo del proyecto. En el tercer capítulo se presenta el estudio de mercado, el mismo que muestra a través de la realización de encuestas a comercializadores de confites a base de panela en la ciudad de Ibarra, los precios, oferta, demanda y con esto la demanda potencial insatisfecha del producto, mismo que se pretende cubrir el 25% del total determinado. En el cuarto capítulo se encuentra el estudio técnico o ingeniería del proyecto, en donde se detallan el tamaño la ubicación, infraestructura física y el presupuesto técnico, mismos que sirve como base para las proyecciones y análisis financiero. En el capítulo cinco se determina el estudio financiero en el que se muestran las proyecciones dentro de los cinco años de vida útil del proyecto 2014 - 2018, así como los estados financieros y evaluación financiera a través del análisis de los distintos indicadores, permitiendo conocer la viabilidad y sustentabilidad del proyecto en base a sus resultados. Se muestra además en el sexto capítulo, la gestión administrativa, misión, visión, políticas, su organización y normas legales, elementos importantes considerados para el diseño de la propuesta de la nueva empresa. Finalmente se establecieron los posibles impactos que tendrá la ejecución del proyecto en lo económico, social, ambiental, empresarial y comercial, dando como resultado un impacto medio positivo a nivel general.

SUMMARY

The research project was conducted with the purpose of determining the feasibility of the creation of a company for the production and marketing of candies on the basis of brown sugar in Canton Urcuqui, province of Imbabura, considering the methodological steps required for the development of the project, taking into account the different aspects of analysis, theoretical, scientific, administrative, financial and accounting that contribute to improving business and economics of the canton.

The document consists of seven chapters, inside of which as the first part sets out a external fault finding, same that lets you know to the allies, opponents, opportunities and risks of the project. In the second chapter introduces the theoretical foundations and scientific, which allow you to expand the knowledge of the topics discussed within the development of the project. In the third chapter presents the study of market, the same that shows through the conduct of surveys to marketers of candies on the basis of brown sugar in the city of Ibarra, prices, supply, demand, and with this the potential unmet demand of the product, which is intended to cover 25% of the total given. In the fourth chapter is the technical study or project engineering, detailing the size the location, physical infrastructure and the technical quote, same that serves as a basis for projections and financial analysis. In chapter five is determined the financial study that shows the projections within five years of life of the project 2014 - 2018, as well as the financial statements and financial evaluation through the analysis of the various indicators, allowing you to see the viability and sustainability of the project on the basis of their results. It also shows in the sixth chapter, administrative management, mission, vision, policies, its organization and legal norms, important elements considered for the design of the proposal of the new company. Were finally established the potential impacts that will be the implementation of the project in the economic, social, environmental, business and trade, resulting in an average impact positive on a general level.

AUTORÍA

Yo, KATHERINE PAOLA ENRÍQUEZ CASTRO, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100332918-0 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONFITERÍA A BASE DE PANELA EN EL CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y , se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma



Katherine Paola Enríquez Castro

CI: 100332918-0

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada , Katherine Paola Enríquez Castro para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONFITERÍA A BASE DE PANELA EN EL CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA” considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes, para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra, a los 16 días del mes de Diciembre del 2013.



Ing. Víctor Zea Zamora Msc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

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

Yo, Enríquez Castro Katherine Paola, C.I.100332918-0, 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 denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONFITERÍA A BASE DE PANELA EN EL CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada.

En concordancia suscrita 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.

Ibarra, a los 16 días del mes de Diciembre del 2013.



Katherine Paola Enríquez Castro

C.I. 100332918-0



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:	100332918-0
APELLIDOS Y NOMBRES:	ENRÍQUEZ CASTRO KATHERINE PAOLA
DIRECCIÓN:	Alpachaca Calle Tungurahua 10-51 y Colibrí
E-MAIL:	Katherine_pao_22@hotmail.com
TELÉFONOS:	2603-874 / 0989422200

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONFITERÍA A BASE DE PANELA EN EL CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTORA:	ENRÍQUEZ CASTRO KATHERINE PAOLA
FECHA:	16 de Diciembre del 2013
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA	(X) PREGRADO () POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR / DIRECTOR:	ING. Víctor Zea Zamora Msc.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, ENRÍQUEZ CASTRO KATHERINE PAOLA, con cédula de identidad No. 100332918-0, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material como apoyo a la educación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Art, 144.

3. CONSTANCIAS

La autora 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.

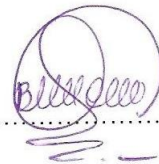
Ibarra, a los 16 días del mes de Diciembre del 2013.

EL AUTOR:



Nombre: Enríquez Castro
Katherine Paola
C.C.: 100332918-0

ACEPTACIÓN:



Nombre: Ing. Bethy Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

AGRADECIMIENTO

A todos quienes conforman la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, que me permitieron realizar mis estudios profesionales con éxito.

Agradezco a cada uno de los catedráticos que con paciencia, me impartieron sus conocimientos en especial al Msc. Víctor Zea Zamora mi asesor del trabajo de grado, mismo que me ayudó en cada uno de los puntos tratados en mi proyecto.

Finalmente agradezco a mis padres y a todas las personas que de una u otra manera colaboraron conmigo hasta la culminación del mismo.

Katherine Paola Enríquez C.

DEDICATORIA

Al haber culminado con el presente trabajo de grado me permito agradecer a Dios sobre todo por haberme dado la sabiduría y fortalezas para mantenerme segura en mis decisiones, poder enfrentar las adversidades y cumplir con las metas y objetivos propuestos como la de terminar con éxito esta linda etapa de mi vida.

De la manera más especial este proyecto se lo dedico a mis padres, Víctor René Enríquez y Amparo del Pilar Castro, que con su sacrificio me brindaron su apoyo incondicional, para la consecución de este gran logro, los mismos que con la sabiduría impartida me supieron inculcar importantes valores y que gracias a su esfuerzo hicieron posible la culminación de mi carrera.

Katherine Paola Enríquez C.

PRESENTACIÓN

El presente proyecto de investigación se titula, “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de confitería a base de panela en el Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura”, el cual, cuenta con la descripción de siete capítulos, mismos que se realizaron tomando en consideración, los pasos del procedimiento metodológico que se exige para la elaboración de proyectos económico productivos.

En el primer capítulo se realizó el diagnóstico situacional externo del entorno del proyecto, con el fin de identificar a los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades, determinándose así la factibilidad para la creación de la empresa de confitería a base de panela, a través de la observación directa realizada al sector de Urcuquí, así como a los productores de panela y publicaciones de datos actualizados por el Instituto nacional de estadísticas y censos.

En el segundo capítulo se conocerán las bases teóricas, mismas que dan apertura a las definiciones y análisis de los temas expuestos en el desarrollo del proyecto, con el fin de exponer un mayor entendimiento el contenido.

El tercer capítulo trata del estudio de mercado, en el que se realizaron encuestas a los comercializadores de confites a base de panela y sus resultados permitieron conocer y determinar la comercialización, precio, oferta, demanda y con esto la demanda potencial insatisfecha.

En el cuarto capítulo se analiza un estudio técnico e ingeniería del proyecto, mismo que establece el tamaño, macro y micro localización, además de la distribución, características físicas de la planta, cobertura de la demanda potencial insatisfecha y sobre todo se da a conocer el presupuesto técnico, para el análisis económico.

En el quinto capítulo se desarrolló y analizó las proyecciones hasta el año 2018, estados financieros y evaluadores financieros, determinándose así, la viabilidad y sustentabilidad económica financiera del proyecto a través de los resultados obtenidos.

El sexto capítulo determina la gestión administrativa del proyecto, formándose la misión, visión, organigrama y manual de funciones, con el fin de que se dé a conocer y se lleve a cabo, bajo los parámetros establecidos dentro de la legislación de la compañía.

En el séptimo capítulo, se analizan los posibles impactos que generará el desarrollo del proyecto, mismos que determinan un impacto positivo a nivel general.

Finalmente el presente estudio termina, desarrollándose las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDOS	PÁGINAS
INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO	i
SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AGRADECIMIENTO	x
DEDICATORIA	xi
PRESENTACIÓN	xii
INTRODUCCIÓN.....	25

CAPÍTULO I	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	29
Antecedentes.....	29
Objetivos diagnósticos	30
Objetivo General.....	30
Objetivos Específicos	30
Variables diagnósticas e indicadores	30
Matriz de relación diagnóstica	32
Análisis de las variables diagnósticas	33
Producción.....	33
Aspectos socio-económicos	40
Organización administrativa.....	44
Comercialización	46
Aspectos ambientales.....	47
Diagnóstico externo	50
Cruces estratégicos	51
Identificación de la oportunidad de la inversión.....	52
CAPÍTULO II	53
MARCO TEÓRICO	53
Estudio técnico	53
Tamaño del proyecto	53
Localización del proyecto.....	54
Macro-localización	54
Micro-localización	54
Infraestructura física	55
Flujograma de procesos	55
Estudio de mercado.....	57
Segmento de mercado	57
Mercado	58
Mercado Meta u Objetivo.....	58
Mercado Efectivo	59
La oferta	59
La demanda.....	60
Demanda insatisfecha	61

Mercadotecnia	61
Producto	62
Precio	62
Plaza	63
Promoción	63
Estructura organizacional	64
Administración	64
Proceso administrativo	65
Planificación	65
Organización	66
Dirección	66
Control.....	67
Empresa	67
Clasificación de las empresas	68
Según su finalidad	69
Por el sector al que pertenecen	69
Por el tamaño	70
Por la integración del capital.....	70
Por su constitución	70
Bases legales	71
Aspectos jurídicos y legales.....	72
Registro sanitario.....	72
Norma INEN	73
Manual de funciones.....	74
Organigrama.....	74
Estudio económico	75
Contabilidad.....	75
Objetivos	75
Presupuesto	76
Inversión	76
Inversión fija	76
Gastos pre-operativos	77
Capital de trabajo.....	77
Contribuyentes	77
Personas naturales.....	78
Personas naturales obligadas a llevar contabilidad.....	78
Personas jurídicas	79
Registro único de contribuyentes (RUC).....	79
Impuesto al valor agregado (IVA)	80
Impuesto a la renta	81
Estados financieros	81

Balance general.....	81
Estado de resultados	82
Estados de flujo de efectivo	83
Técnicas de evaluación financiera	83
Valor actual neto (VAN)	84
Tasa interna de retorno (TIR)	84
Beneficio /costo	85
Tasa de rendimiento beneficio – costo.....	86
Punto de equilibrio	86
Periodo de recuperación.....	86
Confitería a base de panela.....	87
Origen de los dulces	87
Concepto confitería.....	88
Utilidad	88
Características.....	89
Composición.....	89
Variedad de confites	90
Instrumentos de elaboración.....	91
Impactos	91
CAPÍTULO III	92
ESTUDIO DE MERCADO.....	92
Presentación.....	92
Identificación del producto	92
Antecedentes.....	93
Objetivos del estudio de mercado.....	93
Objetivo general	93
Objetivos específicos	94
Matriz de operacionalización de las variables	95
Población y muestra	96
Población.....	96
Cálculo de la Muestra	96
Análisis e interpretación de datos	97
Resultados de encuesta aplicada a tiendas, abastos y supermercados en la ciudad de Ibarra.	97
Análisis y proyección de la demanda.....	109

Análisis de la demanda.....	109
Proyección de la demanda	110
Análisis y proyección de la oferta.....	111
Análisis de la oferta	111
Proyección de la Oferta	112
Balance oferta – demanda.....	113
Precios	114
Marketing.....	114
Estrategias de precio	115
Estrategias de venta	115
Estrategias de publicidad.....	115
CAPÍTULO IV	116
ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO	116
Localización de la empresa	116
Macro localización	116
Micro localización	117
Tamaño o capacidad productiva del proyecto.....	118
Mercado	119
Cobertura de la demanda potencial a satisfacer	119
Infraestructura	120
Diagrama de procesos.....	121
Diagrama de actividades	121
Diagrama de flujo de actividades	123
Presupuesto técnico	127
Inversiones fijas.....	127
Resumen de las inversiones fijas.....	130
Inversión variable.....	130
Materia prima directa	131
Mano de obra directa e indirecta.....	132
Costos indirectos de fabricación	133
Inversión diferida	134
Gastos de Constitución.....	134
Gastos Administrativos	134
Gastos de Venta.....	135

Capital de trabajo del proyecto	135
Inversión pre operacional.....	136
CAPÍTULO V	137
ESTUDIO ECONÓMICO	137
Presupuesto de ingresos	137
Ingresos proyectados	137
Proyección del volumen de producción:.....	138
Proyección del precio:	138
Proyección del ingreso por ventas	139
Presupuesto de costos y gastos	139
Presupuesto de costos de producción	139
Presupuesto de gastos	142
Gastos administrativos	142
Gastos de ventas.....	143
Gasto depreciación.....	144
Amortización gastos de constitución	145
Fuentes de financiamiento.....	145
Tabla de amortización del préstamo:	145
Estados financieros proforma	146
Balance de arranque año 0.....	147
Estado de resultados proyectado.....	148
Flujo de caja proyectado.....	149
Evaluación financiera.....	150
Determinación del Costo de Oportunidad	150
Cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio.....	150
Cálculo del VAN	151
Cálculo de la TIR	152
Costo/ beneficio.....	154
Tasa de rendimiento beneficio-costos	155
Punto de equilibrio	156
Periodo de recuperación de la inversión	157

CAPÍTULO VI	158
ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA	158
Nombre y logotipo.....	158
Etiqueta	158
Elementos estratégicos	159
Misión	159
Visión.....	159
Objetivos	160
Políticas de la empresa	160
Valores corporativos	161
Estructura orgánica.....	162
Estructura funcional	163
Niveles estructurales	163
Manual de funciones.....	164
Aspecto legal para la creación de la empresa.....	172
Determinación de la forma jurídica	172
Permisos de funcionamiento:.....	172
Formación de la empresa	174
Aspecto Laboral.....	176
Seguridad industrial	180
CAPÍTULO VII	188
ANÁLISIS DE IMPACTOS	188
Impacto económico.....	189
Impacto social.....	190
Impacto ambiental	191
Impacto empresarial	192
Impacto comercial.....	193

CONCLUSIONES	195
RECOMENDACIONES	197
BIBLIOGRAFÍA	199
LINCOGRAFÍA	201
ANEXOS	202

ÍNDICE DE CUADROS

	TÍTULO DEL GRÁFICO	PÁGINA
Cuadro No. 1	Matriz de relación diagnóstica.....	32
Cuadro No. 2	Distribución de áreas de cultivo de caña.....	41
Cuadro No. 3	Distribución de áreas de cultivo de caña cantón Urcuquí.....	41
Cuadro No. 4	Actividades económicas cantón Urcuquí.....	43
Cuadro No. 5	Matriz AOOD.....	50
Cuadro No. 6	Matriz de operacionalización de las variables.....	95
Cuadro No. 7	Resultados encuesta comercialización de la panela.....	97
Cuadro No. 8	Resultados encuesta productos derivados de la panela.....	98
Cuadro No. 9	Resultados cantidad mensual de ventas.....	99
Cuadro No. 10	Resultados encuesta análisis de los proveedores.....	100
Cuadro No. 11	Resultados encuesta precios de los productos.....	101
Cuadro No. 12	Resultados encuestas beneficios nutritivos de la panela.....	102
Cuadro No. 13	Resultados encuesta comercialización nuevos productos.....	103
Cuadro No. 14	Resultados encuesta cantidad mensual adquisición del producto.....	105
Cuadro No. 15	Resultados encuesta precios disponibles a pagar.....	106
Cuadro No. 16	Resultados encuesta tipos de presentación producto.....	107
Cuadro No. 17	Resultados encuesta medios de publicidad para promocionar.....	108
Cuadro No. 18	Ibarra: Demanda anual de dulces a base de panela.....	110
Cuadro No. 19	Ibarra: Proyección de la demanda de confites a base de panela.....	111
Cuadro No. 20	Volumen de ventas de confites a base de panela en la ciudad de Ibarra.....	111
Cuadro No. 21	Proyección de la oferta.....	112
Cuadro No. 22	Balance Oferta – Demanda.....	113
Cuadro No. 23	Nivel de precios de los productos a base de panela.....	114
Cuadro No. 24	Cobertura del proyecto.....	119
Cuadro No. 25	Distribución física de la planta.....	120
Cuadro No. 26	Listado de actividades para la producción.....	122
Cuadro No. 27	Equipo de oficina.....	127
Cuadro No. 28	Equipo de computación.....	127
Cuadro No. 29	Vehículo.....	128
Cuadro No. 30	Maquinaria.....	128
Cuadro No. 31	Bienes inmuebles.....	129

Cuadro No. 32	Capacidad de la maquinaria.....	129
Cuadro No. 33	Resumen Inversión fija.....	129
Cuadro No. 34	Resumen materia prima directa.....	130
Cuadro No. 35	Personal operativo.....	131
Cuadro No. 36	Personal administrativo.....	132
Cuadro No. 37	Costos indirectos de fabricación.....	132
Cuadro No. 38	Resumen de costos variables.....	133
Cuadro No. 39	Gastos de constitución.....	133
Cuadro No. 40	Gastos administrativos.....	134
Cuadro No. 41	Gastos de venta.....	134
Cuadro No. 42	Capital de trabajo.....	135
Cuadro No. 43	Inversión pre-operacional.....	135
Cuadro No. 44	Proyección del volumen de producción.....	136
Cuadro No. 45	Proyección del precio.....	138
Cuadro No. 46	Proyección de ingresos por ventas.....	138
Cuadro No. 47	Materias primas directas.....	139
Cuadro No. 48	Mano de obra directa.....	140
Cuadro No. 49	Gastos indirectos de materia prima.....	140
Cuadro No. 50	Sueldos administrativos.....	141
Cuadro No. 51	Gastos administrativos.....	142
Cuadro No. 52	Sueldos chofer-vendedor.....	143
Cuadro No. 53	Gastos de venta.....	143
Cuadro No. 54	Proyección de depreciación de activos fijos.....	144
Cuadro No. 55	Amortización gastos de constitución.....	145
Cuadro No. 56	Tabla de amortización.....	146
Cuadro No. 57	Estado situación año 0.....	147
Cuadro No. 58	Estado de resultados.....	148
Cuadro No. 59	Flujo de caja.....	149
Cuadro No. 60	Costos de oportunidad.....	150
Cuadro No. 61	Valor actual neto.....	152
Cuadro No. 62	Tasa interna de retorno.....	153
Cuadro No. 63	Relación beneficio costo.....	154
Cuadro No. 64	Flujos netos deflactados.....	155
Cuadro No. 65	Punto de equilibrio.....	156
Cuadro No. 66	Periodo de recuperación de la inversión.....	157
Cuadro No. 67	Conformación de los socios.....	175

Cuadro No. 68	Escala de medición de impactos.....	188
Cuadro No. 69	Matriz impacto económico.....	189
Cuadro No. 70	Matriz impacto social.....	190
Cuadro No. 71	Matriz de impacto ambiental.....	191
Cuadro No. 72	Matriz de impacto empresarial.....	192
Cuadro No. 73	Matriz impacto comercial.....	193
Cuadro No. 74	Matriz impactos generales.....	194

ÍNDICE DE GRÁFICOS

PÁGINA	TÍTULO DEL GRÁFICO	
	Gráfico No. 1	Encuesta comercialización actual..... 98
	Gráfico No. 2	Encuesta Productos comercializados..... 99
	Gráfico No. 3	Encuesta cantidad mensual de ventas..... 100
	Gráfico No. 4	Encuesta proveedores..... 101
	Gráfico No. 5	Encuesta precios de los productos..... 102
	Gráfico No. 6	Encuesta beneficios de la panela..... 103
	Gráfico No. 7	Encuesta comercialización productos nuevos..... 104
	Gráfico No. 8	Encuesta adquisición mensual de productos..... 105
	Gráfico No. 9	Encuesta posibles precios..... 106
	Gráfico No. 10	Encuesta presentación del nuevo producto..... 107
	Gráfico No. 11	Encuesta medios de publicidad para promoción..... 108
	Gráfico No. 12	Mapa: cantón San Miguel de Urcuquí..... 116
	Gráfico No. 13	Croquis de micro localización..... 117
	Gráfico No. 14	Plano de la empresa de confites..... 206

INTRODUCCIÓN

A continuación se da a conocer las partes fundamentales del plan de investigación, con la finalidad de establecer la metodología a seguir:

Problema o necesidad a satisfacer.- San Miguel de Urququí, “tierra mágica de caña, trigo, fréjol y maíz” se encuentra ubicado al noroccidente de la provincia de Imbabura, con una superficie de 767 Km², limitando al Norte con la Provincia de Carchi al Sur el Cantón de Atuntaqui e Ibarra, al Este el Cantón de Ibarra y al Oeste la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas.

Aquí se encuentran paisajes verdes con espesos bosques; la cercanía con varias parroquias como Tumbabiro, Buenos Aires, San Blas, Cahuasquí y Pablo Arenas, lo vuelven interesante, dentro de un ambiente tranquilo y de antaño.

El Cantón de Urququí, disponen de ecosistemas con buenas perspectivas para la plantación de cultivos de caña de azúcar y con esto la agroindustria panelera, se encuentra diseminada a lo largo y ancho del territorio dirigido por cañicultores, lo cual se produce de manera artesanal y es la base para la elaboración de los confites del proyecto.

Se ha considerado que desde la antigüedad y debido a la necesidad del ser humano de encontrar alimentos ligeros que proporcionen energía en sus largos viajes, se consume lo que llamamos golosinas, las mismas que se encuentran elaboradas con altos niveles de azúcar, y no contienen elementos nutritivos dentro de su preparación, resultando perjudicial para la salud de quienes las consumen.

Es así, que hoy en día se identifica que la mayor parte de golosinas comerciales contienen exceso de glucosa, lípidos y carecen de nutrientes,

proteínas y vitaminas significativas para la ingesta diaria, ya que el deficiente aporte nutricional ha propiciado desordenes alimenticios especialmente en los niños, y personas que sufren de problemas gastrointestinales.

Es por esto que se plantea elaborar productos de confitería, que se caracterizan por ser considerablemente nutritivos, elaborados a base de materia prima realizada con procesos naturales como lo es la panela, obtenida de la caña de azúcar y a la vez otorgarle la calidad esperada, con el fin de dar un aporte nutritivo en cada uno de los productos que se elaboren.

Justificación del problema.- El proyecto es importante debido a que se elaborarán y comercializarán productos sanos; además de ser realizados con bases naturales y de procedencia nacional, pues su principal elemento la panela proviene de la caña de azúcar, cultivada en tierras ecuatorianas, la misma que contiene grandes cantidades de vitaminas A, B1, B2, B5, B6, C, D, E y minerales como potasio, magnesio, calcio, fósforo, hierro y zinc lo que resulta ser beneficioso para mantener una buena salud.

Además el proyecto muestra ser factible, porque nace como una opción emprendedora en el mercado, ya que su principal componente la panela será obtenida en tierras ecuatorianas, lo que permite ser fácilmente accesible ayudando de esa manera a contribuir en el desarrollo comercial y agroindustrial de la caña de azúcar en el Cantón Urcuqui, determinándose así productos elaborados con 100% de materia prima nacional.

Los beneficiarios directos es la actora del proyecto, los indirectos los cañicultores encargados de la producción de la panela en el sector y en sí la sociedad, ya que se brindará más fuentes de empleo y serán quienes finalmente se beneficien de las estrategias planteadas a través de la incorporación de lógicas de intervención.

El presente estudio es de interés, porque nos permite tener un conocimiento más amplio de los nuevos métodos de producción y comercialización aplicados en el mercado y es original porque es un tema que no ha sido realizado anteriormente ni presentado en ningún grado y calificación profesional.

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de confitería a base de panela en el Cantón Urcuqui, Provincia de Imbabura.

Objetivos específicos:

- a. Realizar un diagnóstico situacional de los productores de panela en el Cantón de Urcuqui.
- b. Elaborar las bases teóricas que ayuden a sustentar el proyecto a través del análisis e información bibliográfica actualizada.
- c. Desarrollar un estudio de mercado, que permita conocer la aceptación en el cliente de los productos de confitería a base de panela.

- d. Formular una propuesta de producción y comercialización a través de un estudio técnico.

- e. Diseñar una estructura administrativa así como funcional de la empresa, con la finalidad de determinar las diferentes dependencias, funciones, objetivos y políticas de la organización.

- f. Realizar la evaluación financiera y económica utilizando los diferentes evaluadores financieros que permitan determinar la rentabilidad del proyecto.

- g. Analizar la influencia de los diferentes impactos que generará la realización del proyecto en los ámbitos económicos, sociales, comerciales, ambientales y empresariales.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

San Miguel de Urququí, “tierra mágica de caña, trigo, fréjol y maíz” se encuentra ubicado al noroccidente de la provincia de Imbabura, con una superficie de 767 Km², altitud desde 800 a 4.400 msnm., temperatura 17^o.C. promedio, limitando al Norte con la Provincia del Carchi al Sur el Cantón de Atuntaqui e Ibarra, al Este el Cantón de Ibarra y al Oeste la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas.

Aquí se encuentran paisajes verdes con espesos bosques; la cercanía con varias parroquias como: Tumbabiro, Buenos Aires, San Blas, Cahuasquí y Pablo Arenas, lo vuelven interesante, dentro de un ambiente tranquilo y de antaño.

Aunque cuenta con tan solo 767 kilómetros cuadrados, el cantón Urququí, perteneciente a la provincia de Imbabura, es famoso y reconocido a nivel nacional e internacional por su gran diversidad y agrupación de recursos naturales así como la cordialidad de sus habitantes, que lo distinguen como un especial atractivo para los turistas nacionales y extranjeros.

El Cantón de Urququí, dispone de ecosistemas con buenas perspectivas para la plantación de cultivos de caña de azúcar y con esto la agroindustria panelera se encuentra diseminada a lo largo y ancho del territorio dirigida por cañicultores, lo cual se produce de manera artesanal y va a ser la base para la elaboración de los confites del proyecto ya que su alto consumo se difunde en todos los estratos sociales del país.

1.2 Objetivos diagnósticos

1.2.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico estratégico externo del entorno del proyecto, para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar los sistemas de producción que se utilizan en el procesamiento de la panela.
- Determinar las características socio-económicas de los habitantes del sector.
- Identificar los sistemas de organización existentes.
- Detectar las formas de comercialización para la panela.
- Analizar el medio ambiente.

1.2.3 Variables diagnósticas e indicadores

A continuación se identifican las principales variables con sus respectivos indicadores:

a) Producción

- Forma de producción.
- Tecnología.
- Control de calidad.
- Materia Prima.
- Mano de Obra.
- Volumen de producción.

b) Aspectos socio - económicos

- Aspectos demográficos.
- Actividades económicas.
- Servicios básicos.

c) Sistemas de organización

- Formas de administración.
- Políticas y normas de control.

d) Comercialización

- Tipo de mercado.
- Canales de distribución.

e) Aspectos Ambientales

- Contaminación.
- Manejo de desechos.

1.2.4 Matriz de relación diagnóstica

Cuadro No. 1

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	PÚBLICO META
Analizar los sistemas de producción que se utilizan en el procesamiento de la panela.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Forma de producción • Tecnología • Control de Calidad. • Materia prima • Mano de Obra • Volumen de producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Observación Directa. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productores de panela.
Determinar las características socio-económicas de los habitantes del sector.	Aspectos socio-económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos demográficos • Actividades económicas. • Servicios básicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ INEC ➤ Ordenanzas Municipales ➤ MAGAP
Identificar los sistemas de organización existentes.	Sistemas de organización	<ul style="list-style-type: none"> • Formas de organización. • Políticas y normas de control. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Publicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productores de panela ➤ BPM (Buenas Prácticas de Manufactura).
Detectar las formas de comercialización para la panela.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de mercado. • Canales de distribución 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Observación Directa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productores de panela.
Analizar el medio ambiente.	Aspecto ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación. • Manejo de desechos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Observación directa. • Publicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productores de panela. ➤ BPM (Buenas Prácticas de Manufactura).

FUENTE: Planteamiento de objetivos, variables e indicadores

ELABORADO POR: La Autora

1.2.5 Fuentes de información

Para la realización del diagnóstico situacional, se ha considerado, la información proporcionada por los habitantes del sector, autoridades correspondientes como la Junta Parroquial y productores de panela del cantón de Urcuquí, además de los datos obtenidos de otras fuentes de información como publicaciones del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), Ordenanzas Municipales, MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca) y observaciones directas en el sector de la investigación.

1.3 Análisis de las variables diagnósticas

1.3.1 Producción

a) Forma de producción

La forma de producción de panela de acuerdo a los productores se realiza de la siguiente manera:

➤ Molienda o Extracción

El proceso de elaboración de la panela se inicia con la cosecha manual de la caña y su traslado en animales de carga o carretones al trapiche. La caña es cortada entre los 12 y los 30 meses de edad.

Para la producción de la panela en el sector de Urcuquí se utiliza la caña de tipo (Campo Brasil y Puerto Rico), debido a que esta es mucho más dulce y aún más suave, la caña de azúcar es una planta tropical y se desarrolla mejor en lugares calientes y soleados si las temperaturas

resultan ser bajas la caña tiene menor eficiencia lo que es perjudicial para el proceso de elaboración de la panela.

Se prosigue a la extracción del jugo de la caña misma que se lleva a cabo en diversos tipos de molinos, con una capacidad que varía desde media tonelada / hora en los de tracción animal hasta siete toneladas en los más avanzados.

El molino es una máquina con tres rodillos, por los cuales se pasa la caña para hacer la extracción del jugo o guarapo y separarlo del bagazo.

➤ **Clarificación y Limpieza**

La limpieza del jugo se efectúa tradicionalmente en un tipo de baldes, provistos o no de cedazo en la parte superior. Actualmente se está introduciendo el uso del pre-limpiador. Este implemento asegura una mejor filtración de los baldes, eliminando hasta el 97% de las impurezas.

Consiste en un tanque de forma rectangular, de un metro de largo por 30 cm. de ancho y 60 de altura, con fondo en forma de V y una tabla retenedora de impurezas cercana a un extremo. Las impurezas más pesadas como la arena y el lodo se van al fondo.

Los residuos livianos y el bagacillo flotan formando un colchón. El jugo limpio sale por la parte del centro.

El jugo obtenido de la molienda de la caña en la producción de panela se compone de sólidos solubles y el resto agua.

En la clarificación, se complementa exclusivamente mediante la adición de lechaza de cal al jugo, cuando se ha iniciado el proceso de calentamiento, debido a que la cal neutraliza dicha acidez y forma grumos espumosos de impurezas que son eliminadas mediante un cucharón

metálico de fondo perforado, colocado al extremo de una vara en el proceso denominado descachazado.

Esta cachaza debe eliminarse antes de que el jugo comience a hervir. La adecuada separación de cachaza garantiza un producto de mejor calidad.

➤ **Concentración**

Esta fase consiste en elevar el contenido de azúcar en el jugo. La manera como se lleve a cabo este proceso incide directamente en la textura final de la panela.

La concentración se efectúa con la ayuda de hornos quemadores del bagazo de la misma caña, que calientan uno o varios recipientes en los cuales se limpian, clarifican, evaporan y concentran los jugos de la caña, hasta obtener la melaza, que permiten fabricar la panela. Esta concentración se efectúa en simples toneles metálicos en los trapiches.

➤ **Punteo**

Es la fase mediante la cual se da el punto final a la miel para obtener la panela, se verifica en la última paila. También es posible untar manteca o aceite para evitar que el líquido concentrado se pegue a las paredes de la paila y se queme el producto, incrementando su coloración.

El punto de la panela lo establece el operario experto de varias formas:

1. Sobre el cucharón cuando la miel no corre.
2. Al batir la miel con el cucharón, en el aire se forman órbitas.

3. Se toma un poco de miel con la uña y se lleva a la boca para ver si se cristaliza.
4. Se forma una bola, luego se vota al suelo y si suena al chocar, está a punto.

Una vez en el punto se deposita la miel en una batea. Allí, la miel se bate constantemente a fin de que aclare y enfríe. A medida que avanza la operación, la miel se hincha, luego parece que fuera a hervir, finalmente se seca.

La masa casi fría se vierte en moldes, cuadrados o redondos, y se deja enfriar completamente. Posteriormente, se retira el molde y la panela redonda, de 3 libras de peso, se empaca en mancuernas de cuatro unidades envueltas con hojas secas de caña. La panela cuadrada, de 1.5 libras de peso, se empaca en mancuernas de ocho unidades.

➤ **Almacenamiento.**

Para el almacenamiento de la panela, se la realiza en cuartos cerrados, apilada sobre hojas secas de caña.

b) Tecnología

Los equipos utilizados en la elaboración de la panela son sencillos, justificándose así la ubicación de los trapiches en zonas rurales apartadas, lo que dificulta enormemente el mantenimiento y operación de instalaciones más complejas, misma que requieren de mano de obra especializada.

Los productores de panela utilizan los siguientes equipos:

1. **Trapiche.-** Es el molino en donde se procesa la caña.
2. **Bagazo.-** Es el residuo de la caña aplastada.
3. **Sedimentador.-** Es el que extrae el jugo de la caña.
4. **Posas.-** Son recipientes donde permanece la caña después de todo el proceso.
5. **Horno.-** Es un lugar donde se calienta la caña, ya para salir sin ningún bagazo.
6. **Moldes.-** Estos nos indican que la panela ya está lista para colocarse.

c) **Control de Calidad**

El criterio generalmente aceptado para evaluar la calidad de la panela se refiere a cuatro factores principales:

- sabor,
- color,
- uniformidad y
- dureza.

Los productores de panela se rigen bajo el reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), ya que este resalta la importancia de un sistema de control y aseguramiento de la calidad en las técnicas de fabricación del producto, el cual debe cubrir todas las etapas del proceso desde la recepción de la materia prima hasta la distribución de los productos terminados.

En la mayoría de los casos no se reúnen las condiciones higiénicas y sanitarias requeridas en la producción. Por ejemplo, cuando no se dispone de un área de batido, moldeo y empaque de la panela, caracterizada como tal, al producto se adhieren impurezas e insectos, además de la contaminación que producen personas extrañas al proceso y animales domésticos si lo hubiera.

En la extracción de los jugos de la caña, el bagazo que no se usa como combustible se pone en un sitio adecuado y en un lugar alejado del trapiche para producir abono natural o biológico por medio de procesos como el compostaje, que luego se utiliza como fertilizante en el mismo cultivo de la caña. En este caso los productores de panela secan este bagazo y lo utilizan como combustión para poner en funcionamiento sus hornos.

d) Materia Prima

Dentro del Reglamento Ecuatoriano para productores de panela se manifiesta que no debe aceptarse materias primas e ingredientes que contengan parásitos ni sustancias tóxicas, además deben ser almacenadas en sitios separados de la producción, también en lo que se refiere al agua esta debe ser potabilizada.

Las materias primas e insumos en la agroindustria panelera se identifican de los siguientes tipos:

La caña de azúcar, los mucílago vegetales (lino) y cal (carbonato), asimismo en el caso de la caña se inicia el proceso lo más pronto después de la cosecha, para evitar el aumento de los microbios que causan deterioro, en cuanto al mucílago vegetal debe estar libre de impurezas y finalmente se revisa la calidad de la cal y demás aditivos en

el proceso para garantizar que no contribuyan a una contaminación en el producto final.

e) Mano de Obra

En la agroindustria panelera en la cual se da la evaporación de grandes cantidades de agua, el manejo de la caña de azúcar, de bagazo, leña, moldes, etc., el personal debe usar ropa de trabajo específica para el proceso necesario.

El personal que trabaja en estas unidades productivas por lo general lo constituyen hombres, además solamente 4 trabajadores son fijos para cada proceso; entre propietarios, administradores y personal que laboran para los mismos; el resto es transitorio y se contrata al comienzo de la producción.

En una planta de producción, generalmente trabajan con un mínimo de 12 trabajadores y con un máximo de 15. Los trabajadores suelen repartirse de la siguiente manera: 2 para la recepción de caña, 1 para la extracción de jugo, 1 a cargo de los pre limpiadores, 2 a cargo de las pailas, 1 a cargo del molde, batido, cernido y empaque, 2 trabajan en el transporte de bagazo y una persona para la alimentación del horno. En cuanto al centro de secado, empaque y almacenamiento suelen trabajar 3 personas como mínimo. No necesariamente se requieren de este número de trabajadores, pues depende de las necesidades que disponga la planta.

Los obreros no reciben ningún tipo de capacitación, pero tienen experiencia en la fabricación de panela. Solo conocen por instrucciones de los encargados de la planta, la obligatoriedad del uso de indumentaria, que por lo general son gorras y botas de caucho.

f) Volumen de Producción

De los datos obtenidos en las zonas productoras de panela de acuerdo al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP, 2010), se analiza que en el sector de Urcuquí se producen 279 hectáreas de caña de azúcar únicamente destinadas para el uso de panela, tornándose un volumen de producción de 892.800 panelas semanales aproximadamente, generándose una gran producción de panela que abastece los mercados locales y nacionales.

1.3.2 Aspectos socio-económicos

a) Aspectos demográficos

De acuerdo al censo poblacional, el Cantón Urcuquí cuenta con 16.397 habitantes para el año 2013.

La panela es un producto de primera necesidad y por ende está orientada a todos los sectores sociales, además de ser un producto natural que puede ser perfectamente consumido por personas con deficiencias médicas.

Según estadísticas del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP) y al último censo agropecuario, en la provincia de Imbabura existen 2.994 Ha. sembradas, 2.069 Ha. Cosechadas, 294.332 tallos por metro de producción en tallo fresco.

En el ámbito nacional, la panela es un producto que se consume en prácticamente todas las provincias del Ecuador, destacándose las

provincias de Imbabura y Pastaza como los máximos productores en nuestro país.

Cuadro No. 2
Distribución de las áreas del cultivo de caña en la provincia de Imbabura

Cantones	Hectáreas de caña
Ibarra	1.897,30
Antonio Ante	75,45
Pimampiro	9,28
Urcuquí	1.011,97
TOTAL	2.994

FUENTE: Último censo agropecuario MAGAP 2010.
ELABORADO POR: La Autora

Se ha considerado al último censo agropecuario, el mismo que demuestra que en su mayoría el área del cultivo de caña es en el Cantón de Urcuquí, con 1.011,97 hectáreas y la provincia de Imbabura con un total de 2.994 hectáreas, de las cuales 279 hectáreas son para la producción únicamente de panela.

Cuadro No. 3
Distribución de las áreas del cultivo de caña para uso de panela en el Cantón de Urcuquí

Provincia	Cantón	Parroquia	Comunidad	Cultivo	Has.	Variedad
Imbabura	Urcuquí	Urcuquí	Cabecera Cantonal	Caña de azúcar	60	Campo Brasil
Imbabura	Urcuquí	Pablo Arenas	Centro	Caña de azúcar	200	Campo Brasil
Imbabura	Urcuquí	Pablo Arenas	Centro	Caña de azúcar	15	Puerto Rico
Imbabura	Urcuquí	Urcuquí	Comunidad Coñaquí	Caña de azúcar	4	Campo Brasil

FUENTE: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP, 2010)
ELABORADO POR: La Autora

Según datos obtenidos del MAGAP, en el Cantón Urcuquí, se identifica a las parroquias en donde se produce la caña de azúcar únicamente destinada hacia productos de panela, considerando que la parroquia de mayores hectáreas de cultivo es Pablo Arenas con un total de 215 Has.

b) Actividades económicas

Dentro de las actividades que realizan los habitantes del sector son la agricultura y ganadería, los productos que se cultivan son desde el clima frío hasta el subtropical así se tiene: papas, maíz, ocas, mellocos, morochillo, trigo, habas, cebada, banano, fréjol, caña de azúcar, yuca, papaya, naranjilla, entre otros.

En cuanto a la ganadería, existe la crianza de ganado vacuno, porcino, caballo y lanar. Existen microempresas que producen lácteos y todos los derivados de la leche que posee buen valor nutricional.

El Cantón de Urcuquí es un territorio rico en recursos naturales, atractivos turísticos, recursos hídricos, como ríos, lagunas, fuentes de agua termal, vestigios arqueológicos, grupos étnicos y diferentes manifestaciones culturales que enriquecen su patrimonio e identidad cultural.

Todos estos ejes permiten impulsar el objetivo de establecer micro emprendimientos turísticos en las diferentes comunidades rurales del cantón, y de esta manera alcanzar el mejoramiento económico de todos sus habitantes.

Cuadro No. 4

Cantón San Miguel de Urququí: Actividades económicas por sectores

Sectores	Ramas económicas	%
Primario	<ul style="list-style-type: none"> • Agricultura, ganadería, caza, silvicultura. 	68,5%
Secundario	<ul style="list-style-type: none"> • Industrias manufactureras • Suministro de electricidad, gas y agua. • Construcción. 	4,3% 0,3% 4,0%
Terciario	<ul style="list-style-type: none"> • Comercio al por mayor y menor. • Hoteles y restaurantes. • Transporte, almacenamiento y comunicaciones. • Intermediación financiera. • Actividades inmobiliarias. • Administración pública y defensa. • Enseñanza • Actividades de servicio social y de salud. • Otras actividades comunitarias. • Hogares con servicio doméstico. 	4,8% 0,5% 2,2% 0,1% 0,6% 1,6% 1,9% 0,6% 1,0% 5,4%
No declarado		3,7%
Trabajador nuevo		0,4%
TOTAL		100%

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

ELABORADO POR: La Autora

Se puede evidenciar que dentro de las actividades económicas en el sector Urcuquí en su mayor índice, se encuentran las del sector primario con el 68,5%, confirmando que, las principales actividades en la que se dedican los habitantes del cantón son: la agricultura, ganadería y silvicultura, el mismo que dentro de los distintos sectores se encuentra en un alto nivel de ocupación poblacional.

c) Servicios Básicos

El cantón cuenta con todos los servicios básicos de agua potable, de riego, saneamiento, energía eléctrica, telecomunicaciones y alcantarillado. Regulándose el adecuado aprovechamiento del agua potable y alcantarillado dentro del Cantón San Miguel de Urcuquí.

De esta manera el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, se rige a los lineamientos que por ley se establecen dentro de los estatutos de la Constitución de la República, velando porque dichos servicios se presten de la mejor manera y que cada familia, organizaciones administrativas e instituciones públicas o privadas dispongan de estos servicios.

1.3.3 Organización administrativa

a) Formas de Organización

Los productores de panela en Imbabura se rigen bajo la Asociación de Paneleros del Norte (APROPANOR).

Además existen algunas comunidades en el sector de Urcuquí, que son: San Blas, Tumbabiro, Pablo Arenas, Imbaya, regidas por la Unión de Organizaciones Campesinas de Urcuquí (UNORCUR) que disponen cultivos que abarcan 200 Has. beneficiando directamente a 80 familias e indirectamente a 150 familias.

b) Políticas y Normas de Control

Las organizaciones paneleras y organizaciones artesanales que se dedican a la obtención de este producto, ya han tomado en cuenta la reglamentación ecuatoriana e internacional BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), dentro de su producción, debido a que gran porcentaje de la panela que se produce en el país tiene como objetivo el mercado extranjero y han obligado a los productores que tomen en cuenta requerimientos de calidad, no solo como requisito sino como valor agregado.

De todos modos aún en su mayoría existen productores pequeños dentro del sector panelero del cantón y la provincia, que aún no toman en cuenta dichas disposiciones y aún manejan un proceso que no se rige a reglamentos constituidos dentro del país.

Las BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), son un conjunto de principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de verificar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuya los riesgos inherentes a la producción.

1.3.4 Comercialización

La comercialización de panela se encuentra dentro de una estructura de competencia imperfecta, específicamente corresponde a un oligopolio, producto homogéneo, pocos vendedores y muchos compradores, las actividades de un vendedor afectarán a los demás, afectando al precio.

En Ecuador se estima un nivel de desarrollo, hacia programa de mejoramiento de la agroindustria panelera en por lo menos 9 provincias del Ecuador: Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Bolívar, El Oro, Guayas, Azuay, Loja y Cañar; se ha asimilado esta tecnología, estimando un incremento anual de consumo de al menos el 3 % anual en los próximos 5 años, subiendo el consumo a factores muy deseables, además se genera un incremento en la demanda para la industria en un 2 %, según estadísticas realizadas por el Programa de Negocios Rurales Inclusivos (PRONERI, 2010) y el Manual de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM, 2010).

a) Tipo de mercado

La producción de panela se destina, casi en su totalidad al mercado nacional, se estima que menos del 1% se utiliza como insumo en procesos industriales y cerca del 0,1% se destina a la exportación datos obtenidos del Manual de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM, 2010).

En la actualidad la panela tiene aceptación mayoritaria dentro de los mercados nacionales y extranjeros, por tratarse de un producto natural y constituye uno de los ingredientes básicos de la mayoría de comidas, se identifica en especial en los mercados populares encontrándose sobre todo la panela en bloque, cilindros, pulverizados o molidos; siendo las

únicas presentaciones como producto fresco sin ningún procesamiento donde la caña es la materia prima principal para la obtención de estos productos.

b) Canales de Distribución

Un canal de distribución está formado, por personas y compañías que intervienen en el traspaso de la propiedad de un producto a medida que éste pasa del fabricante al consumidor final, haciéndolo de manera directa o a través de intermediarios.

Para la distribución de la panela intervienen una cadena larga de agentes comercializadores como lo son: (el acopiador, el mayorista y el minorista o detallista).

1.3.5 Aspectos ambientales

El sector panelero, es una agroindustria que transforma el jugo de la caña en un producto sólido llamado panela. Este proceso requiere una infraestructura que de alguna manera genera un impacto ambiental, ya que para su actividad necesita hacer uso de materiales como los combustibles que se dirigen a la atmósfera a través de gases desarrollados en la combustión, así como de otros recursos naturales, como son el agua y algunas especies vegetales utilizadas.

a) Contaminación

La agroindustria panelera por los procesos que conlleva afecta en parte la perspectiva del medio ambiente, ya que desde la misma ubicación del terreno para el cultivo de la caña hasta la obtención de la panela, está afectando el equilibrio del ecosistema.

Actividades como la tala de árboles para el establecimiento del cultivo, la preparación del terreno y la aplicación de agroquímicos para su manejo, el uso de llantas y leña como combustibles, sumado a la baja eficacia de los procesos de combustión y transferencia de calor en la hornilla, que generan cambios negativos en la calidad ambiental.

La industria por su accionar diario, genera residuos especialmente los derivados de la molienda de la caña, que son: el bagazo, aunque este resulta ser un desecho orgánico no peligroso es utilizado en el horno para el cocinado como fuente de energía calórica; la combustión que este genera al cocinar el guarapo, afecta a la salud de las personas que trabajan dentro de la fábrica y a la vez se contamina el aire.

Además del bagazo, se utilizan una serie de combustibles auxiliares, tales como: leña, llantas, carbón mineral, los cuales producen graves problemas de contaminación, debido a la emisión de gases tóxicos.

Se establece que, los mayores impactos ambientales se dan en los eslabones de producción y procesamiento. En el eslabón de producción los impactos ambientales de relevancia son: la erosión de suelo y la deforestación y en el eslabón de procesamiento, la contaminación a la que se expone el producto en su proceso de elaboración como

consecuencia de la deficiente infraestructura y las inadecuadas condiciones higiénicas sanitarias, que afectan directamente la calidad del producto.

b) Manejo de desechos

Los residuos vegetales y otros productos originados durante el proceso, deben utilizarse o eliminarse de tal manera que no contaminen el ambiente.

En la extracción de los jugos de la caña el bagazo, que no se usa como combustible se pone en un sitio adecuado y en un lugar alejado del trapiche, para producir abono natural o biológico por medio de procesos como el compostaje, que se utiliza como fertilizante en el mismo cultivo de la caña.

1.4 Diagnóstico externo

Cuadro No. 5

Matriz AOOR

<p>Aliados</p> <ul style="list-style-type: none">• Suficiente producción de panela en el sector.• Inversionistas dispuestos a invertir en el proyecto.• Gran variedad de proveedores.• Facilidad de financiamiento.• El apoyo de la comunidad.	<p>Oponentes</p> <ul style="list-style-type: none">• Competencia de productos similares.• Cambios en la legislación.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Demanda del producto.• Productos sanos sin químicos.• Se puede comercializar en todos los establecimientos comerciales de alimentos.	<p>Riegos</p> <ul style="list-style-type: none">• Incremento en los costos de los materiales.• Informalidad en la producción de panela.• Cambios de cultivos.

ELABORADO POR: La Autora

1.4.1 Cruces estratégicos

a) Aliados y Riesgos (A.R.)

Si se aprovecha la suficiente producción de panela en el sector, se puede evitar la informalidad en la producción de la agroindustria panelera.

Al existir el apoyo de la comunidad, se podrá realizar convenios con los productores de caña destinada para la panela y evitar posibles cambios de cultivos.

La existencia de varios proveedores, permitirá que haya una disminución en los costos de los materiales.

b) Oponentes y Riesgos (O.R.)

Con la elaboración de un plan estratégico para posibles cambios en la legislación, se podrá evitar la informalidad en la producción de panela.

Si se obtiene materiales de calidad y a bajo costo, se otorgará un mayor valor agregado al producto, y se podrá superar a la competencia de productos similares.

c) Oponentes y Oportunidades (O.O.)

Al existir demanda potencial, la competencia de productos similares no ocasionará un fuerte efecto negativo en la comercialización del producto. Por ser productos sanos y que se pueden comercializar en todos los establecimientos comerciales, el cambio en la legislación no constituirá una consecuencia desfavorable para la comercialización.

d) Aliados y Oportunidades (A.O.)

Al contar con suficiente producción de panela en el sector, permitirá realizar la cantidad necesaria del producto para que se pueda cubrir la demanda en el mercado.

Por la amplia acogida de comercialización del producto en todos los establecimientos comerciales de alimentos, existen inversionistas dispuestos a invertir en el proyecto.

La gran variedad de proveedores que ofrecen materia prima de calidad y naturalmente elaborada, permitirán que se elaboren productos sanos y libres de químicos.

1.5 Identificación de la oportunidad de la inversión

Después de haberse realizado el diagnóstico situacional aplicado en la presente investigación, se determina que, el cantón Urcuquí cuenta con suficiente producción de panela dentro de las zonas productoras del mismo, pues dispone de ecosistemas con buenas perspectivas para la plantación de cultivos de caña de azúcar permitiendo la expansión de la agroindustria panelera y su alto consumo en todos los estratos sociales del país.

Se considera además, que en el cantón de Urcuquí, existen las condiciones suficientes para la conformación de un proyecto económico productivo, a base de la panela, con el fin de aprovechar este recurso, en donde se oferten fuentes de trabajo que permitan mejorar los niveles de vida de los habitantes del sector.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Estudio técnico

(Uribe, 2007, pág. 45). Expresa: *“El estudio en la ingeniería del proyecto abarca la descripción técnica del producto, su incidencia ambiental, la escogencia del proceso de producción, instalaciones, maquinaria y equipo e insumos a utilizar en la elaboración del producto”*.

En un proyecto de inversión, se realizará un estudio técnico, con el fin de analizar la tecnología necesaria para la elaboración de los bienes y servicios dentro de la empresa, además de permitirnos comprobar la disponibilidad técnica de cada uno de ellos.

De esta manera, con un estudio técnico nos permitirá medir los niveles de eficiente y eficacia de todos los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado, tratando de optimizar adecuadamente el empleo de los recursos.

2.1.1 Tamaño del proyecto

Las empresas para desarrollar un correcto proceso productivo, necesitan conocer varios aspectos entre ellos: la capacidad a instalar, su ubicación y distribución.

Ante la existencia de varias alternativas que permiten determinar el tamaño del proyecto, se considera aquellas que permiten cubrir adecuadamente el mercado objetivo.

2.1.2 Localización del proyecto

Toda empresa necesita un domicilio fiscal, que les permita a sus clientes identificarla fácilmente, con el fin de que los mismos adquieran el producto o servicio que esta ofrezca.

Así se puede decir que, la localización del proyecto permite determinar el lugar donde se ubicará, comprendiendo las zonas geográficas amplias hasta poder llegar a aquellas más pequeñas para poder determinar lugares exactos con la finalidad de especificar un lugar o sitio preciso.

2.1.3 Macro-localización

Al momento de realizar la macro localización, identificaremos la zona grande o general que abarca la ubicación de la empresa, tomando en cuenta los aspectos sociales y nacionales del lugar investigado.

2.1.4 Micro-localización

En la micro localización, se considerará el lugar óptimo, a través de la selección del sitio preciso, mismo que resultará ser el más ventajoso para el desarrollo del proyecto productivo; ya que el inversionista busca que el lugar de implantación cuente con las condiciones y herramientas requeridas como: costos de transporte, disponibilidad, costos de insumos,

ventajas fiscales, infraestructura en vías, servicios público, comunicación, hospitales, colegios, entre otros con el fin de ubicar su proyecto en un lugar de fácil acceso y adquisición de sus recursos.

2.1.5 Infraestructura física

La infraestructura física para un proyecto es importante, debido a que le permitirá a la empresa desarrollar sus actividades de manera adecuada, es decir, permitirá aprovechar al máximo los recursos de la empresa, a través de una amplia estructura técnica, correctas instalaciones tecnológicas, necesarias para el cumplimiento de las condiciones establecidas dentro del reglamento empresarial y legal dispuesto para el desarrollo de una entidad.

2.1.6 Flujo grama de procesos

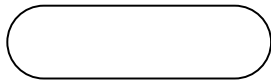
(Evans & Lindsay, 2008, pág. 663). Menciona: *“Un flujo grama o diagrama de flujo identifica la secuencia de actividades o flujo de materiales e información en un proceso, ayudando a la gente a entender el proceso con mayor objetividad”*.

Para conocer el proceso a seguir dentro de una actividad a desarrollar, es importante realizar el flujo grama o diagrama de flujo, mismo que representa una esquematización, que de manera ordenada muestra los procesos, identificando las actividades a seguir ayudando de esta manera a entender el sistema de producción dentro de la entidad.

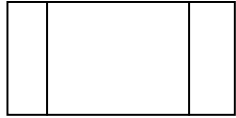
Para elaborar un flujo grama, se deben utilizar los símbolos descritos a continuación:

Símbolo

Significado



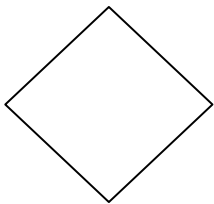
Inicio/Fin



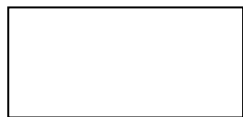
Revisión o inspección



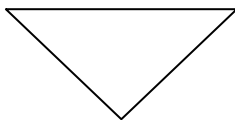
Documento



Decisor



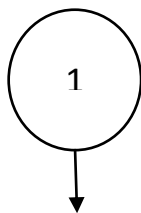
Proceso



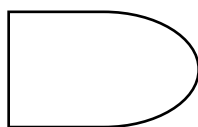
Almacenamiento interno



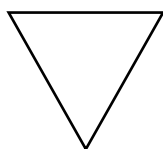
Varios documentos



Conector



Demora



Almacenamiento

A partir de estos símbolos se pueden diseñar mapas de procesos dentro de las técnicas administrativas de la empresa, que facilitan la identificación de todas las partes intervinientes y la forma en que participan, además el flujo grama en una empresa es una de las principales herramientas de esquematización, análisis y mejora de procedimientos, con el fin de determinar un modelo a seguir dentro de la constitución de la entidad.

2.2 Estudio de mercado

(Rodríguez, 2008, pág. 86). Dice: *“El estudio de mercado consiste en el análisis, la determinación y la organización de las actividades que permiten resolver eficazmente diferentes cuestiones ¿Dónde?, ¿Cuándo?, ¿Por medio de quién?, ¿A través de qué?”*.

En un estudio de mercado, se deberá analizar una investigación a través de la realización de encuestas y procedimientos estadísticos que se llevarán a cabo dentro del sector investigado, con el objeto de obtener información, la misma que nos dará a conocer lo que desea el mercado hacia el cuál nuestro producto o servicio va dirigido, además de mostrarnos una visión clara, de cómo promocionarlo y bajo que parámetros ubicarlo en el mercado.

2.2.1 Segmento de mercado

(Gutérrez, 2008, pág. 48). Afirma:

La segmentación de mercados es un proceso de división del mercado en subgrupos que sean lo más homogéneos internamente y, a la vez, lo más diferentes entre sí para realizar una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita satisfacer de forma efectiva sus necesidades, y así alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

Como su nombre lo indica un segmento de mercado divide al mismo en grupos más pequeños, identificando en sí las características o aspectos similares de un mismo grupo de personas y de esa manera distinguir en donde se colocaran dichos productos o prestar los servicios, tratando de implementar y dirigir la estrategia más adecuada para lograrlo.

2.2.2 Mercado

El bien o servicio que de oferta y demanda, necesita estar en un sitio o lugar establecido, con el fin de realizarse el intercambio de los productos, por un valor determinado y en un tiempo estimado, tomando en cuenta las normas y demás características para efectuarse una adecuada negociación y correcto acuerdo de compra y venta.

El mercado se subdivide en:

- ✓ Mercado meta u objetivo y
- ✓ Mercado efectivo.

- **Mercado Meta u Objetivo**

Dentro del mecanismo de oferta y demanda en el mercado meta u objetivo, se debe considerar hacia dónde va dirigido el bien o servicio, para esto se deberá tomar en cuenta principales aspectos como lo son: la edad y distintos aspectos demográficos, además de los gustos y preferencias, características que nos permitirán conocer las mejores estrategias de mercado y llegar al público objetivo.

- **Mercado Efectivo**

En el mercado efectivo, se requiere de una demanda y oferta efectiva, es decir que los bienes y servicios deben responder potencialmente a las necesidades del cliente y estén totalmente a su alcance, considerando que sus precios, diseños, volumen, calidad, etc., sean los esperados por el cliente.

2.2.3 La oferta

(Keat & Young, 2011, pág. 83). Manifiesta: *“La oferta se define como las cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a vender a distintos precios dentro de cierto periodo al mantenerse constantes otros factores distintos al precio”*.

A la oferta, se la relaciona como las cantidades de productos o servicios que los vendedores o proveedores deciden ofrecer en el mercado al cual se dirigen, tomando en cuenta el precio y el tiempo destinado para realizar dicha transacción, de tal manera que se satisfagan las necesidades o deseos de las personas.

En la oferta se deberán considerar varios factores entre ellos los siguientes:

- a) **La tecnología.-** debido a que esta incide en los costos del producto y por lo tanto aumentan los precios ofrecidos del mismo.

- b) Las expectativas.-** que tengan los empresarios del bien o servicio en un futuro.
- c) La curva de la oferta.-** determina como aumenta o disminuye el precio y la cantidad de un bien.

Estos elementos son una base importante, pues permitirán conocer cómo y bajo qué condiciones se ofertará el producto o servicio, así como los parámetros de precios y cantidades determinadas para los mismos.

2.2.4 La demanda

(Díaz & Sellers, 2010, pág. 102). Manifiesta: *“Demanda es el volumen total que sería adquirido de dicho producto por un grupo de compradores determinando, en un periodo de tiempo fijado y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados”*.

Cuando se habla de la demanda, se refiere, a la cantidad de bienes o servicios que pueden ser adquiridos, considerando a la vez factores como los precios y el tiempo estimado por los consumidores. Además de reflejarse la voluntad y sobre todo la capacidad económica para que el bien o servicio pueda ser adquirido.

Dentro de la demanda se identificarán tres factores importantes los cuales son: el producto, el mercado y el tiempo, los mismos que deben ser combinados correctamente para que pueda existir demanda.

- **Demanda insatisfecha**

En la demanda insatisfecha, se refiere a que lo producido u ofrecido no alcanza para cubrir todos los requerimientos que necesita el mercado, quiere decir cuando hay más compradores que vendedores, lo que no permite satisfacer en su totalidad con los productos o servicios a los diferentes tipos de mercado hacia los que se encuentra dirigido el mismo.

La demanda insatisfecha a su vez puede clasificarse en diferida y perdida, cuando se trata de la demanda diferida, quiere decir a aquella que se encuentra aplazada, mientras que la perdida es la que produce la pérdida del cliente que demanda el bien o servicio.

2.2.5 Mercadotecnia

(Kotler, 2008, pág. 11). Menciona: *“La mercadotecnia es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo y obtener así una utilidad”*.

La mercadotecnia permitirá mantener un canal de comunicación entre empresas y personas, ya que será importante conocer la información y a la vez las exigencias de los consumidores en relación a los productos y servicios que se necesiten y ofrezcan, de esta manera las empresas podrán determinar los mecanismos a seguir para llegar correctamente al mercado hacia donde el bien o servicio irá dirigido.

Dentro de la mercadotecnia se tiene en cuenta los factores a continuación descritos:

a) Producto

Cuando hablamos de producto nos referimos a todo bien o servicio que se muestra y ofrece en el mercado, que además deseamos tenerlo por propio gustos o preferencia, este encierra muchas características que permiten al consumidor decidirse y adquirirlo, con el fin de satisfacer las necesidades y deseos del cliente; entre las características del producto se mencionan al diseño, la calidad y sin olvidar la marca factores importantes a la hora de adquirir un nuevo bien o servicio.

Además se determinan decisiones del producto que implican políticas establecidas como:

- a) Cartera de productos.
- b) Marcas, modelos y envases.
- c) Desarrollo de servicios relacionados.
- d) Diferenciación del producto.
- e) Planificación de nuevos productos.
- f) El ciclo de vida del producto.

b) Precio

El precio se muestra como una cantidad monetaria, la misma que, permite adquirir el producto dentro del proceso de oferta - demanda, sin embargo no únicamente es la cantidad o valor que se paga, sino también, el tiempo utilizado para adquirirlo, además el precio significa mucho en la adquisición de un determinado bien o servicio, ya que por lo general un alto precio en varias circunstancias es sinónimo de la buena calidad del bien o servicio ofertado.

Además se debe considerar que los precios son procesos cambiantes, los mismos que deben ser analizados por las empresas que los determinan, ya que su estructura se cambia a través del tiempo y debe ser ajustado para estar a disposición de los clientes.

c) Plaza

Una empresa debe identificar bien los canales de distribución que le permitirán llegar al mercado, dependiendo de las características del bien o servicio y sobre todo hacia que personas irá dirigido.

Es así que, la plaza es el lugar en el que se reúnen compradores y vendedores, con la finalidad de ofertar y demandar un bien o servicio, es decir se realizan varias actividades comerciales tratando de satisfacer las diversas necesidades que tienen los clientes, así como los gustos y preferencias de las personas a cambio de un cantidad de dinero por el bien o servicio adquirido.

d) Promoción

Para que el mercado se entere de la existencia de una determinada empresa y lo que está a su vez ofrece, es necesario que se dé a conocer y también dar a conocer los productos o servicios a disposición, de la misma manera se deberá presentar la imagen que presenta hacia el mercado al cual irá dirigido, es decir, establecer estrategias de venta, para que de esta manera se desarrolle en el tiempo, a través de las mejoras que logre tanto internas como externamente.

De esta manera se puede decir que cuando se promociona, se comunica y así se persuade al cliente logrando así establecer un mecanismo de oferta y demanda.

2.3 Estructura organizacional

La estructura organizacional permite a la empresa ordenar las partes de la organización, para que de esta manera pueda realizar los propósitos establecidos dentro de la misma, en este punto se determina las responsabilidades a las que se deberá enfrentar la organización, tomando en cuenta los lineamientos establecidos dentro de las leyes determinadas para la correcta operación organizacional.

2.3.1 Administración

(Robins & Decenzo, 2009, pág. 5). Manifiestan: *“El término administración se refiere al proceso de conseguir que se hagan las cosas con eficiencia y eficacia, a través de otras personas y junto a ellas”*.

La administración, permitirá el desarrollo de las cosas a través de un proceso, con el fin de que estas se realicen bajo las normativas esperadas y que las actividades se cumplan de una manera rápida y correcta, sin olvidarse de mantener una óptima utilización de los recursos, mismos que serán puestos a disposición de las personas, los mismos que ayudarán a la consecución de los objetivos.

2.3.2 Proceso administrativo

(Rodríguez, Muñoz, & García, 2009, pág. 147). Manifiestan: “*Se denomina al procedimiento administrativo a la serie ordenada de actos que sirve de cause formal a la actividad administrativa. Constituyendo el medio a través del cual las potestades administrativas se materializan en un resultado jurídico concreto*”.

El proceso administrativo da una visión funcional a la empresa, misma que permitirá ordenar cada una de las actividades que se realizan en todos los niveles jerárquicos que formarán parte de la entidad, con el fin de conseguir los objetivos esperados de una manera eficaz y eficiente.

a) Planificación

(González, 2012, pág. 5). Menciona: “*La planificación permite racionalizar el proceso y recoger los aspectos a potenciar o a cambiar a lo largo de su puesta en marcha y ofrecer una gama de procedimientos, métodos y esquemas de cara a un óptimo desarrollo*”.

Es decir cuando se planifica se lo hace con el fin de anticipar estrategias, para que de esta manera se desarrollen las actividades dentro de la empresa a lo largo de su puesta en marcha, tratando de esta manera de lograr correctamente los objetivos propuestos dentro de la organización.

La planificación resulta ser importante para el desarrollo de las estrategias planeadas en base a los objetivos determinados, para esto deberán considerar los distintos métodos a utilizar para su correcto proceso y logro.

b) Organización

(Aramburo & Rivera, 2008, pág. 15). Afirman: *“La organización se expresa como el proceso o la función de organizar, es decir la que se encarga de diseñar la estructura administrativa y de lograr que se desarrolle una actividad de forma eficiente y eficaz, respecto de los objetivos pretendidos”*.

Dentro de las funciones desarrolladas en la organización, se determina la forma ordenada de realizar las actividades y procesos en la empresa, con el fin de lograr los objetivos propuestos de la mejor manera, estableciendo relaciones de coordinación, para que las personas que lo integran cooperen de la mejor manera y en el tiempo esperado de acuerdo a lo planeado dentro de la organización.

c) Dirección

(García & Navarro, 2012, pág. 69). Dice. *“Es la acción e influencia interpersonal del administrador para lograr que sus subordinados obtengan los objetivos encomendados, mediante la toma de decisiones, la motivación, la comunicación y coordinación de esfuerzos”*.

Cuando se refiere a la dirección de la empresa se debe realizar un proceso continuo, que permita gestionar los diversos recursos productivos, con la finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa, mediante una adecuada toma de decisiones y además de la coordinación de los múltiples esfuerzos que fortalecerán las actividades a realizarse dentro de la empresa u organización.

d) Control

(González, 2012, pág. 79). Dice: *“Es el proceso para asegurar que las actividades reales se ajusten a las actividades planificadas. Permitiendo mantener a la organización o sistema en buen camino”*.

Una misión muy importante dentro de las organizaciones, es la de detección de los diversos errores dentro del proceso y las actividades realizadas, sobre todo es importante determinar las distintas opciones de medidas correctoras, mismas que colaborarán en la consecución de los objetivos, para que de esa manera se aseguren de que las cosas se hagan de acuerdo a las expectativas esperadas y planeadas dentro de la organización.

2.3.3 Empresa

(Aramburo & Rivera, 2008, pág. 216). Afirma. *“La empresa es una abstracción que refleja la producción de bienes por su cuenta, en la cual se integran un conjunto de elementos asociados a algunas ideas empresariales”*.

Como empresa se determina a un lugar que además debe encontrarse legalmente constituido, en la cual se manejan aquellos recursos materiales, humanos, tecnológicos y financieros con el fin de que se realice un producto o servicio y se obtenga un beneficio económico.

Será importante tomar en cuenta las condiciones y maneras de conformar una empresa, debido a que este es el sitio o lugar que ayudará a promover el desarrollo y crecimiento de la economía dentro de un país y de esa manera mejorar el status del mismo, originando el progreso

humano, promoviendo bienes a la sociedad y permitiendo la satisfacción de las necesidades de los demandantes.

La importancia de la empresa se evidencia tanto en los aspectos:

- a) Económicos; porque se genera ingresos y recursos financieros, los mismos que se consideran un beneficio rentable y a la vez ayuda a mejorar la productividad de la empresa y que la misma, constantemente busque su innovación.
- b) Sociales; debido a que a través de la creación de empleos y el logro de los determinados objetivos, mejora de la calidad de vida de las personas y
- c) Políticos; porque ayuda a dar estabilidad económica a todo un país, con la creación de empleos y generación de riqueza que permite el estatus, desarrollo y progreso de la nación.

Tomando en cuenta los diferentes aspectos que conlleva el consolidar una empresa, mismos que muestran la importancia y alto nivel de necesidad para conformarla, con el fin de buscar el crecimiento y desarrollo del país, se logra identificar la estabilidad tanto en los aspectos económicos como sociales lo que ha permitido alcanzar los objetivos y con esto el logro de las metas planteadas.

2.3.4 Clasificación de las empresas

Las empresas tienen diversas formas en las que se encuentran clasificadas de acuerdo a su fin común, entre ellas se encuentran las siguientes:

a) Según su finalidad

Con fines de lucro.- Aquellas empresas que se crean con fines económicos, instituidas para producir bienes y servicios rentables, compuestas por personas que desean multiplicar su capital y obtener beneficios.

Sin fines de lucro.- Se refiere a aquellas que manejan recursos, obtienen beneficios pero no obtienen utilidades, es decir su fin es totalmente social.

b) Por el sector al que pertenecen

Primarias.- Corresponden a aquellas empresas, que en sus actividades utilizan recursos en estado netamente natural, como es el caso de las empresas ganaderas o agrícolas.

Secundarias.- Se caracterizan por realizar la transformación de la materia prima, a través de un determinado proceso, como es el caso de las fábricas textiles o metalúrgicas.

Terciarias.- Se refiere a las actividades que proporcionan servicios, como es el caso de los Bancos, las empresas de seguros, Hotelería, etc.

Cuaternarias.- Se denomina, a las empresas relacionadas con la informática y las comunicaciones.

c) Por el tamaño

Microempresa.- Pueden tener entre 1 a 5 trabajadores o vender de 0 a 2.400 USD. utilidades anuales.

Pequeña empresa.- Tienen de 6 a 50 trabajadores o vender de 2.401 USD. a 25.000 USD. utilidades anuales.

Mediana empresa.- Posee entre 50 a 400 empleados o venden alrededor de 25.001 USD. y 100.000 USD. al año.

Gran empresa.- El número de trabajadores es de más de 400 trabajadores y sus ventas anuales son mayores a 100.001USD.

d) Por la integración del capital

Públicas.- Son las que se constituyen con el capital del Estado, además de ser creadas sin finalidad de lucro.

Privadas.- Empresas que legalmente se constituyen con capital de personas naturales o jurídicas y a la vez persiguen finalidad de lucro.

Mixtas.- Son empresas que requieren tanto del capital privado como del público, así su marco legal es determinado por los dos sectores.

e) Por su constitución

Sociedades de capital y persona.- Son aquellas que se encuentran constituidas de la siguiente manera:

1. Colectivas.

2. De hecho.
3. En comandita simple.
4. De responsabilidad limitada.
5. Cooperativas.
6. Individuales.

Sociedades de capital.- Se las denomina a las:

1. Sociedades anónimas y,
2. En comandita compuesta.

2.3.5 Bases legales

Para una empresa la constitución de bases legales determina la situación legal necesaria, para constituir la formación de dicha organización, es así que se toma en cuenta los siguientes puntos:

- a) Nombre o razón social.
- b) Figura jurídica.
- c) Representante legal.
- d) Constitución legal.
- e) Número de socios.
- f) Capital inicial.

2.4 Aspectos jurídicos y legales

Para formar una institución o empresa, es indispensable que la misma cuente con los permisos y registros necesarios para su normal funcionamiento, para ello se ve en la necesidad de acatar lo que la ley establece.

2.4.1 Registro

La empresa debe conformar un registro de la propiedad, un registro civil, de carácter oficial, en el que se pueden inscribir para posterior verificación pública, los derechos de propiedad sobre los bienes inmuebles, así como todos los demás derechos reales que recaigan sobre ellos.

2.4.2 Registro sanitario

De acuerdo al código de salud todos los alimentos procesados sean naturales o con aditivos químicos, deberán ser analizados para que se les otorgue el permiso respectivo de producción y comercialización, con el fin de que los mismos no perjudiquen a la salud de las personas.

El informe técnico favorable para el otorgamiento del Registro Sanitario podrá ser emitido por el Instituto Nacional de Higiene y Medicina.

Para este propósito, el Ministerio de Salud Pública realizará, directamente o a través de terceros debidamente acreditados, inspecciones y análisis de control de los productos sujetos a Registro Sanitario, en forma periódica o aleatoria de oficio o como consecuencia de denuncia presentada por cualquier persona, natural o jurídica, o por iniciativa de

cualquier organismo o dependencia estatal, conforme al reglamento correspondiente.

Por lo tanto para que el producto se pueda comercializar sin restricciones, es necesario que se tomen en cuenta las normas legalmente establecidas, con el fin de salvaguardar la salud y comercialización de productos sanos.

2.4.3 Norma INEN

Todos los productos deben ser realizados con la calidad esperada por los consumidores, debido a que las persona tienen derecho a disponer de bienes y servicio de óptima calidad y a la vez elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Para obtener el certificado se deberá especificar lo siguiente:

- a) Nombre del producto.
- b) Marca comercial.
- c) Modelo, tipo o serie cuando corresponda.
- d) Razón social del fabricante.
- e) Dirección de oficinas y de la planta.
- f) Nombre del representante legal de la empresa.
- g) Norma Técnica de Referencia del producto.

Se verificará por un período de 6 meses, que el producto cumpla permanentemente con la Norma Técnica de Referencia.

Se deberá considerar que el Certificado de conformidad con sello de calidad INEN otorgado a un producto, tiene una vigencia de 2 años cuando se otorga por primera vez y de 3 años en las renovaciones.

2.4.4 Manual de funciones

Toda empresa necesita estar organizada y bajo los parámetros legalmente establecidos en la ley de compañías, para esto se requiere plasmar la manera de cumplir las actividades dentro de la organización, la misma que servirá como guía para todo el personal, además permite tener una interrelación con los diferentes procesos, responsabilidades y funciones.

Es así que el manual, se considera una herramienta necesaria para el desarrollo de las funciones ya que facilitará de una manera óptima el proceso de las funciones administrativas y operativas de la empresa.

2.4.5 Organigrama

(Ureña, 2010, pág. 6). Afirma. “Un organigrama es una representación gráfica de la organización del establecimiento; identificando aquellos cargos o niveles que pueden suprimirse o modificarse, además de verificar que no existan funciones duplicadas”.

Las personas que integran el proceso dentro de toda organización necesitan conocer los elementos, posiciones y funciones para entender la estructura interna de la organización, ya que este es uno de los factores claves para lograr con éxito los objetivos.

2.5 Estudio económico

2.5.1 Contabilidad

(Martínez, 2009, pág. 15). Afirma: “*La contabilidad es la ciencia que estudia el patrimonio en sus aspectos estático y dinámico, cualitativo y cuantitativo empleando diversas técnicas para registrar los hechos económico - financieros*”.

La contabilidad nos permite facilitar la toma de decisiones dentro de la empresa, a través de los resultados obtenidos en los procesos contables, con el estudio de aspectos relacionados al patrimonio y la situación financiera de la entidad, ayudando de esta manera a comprender los resultados presentes en la misma.

a) Objetivos

La contabilidad debe cumplir con los siguientes objetivos:

1. Proporcionar Información económica a los dueños, accionistas entre otros.
2. Promover la eficiencia administrativa.
3. Evaluación de políticas internas.
4. Apoyar a la administración en la toma de decisiones.
5. Evaluar la aplicación de controles administrativos previamente establecidos.
6. Determinación de precios de ventas.
7. Evaluar el control interno.

8. Evaluar la situación económica y los resultados operacionales.

2.5.2 Presupuesto

(Ayuso & Barrachina, 2011, pág. 219). Manifiestan: *“El presupuesto es la expresión cuantitativa de un plan de acción. Es una herramienta para la coordinación, ejecución y control de los diversos planes de una organización”*.

Para una empresa el presupuesto es la planificación fundamental, pues constituye un elemento importante para la puesta en marcha de la empresa, ya que es utilizado como un medio administrativo y sirve de medio para la determinación de metas, coordinando los hechos reales de la organización.

2.5.3 Inversión

Cuando se realiza una inversión, se procede a destinar ciertos bienes a una determinada actividad, con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo, es decir el empleo de capital en algún tipo de actividad o negocio.

a) Inversión fija

Se considera a aquellos recursos tangibles como: terrenos, muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc., además de los no tangibles como: gastos de estudio, patente, gastos de constitución, etc., necesarios para la realización del proyecto.

2.5.4 Gastos pre-operativos

Los gastos pre-operativos se utilizan cuando se crea una nueva empresa o cuando apenas se está poniendo en marcha, puesto a que corresponde a las erogaciones en que se debe incurrir en la etapa previa al inicio de las operaciones, es así que se consideran a los registros de empresas honorarios de abogados, gastos de propaganda, estudio técnico, honorarios de consultores, gastos de viaje, instalaciones provisionales, gastos de capacitación entre otros.

2.5.5 Capital de trabajo

(Profit Ltda., 2012, pág. s.f.). *“Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo”.*

El proceso de las actividades económicas dentro de una empresa, requieren de la existencia de recursos financieros, mismos que deberán estar disponibles al corto plazo, esto supone determinar con cuantos recursos cuenta la empresa para poder operar.

2.5.6 Contribuyentes

(SRI, 2011, pág. 37). Dice: *“Es quien según la Ley debe soportar la carga tributaria, al darse el hecho generador, es decir, cuando reúne las características establecidas en la legislación tributaria”.*

Al hablar del contribuyente, se refiere a la persona física o jurídica a quien la ley le asigna una obligación tributaria, es decir es la persona obligada

al pago de tributos, tasas o contribuciones especiales, con el fin de contribuir al financiamiento del Estado.

2.5.7 Personas naturales

(SRI, 2011, pág. 44). Manifiesta: *“Son todos los individuos nacionales y extranjeros que realizan actividades económicas en nuestro país”*.

Son todos los individuos nacionales o extranjeros que realicen actividades económicas en nuestro país y cuyos ingresos o capital son mayores a los establecidos por el Servicio de Rentas Internas.

2.5.8 Personas naturales obligadas a llevar contabilidad

(SRI, 2011, pág. 44). Afirma:

Son todos los individuos nacionales y extranjeros que realizan actividades económicas en nuestro país y cuyos ingresos brutos son mayores a \$100.000,00 al año, o su capital de trabajo sea mayor a el \$60.000,00, o cuyos costos y gastos anuales hayan sido superiores a \$80.000,00.

Las personas obligadas a llevar contabilidad, deben cumplir las leyes y reglamento determinados por el Servicio de Rentas Internas (SRI), para que de esta manera puedan ejercer sus actividades económicas sin contradicciones a la ley.

2.5.9 Personas jurídicas

(SRI, 2011, pág. 44). Establece:

Son las sociedades; este grupo comprende a todas las instituciones del sector público, a las personas jurídicas bajo control de la Superintendencia de Compañías y de Bancos, las organizaciones sin fines de lucro, los fideicomisos mercantiles, las sociedades de hecho y cualquier patrimonio independiente del de sus miembros.

Las personas jurídicas de acuerdo a lo manifestado en el Servicio de Rentas Internas son las sociedades con o sin ánimo de lucro, quienes cumplen con un objetivo social, además deberán adquirir derechos y contraer obligaciones.

2.5.10 Registro único de contribuyentes (RUC)

(SRI, 2011, pág. 51). Dice: *“El Registro Único de Contribuyentes es el instrumento base de la administración tributaria, sirve para la determinación y la identificación de los contribuyentes”*.

El RUC es el (Registro Único de Contribuyentes), permite que se reconozca a los contribuyentes que realizan actividades comerciales, con el fin de que los mismos actúen responsablemente y cumplan con las disposiciones establecidas en la ley acerca de sus pagos.

Para obtener el RUC, es necesario cumplir con los siguientes datos:

- a) Nombre o razón social.
- b) Domicilio fiscal.

- c) Actividad económica.
- d) Números de teléfonos.
- e) Fecha de inicio de actividades.
- f) Responsables del cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- g) Otros.

2.5.11 Impuesto al valor agregado (IVA)

(SRI, 2011, pág. 79). Determina:

El IVA es un impuesto que grava la transferencia de bienes y servicios entre las personas que están bajo el régimen tributario ecuatoriano, es decir, se impone sobre todas las etapas de comercialización de productos y de prestación de servicios.

Este elemento es considerado como un tributo de naturaleza indirecta, que recae sobre el consumidor final y grava las adquisiciones de bienes y servicios efectuados por empresarios y profesionales; en nuestro país este impuesto tiene una base sobre la cual se calcula su valor, las tarifas establecidas son 12% y 0% y se declara mensualmente de acuerdo al noveno dígito del RUC (tarifa 12%) y cada seis meses (tarifa 0%).

Para el desarrollo de cualquier actividad es necesario, considerar este impuesto, debido a que es una obligación de quienes realizan las actividades comerciales.

2.5.12 Impuesto a la renta

(SRI, 2011, pág. 91). Dice: *“El Impuesto a la renta grava la ganancia que obtienen en el país las personas naturales o las sociedades, nacionales o extranjeras, como resultado de sus actividades económicas”*.

Este impuesto grava la utilidad en un ejercicio fiscal, comprendido desde el 1 de enero al 31 de diciembre; es decir corresponden a los ingresos de una persona natural en un año después de restar los costos y gastos.

2.5.13 Estados financieros

Los estados financieros, son aquellos informes que son utilizados por las instituciones o empresas para informar de la situación económico-financiera y los cambios que experimenta la misma.

2.5.14 Balance general

(Hernández, 2006, pág. 38). Manifiesta: *“El balance general es el estado financiero que contiene, los activos, los pasivos y el valor contable que tiene un sociedad en un momento dado”*.

El balance general, muestra ser un resumen de todo lo que la empresa tiene, de lo que debe, de lo que le deben, y de lo que realmente le pertenece al propietario, a una fecha determinada.

Contiene los siguientes elementos:

1. Membrete o portada.
2. Fecha del ejercicio contable.
3. Nombre de las cuentas que intervienen.

4. El registro de cantidades.

2.5.15 Estado de resultados

(Greco, 2007, pág. 227). Afirma:

Es aquel en el que se exponen las cuentas que originan, por un lado, ingresos y ganancias, y por el otro, las de egresos y pérdidas, con el fin de determinar por diferencia, el resultado final de la actividad durante el ejercicio contable.

Dentro del análisis económico de la empresa es importante determinar y analizar el estado de resultados, debido a que nos permitirá recoger los resultados contables del ejercicio, a través de la separación de los gastos e ingresos en distintas categorías y obtener el efecto antes y después de impuestos y determinara la utilidad al final del periodo.

Sus elementos son los siguientes:

1. Nombre o Razón Social.
2. Nombre del Estado Financiero.
3. Fecha (periodo al que corresponden los resultados).
4. Ingresos Operacionales.
5. Costos.
6. Gastos Operacionales.
7. Resultado del ejercicio.
8. Ingresos no Operacionales u Otros ingresos.
9. Gastos no operacionales u otros gastos.
10. Resultado Final.
11. Participantes y cálculos de impuestos.
12. Firmas de legalización.

2.5.16 Estados de flujo de efectivo

(AUDITRA, 2008, pág. 167). Manifiesta:

El estado de flujo de efectivo informa sobre el origen y la utilización de los activos monetarios representativos de efectivo y otros activos líquidos equivalentes, clasificando los movimientos por actividades e indicando la variación neta de dicha magnitud en el ejercicio.

A pesar de ser uno de los estados más complejos de realizar, es muy básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación, en si este estado muestra la capacidad de la empresa para generar efectivo.

Sus elementos son los siguientes:

1. Nombre o razón social.
2. Nombre del Estado Financiero.
3. Flujo del efectivo por actividades operativas
4. Flujo de efectivo por actividades de inversión.
5. Flujo de efectivo por actividades financieras.
6. Aumento neto en efectivo y sus equivalentes.
7. Firmas de legalización.

2.5.17 Técnicas de evaluación financiera

Una técnica de evaluación financiera, permite obtener resultados para la toma de decisiones empresariales, a través de la utilización de varias herramientas de uso general.

2.5.18 Valor actual neto (VAN)

(García & Navarro, 2012, pág. 211). Mencionan: “*El valor actual neto (VAN) de un proyecto de inversión se define como la suma de los valores actualizados de todos los flujos de caja asociados a la realización de esa inversión, menos el desembolso inicial*”.

Este valor nos permite determinar la rentabilidad en términos de dinero, con un poder adquisitivo presente del proyecto planteado, de esta manera nos ayudará a conocer si el proyecto es factible o no, considerando a un VAN positivo.

Además se considera los siguientes criterios de aceptación:

1. Si el VAN es mayor a 0, el proyecto es factible.
2. Si el VAN es igual a 0, este es indiferente.
3. Si el VAN es menor a 0, el proyecto no se efectúa.

Matemáticamente se expresa de la siguiente manera:

1. $VAN = <Inversión> + \sum FC / (1+i)^n$.
2. FC= Flujos de caja proyectados.
3. I= Tasa de descuento.
4. n= Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

2.5.19 Tasa interna de retorno (TIR)

(Besley & Eugene, 2008, pág. 356). Comenta: “*La TIR se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto sea igual que el monto inicial invertido*”.

Es decir la tasa interna de retorno es un indicador que muestra rentabilidad, a través del cual se decide sobre el mejor escenario para realizar una inversión.

Existen tres clases de TIR:

1. Económica cuando la inversión tiene solo aporte propio.
2. Financiera cuando la inversión es con financiamiento.
3. Real solo analiza el flujo de caja (FC) proyectados.

Si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto; de no ser este el caso, se le rechaza. Este criterio indica si la empresa está recibiendo, por lo menos, el rendimiento requerido.

2.5.20 Beneficio /costo

(Jácome, 2005, pág. 96). Expresa: *“Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos para lo cual sirve de insumo los ingresos proyectados en el flujo de caja (cuando el B/C es > que 1 tenemos un adecuado retorno)”*.

Este indicador demuestra el valor de recuperación de la inversión en tiempos establecidos, fijándose así la conveniencia del proyecto a través de los ingresos y gastos generados en el mismo, es decir que nos indicará cuales son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{Ingresos}}{\text{Egresos}}$$

2.5.21 Tasa de rendimiento beneficio – costo

Esta tasa nos muestra, el valor de recuperación por cada unidad de dólar ganada, considerando la suma de los flujos deflactados sobre la inversión inicial.

2.5.22 Punto de equilibrio

(Keat & Young, 2011, pág. 448). Dice: *“El punto de equilibrio es la cantidad de ingreso a la cual la empresa no incurre en utilidades ni en pérdidas”*.

Al analizar el punto de equilibrio se demostrará que la empresa no obtendrá ni ganancias, ni mucho menos pérdidas, es decir se mantiene neutro, además se deberá recordar que es válido para el año 1 del proyecto, debido a que si este es más tardío es menos cierto.

Fórmula:

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{\frac{\text{Costos Variables}}{-1} \text{ Ventas}}$$

2.5.23 Periodo de recuperación

(Profit Ltda., 2012, pág. s.n.) *“El Periodo de recuperación, también denominado payback, paycash, payout o payoff, indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión, con la ganancia que genera el negocio. Es una cantidad de meses o años.”*

En el periodo de recuperación se identifica el tiempo que tomará en cuenta la empresa, para poder obtener su capital o inversión inicial.

Puede calcularse en forma simple, sumando los resultados netos al monto de la inversión inicial, hasta llegar a cero.

Este indicador permitirá conocer el tiempo aproximado, en el que la inversión realizada se recuperará dentro de la vida útil del proyecto.

2.6 Confitería a base de panela

2.6.1 Origen de los dulces

- **Introducción**

Con el comienzo de la edad media, los viajeros preparaban una pasta dulce y jugosa con pulpa de fruta y cereales pulverizados, incluso los antiguos egipcios preparaban sus caramelos mezclando miel y fruta, y moldeándolos de muy diversas formas. Pero es de la India de donde procede el descubrimiento de usar azúcar para elaborarlos, allí se produjo por primera vez azúcar sólido.

El nombre de caramelo procede del descubrimiento de la caña de azúcar, también llamada “caña de miel” que en latín la denominaban “canna melis” y que finalmente dio lugar a “caramelo”. Con la caña de miel se desarrollaron nuevas y mejores técnicas de repostería.

2.6.2 Concepto confitería

(Madrid, 1999, pág. 21). Dice. *“Confitería son aquellos productos preparados cuyos ingredientes fundamentales son los azúcares comestibles, además pueden contener frutos secos, aceites, grasas comestibles, leches y sus derivados principales”*.

Los confites se consideran como productos obtenidos al recubrir distintos núcleos de productos alimenticios con azúcares, coberturas, chocolates y otros ingredientes o aditivos permitidos, los mismos que hacen que estos se vuelvan al buen gusto de los paladares de las personas que los consumen.

Se determina que la confitería, es el proceso de elaborar los distintos dulces, basados en varios elementos edulcorantes y azúcares que lo integran como parte fundamental de su elaboración y contenido, los mismos que ayudan al producto a obtener distintas variedades a través de la diversidad de componentes que los integran.

Es importante considerar que los dulces a más de contar con aportes significativos de energía, deben mantener un compuesto natural como la panela, determinando a este como un ingrediente con aportes nutritivos y sin químicos.

2.6.3 Utilidad

Los dulces permiten que suba los niveles de energía de nuestro organismo y más aún si este se encuentra compuesto por la panela ingrediente principal, que resulta ser el azúcar más pura y sana, por lo tanto el proceso que se trata para la preparación de los dulces en base a panela son totalmente naturales, nutritivos y con vitaminas contenidas en la misma.

2.6.4 Características

- a) Los productos de confitería deben estar en perfectas condiciones de consumo.
- b) Materias primas como la panela que no estén alteradas, adulteradas o contaminadas.
- c) Estar exentas de materias extrañas de gérmenes o toxinas o de aquellos otros microbios que por su número o especialidad pueden provocar alteraciones al consumidor.
- d) Una excelente presentación es la de estar colocados en bandejas, cajas, envases o envolturas en condiciones técnicas apropiadas, con materiales que resistan los tratamientos de procesado y limpieza.

2.6.5 Composición

Es importante determinar los elementos que componen los diferentes tipos de confites entre ellos se identifican los siguientes:

1. **Azúcares.**- Como ingredientes básicos se encuentran azúcares comestibles, fácilmente digeribles como la glucosa, fructosa, galactosa, maltosa, lactosa y sacarosa, a los que deben su sabor dulce.
2. **Aditivos autorizados.**- Generalmente edulcorantes, como el sorbitol, jarabe de sorbitol, manitol, entre otros; colorantes, como la curcumina, amarillo de quinoleína, cochinilla, luteína; potenciadores

del sabor, como el ácido cítrico, málico, que nunca deberán exceder las concentraciones permitidas de acuerdo a la legislación vigente.

3. **Otros ingredientes.**- Agua, frutos secos, regaliz, miel, gelatina, aceite y grasas comestibles, leche, huevos, almidones, féculas, harinas, licores, fruta, mermeladas, jarabes, etc., resultando una larga lista de ingredientes de lo más variado.

2.6.6 Variedad de confites

La variedad existente en cuanto a formas, variedades y aromas, junto con la característica común en todos ellos de su sabor dulce, resulta demasiado tentadora para los consumidores más jóvenes.

- a) Confites frutales.
- b) Lentejas de chocolate.
- c) Confites de almendras.
- d) Garrapiñada de almendras.
- e) Almendras con chocolate.
- f) Avellanas con chocolate.
- g) Maní con chocolate.
- h) Bolitas rellenas con dulce de leche bañada en chocolate.
- i) Tramontana (Galletitas bañadas en chocolate).
- j) Mini galletitas bañadas en chocolate.
- k) Confite de maní.
- l) Cereal bañado con chocolate.

- m) Confite plateado.
- n) Grageas frutales para pastelitos.

2.6.7 Instrumentos de elaboración

- a) Paila de cobre electrolítico, labrada a torno.
- b) Estructura portante de acero al carbono pintada con esmaltes especiales para altas temperaturas.
- c) Sistema de agitación mecánica o sistema de agitación manual con paleta de madera dura.
- d) Sistema de calentamiento a gas (natural o envasado) con mechero radial.
- e) Sistema de volcado mediante paila basculante con freno amortiguador.

2.6.8 Impactos

Las empresas dentro de sus desarrollos de producción generan impactos sean estos; positivos o negativos considerados en los diferentes aspectos ambientales, económicos, sociales, educativos y empresariales, esto debido al rol de actividades y recursos materiales que día a día serán utilizados en el mismo proceso.

Considerándose que en el ejercicio de cualquier actividad a desarrollar dentro de una empresa, sería necesario determinar un plan de estratégico con el fin de mitigar los posibles impactos y de reducir el nivel de daño de esta manera fortalecer las expectativas que generen mayor utilidad y desempeño.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

La empresa tiene como objetivo elaborar dulces a base de panela para ser comercializados en la ciudad de Ibarra como meta inicial, y a toda la provincia de Imbabura como meta a mediano plazo, por lo tanto es necesario el desarrollo de un estudio de mercado, a través de información suficiente, misma que permitirá cuantificar la demanda, la oferta y los precios. Además de efectuarse las proyecciones para la vida útil del proyecto, destacando el comportamiento de las variables relacionadas a los confites dentro del entorno.

De la misma manera es importante conocer la cuantificación de la demanda insatisfecha, así se buscará el mercado del producto que se pretende elaborar y poner a disposición de los consumidores.

Se realizará también el análisis de la competencia y los canales de distribución del bien a producir.

3.2 Identificación del producto

Confitería a base de panela, son confites elaborados de forma natural además de contar con los nutrientes provenientes de la misma

panela, ya que esta se encuentra elaborada de la caña de azúcar aportando nutrientes esenciales para la salud.

La producción de dulces en el país es una de las actividades más importantes del sector de alimentos debido a que abarca una serie de productos que por su alto contenido nutricional son considerados indispensables para la nutrición del ser humano.

3.3 Antecedentes

Para conocer el mercado en donde se colocará el producto se aplicó los instrumentos de investigación, como son las encuestas a tiendas, abastos y supermercados de la ciudad de Ibarra.

Para la recopilación de la información y desarrollo de dicha investigación se utilizaron las técnicas de encuesta aplicadas a propietarios, así como la Investigación Secundaria, que consistió en la obtención de estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) sobre la proyección total de tiendas, abastos y supermercados de la ciudad de Ibarra.

3.4 Objetivos del estudio de mercado

3.4.1 Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda y el nivel de aceptación del producto en los posibles consumidores.

3.4.2 Objetivos específicos

- Analizar y proyectar la demanda y la oferta de confites a base de panela.
- Determinar la demanda insatisfecha.
- Analizar los precios.
- Identificar los canales de comercialización del producto.

3.4.3 Matriz de operacionalización de las variables

CUADRO No. 6

Matriz de operacionalización de las variables

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
Analizar y proyectar la demanda de confites a base de panela.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de compra • Cantidad total demandada • Proyección de la demanda 	Encuesta Investigación Investigación	Clientes INEC INEC
Analizar y proyectar la oferta de confites a base de panela.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Volumen de producción • Cantidad ofertada total • Proyección de la oferta. 	Encuesta	Clientes
Determinar la demanda insatisfecha.	Demanda Insatisfecha	<ul style="list-style-type: none"> • Balance Oferta-Demanda 	Observación	Análisis
Analizar los precios.	Precios	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de precios. 	Encuesta	Clientes
Identificar los canales de comercialización del producto.	Canales de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de precio • Estrategias de venta • Estrategias de publicidad. 	Encuestas Observación	Clientes Competencia productos similares.

ELABORADO POR: La Autora

3.4.4 Población y muestra

a) Población

Para el desarrollo del presente proyecto, se toma en cuenta a los negocios que expenden productos alimenticios en la ciudad de Ibarra entre ellos los que comercializan confites, con una población total de negocios de 2.615 establecimientos siendo 1.308 tiendas, abastos y supermercados que se dedican a la venta al por mayor y menor, además de todo lo correspondiente a Micro mercados, los demás están distribuidos en restaurantes, hosterías y hoteles.

b) Cálculo de la Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se va a emplear la siguiente fórmula, tomando en cuenta a las estadísticas presentadas por fuente INEC (Base censo 2010) en relación a las tiendas, abastos y supermercados, que establecen un promedio total de 1.308 establecimientos comerciales.

$$n = \frac{(N) (0,25) (Z^2)}{e^2 (N-1) + (0,25) (Z^2)}$$

Nomenclatura:

n= Tamaño de la muestra.

N= Población.

E= error máximo admisible 0,05%.

Z²= Nivel de confianza.

δ²= Varianza.

Cálculo:

$$n = \frac{(1.308) (0,25) (1,96)^2}{0,0025(1.308-1) + (0,25) (1,96)^2}$$

$$n = 297,12$$

$$n = 297,12$$

n= 297 locales comerciales (Ibarra)

El resultado de la muestra en el cantón de Ibarra arroja un total de 297 locales comerciales, entre tiendas, abastos y supermercados que serán encuestados de una población de 1.308 negocios.

3.5 Análisis e interpretación de datos

3.5.1 Resultados de encuesta aplicada a tiendas, abastos y supermercados en la ciudad de Ibarra.

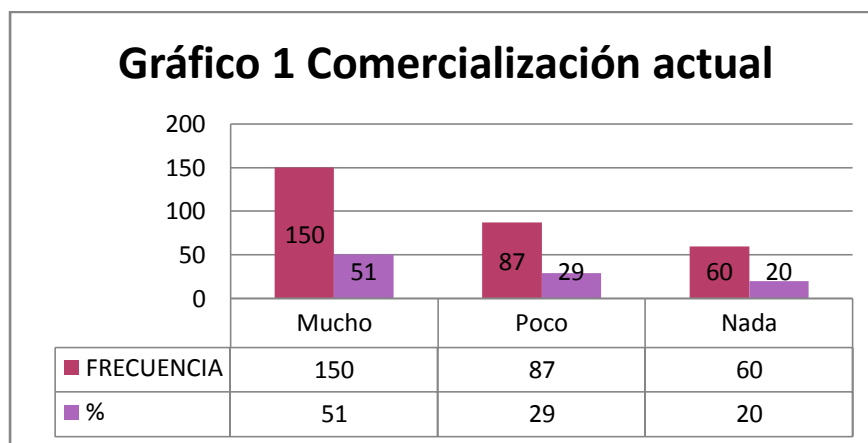
1. ¿Comercializa usted productos derivados de la panela?

Cuadro No. 7 Resultados de la comercialización de panela

DETALLE	FRECUENCIA	%
Mucho	150	51
Poco	87	29
Nada	60	20
TOTAL	297	100

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Análisis:

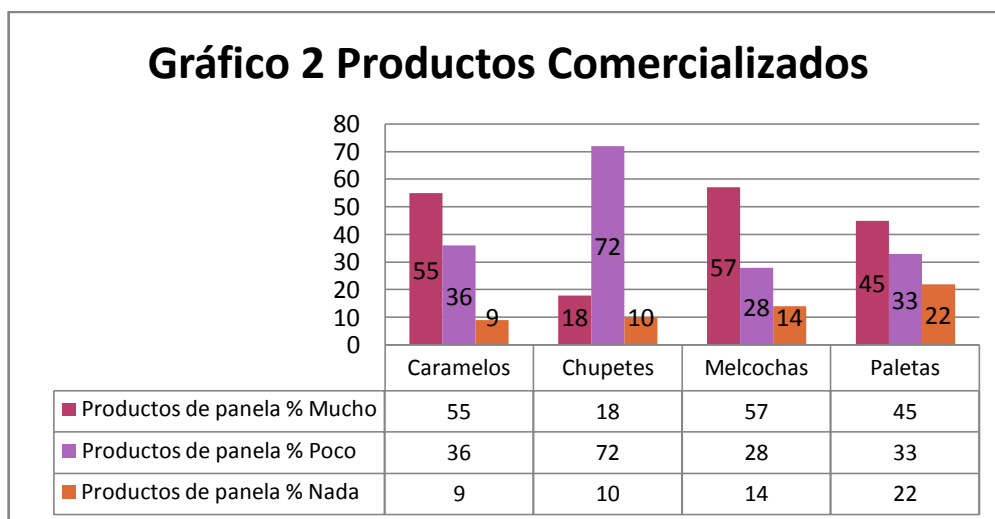
De las encuestas aplicadas se desprende que la mayor parte de los encuestados esto es el 51% vende mucho los productos derivados de la panela, mientras que el 29% comercializa poco y en un menor porcentaje como el 20% nada. Esto se debe a que es un producto apetecido por la ciudadanía.

2. ¿Entre los productos derivados de la panela comercializa caramelos, chupetes, melcochas, paletas?

Cuadro No. 8 Resultado de Productos derivados de la panela

Productos de panela	Frecuencia			Total	% Mucho	% Poco	% Nada	% Total
	Mucho	Poco	Nada					
Caramelos	164	107	26	297	55	36	9	100
Chupetes	53	214	30	297	18	72	10	100
Melcochas	157	93	47	297	57	28	14	100
Paletas	135	97	65	297	45	33	22	100

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

Análisis:

Del análisis del cuadro se establece que se comercializan mucho los productos como melcochas con el 57%, seguido por caramelos con un 55%, las paletas con el 45% y en menor porcentaje los chupetes con el 18%, debido a la gran preferencia que tienen los clientes al consumir este tipo de productos por su agradable sabor y además por tener aportes nutritivos.

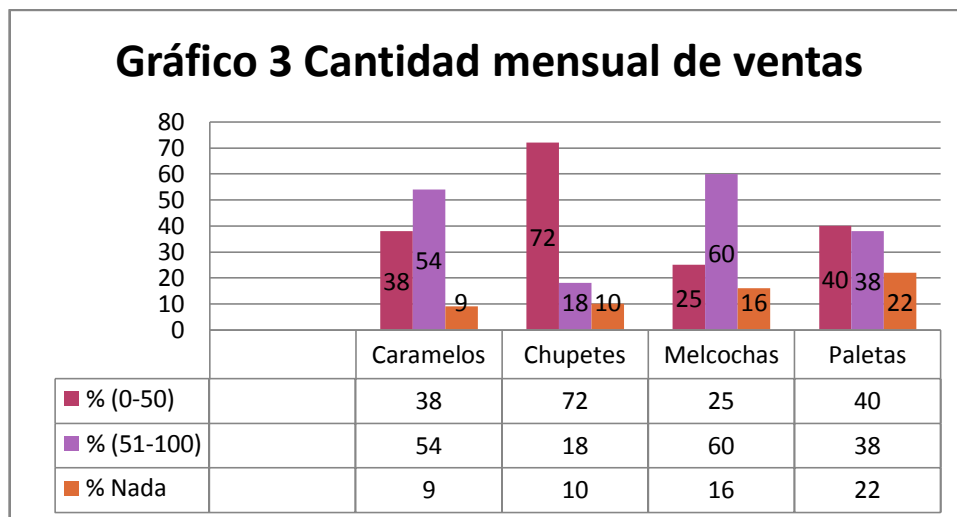
- ¿Qué cantidad mensual vende aproximadamente de los productos indicados anteriormente?

Cuadro No. 9 Resultados de la cantidad mensual de ventas

Productos	Cantidad mensual de Ventas (paquetes)				Total	% (0-50)	% (51-100)	% Nada	% Total
	0-50	51-100	101-150	Nada					
Caramelos	112	159	0	26	297	38	54	9	100
Chupetes	214	53	0	30	297	72	18	10	100
Melcochas	73	177	0	47	297	25	60	16	100
Paletas	119	113	0	65	297	40	38	22	100

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Análisis:

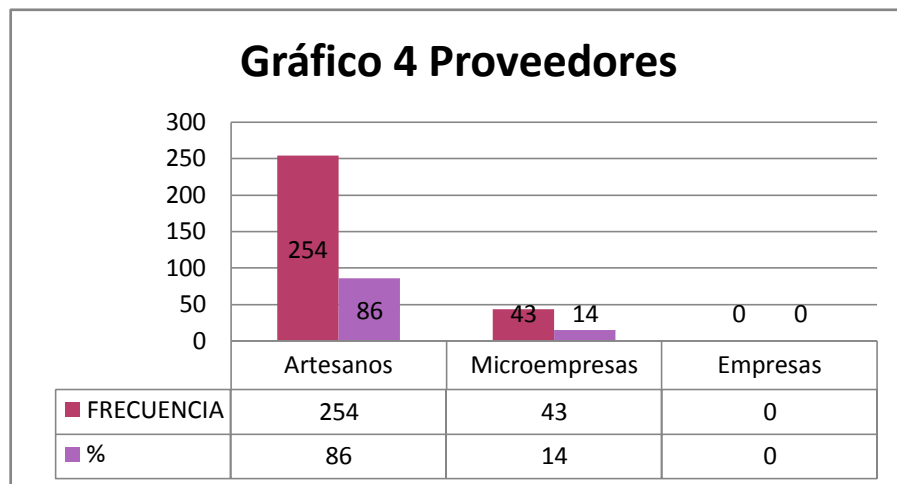
Del cuadro se desprende que la mayoría de los negocios entre tiendas, abastos y supermercados comercializan estos productos en una cantidad de entre 0 a 100 unidades mensuales, esto se debe a que existe una buena comercialización de los productos derivados de la panela.

4. ¿Quién le provee de este tipo de productos?

Cuadro No. 10 Resultados análisis proveedores

DETALLE	FRECUENCIA	%
Artesanos	254	86
Microempresas	43	14
Empresas	0	0
TOTAL	297	100

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

Análisis:

El cuadro y gráfico nos indican que el 86% de los productos los proveen artesanos, seguido de un 14% que lo hacen las microempresas, mientras que por parte de las empresas no existe participación. Esto se debe a que es un producto fabricado de forma artesanal.

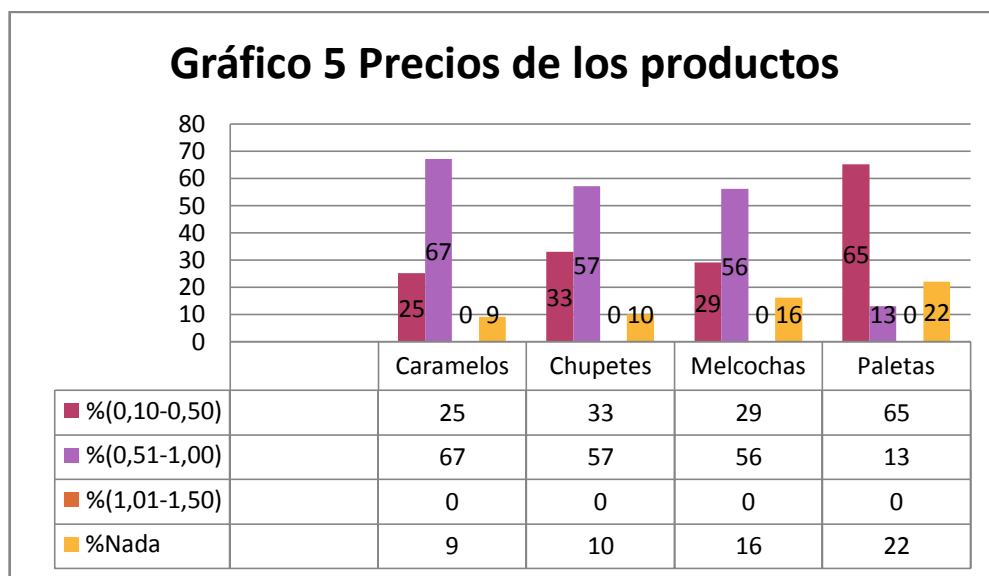
5. ¿A qué precios le entregan estos productos?

Cuadro No. 11 Resultados de los precios de los productos

DETALLE	PRECIOS POR FUNDAS				Total	% (0,10-0,50)	% (0,51-1,00)	% (1,01-1,50)	% Nada	TOTAL %
	0,10 - 0,50	0,51- 1,00	1,01 - 1,50	Nada						
Caramelos	73	198	0	26	297	25	67	0	9	100
Chupetes	97	170	0	30	297	33	57	0	10	100
Melcochas	85	165	0	47	297	29	56	0	16	100
Paletas	192	40	0	65	297	65	13	0	22	100

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

Análisis:

De acuerdo al análisis presente en el cuadro se desprende que el mayor porcentaje de los encuestados dicen, que los productos les son entregados a precios entre 0,10 a 1,00 dólar, esto se debe a que cada paquete contiene 15 o 20 unidades. Que es la forma de comercialización en el mercado.

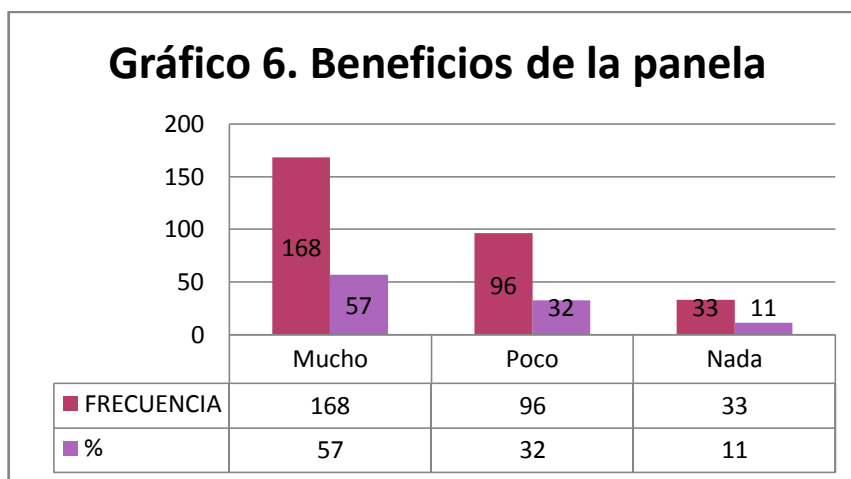
6. ¿Conoce usted los beneficios nutritivos de productos a base de panela?

Cuadro No. 12 Resultados beneficios nutritivos de la panela

DETALLE	FRECUENCIA	%
Mucho	168	57
Poco	96	32
Nada	33	11
TOTAL	297	100

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Análisis:

Del análisis del cuadro se determina que, el 57% entre dueños de tiendas, abastos y supermercados dicen que tienen conocimiento sobre los beneficios nutritivos de la panela, debido a que en su proceso no se utiliza químicos como en el caso de la azúcar blanca, además de poseer los nutrientes derivados de la caña de azúcar que son importantes para la salud.

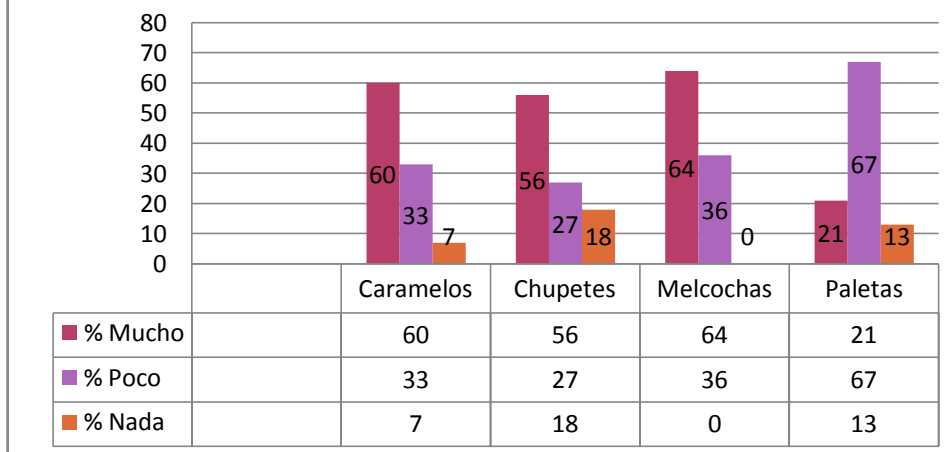
7. ¿Quisiera comercializar un nuevo producto derivado de la panela?

Cuadro No. 13 Resultados comercialización nuevo producto

Productos	FRECUENCIA			Total	% Mucho	% Poco	% Nada	% Total
	Mucho	Poco	Nada					
Caramelos	179	98	20	297	60	33	7	100
Chupetes	165	79	53	297	56	27	18	100
Melcochas	191	106	0	297	64	36	0	100
Paletas	61	198	38	297	21	67	13	100

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 7 Comercialización productos nuevos



FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Análisis:

Los resultados que se muestran en el cuadro y gráfico de acuerdo a las encuestas determinan que, el 64% de los encuestados quisieran comercializar caramelos, seguido por un 60% melcochas, 56% chupetes y en una menor cantidad como los es el 21% paletas, esto se debe a que las melcochas así como los caramelos son los dulces mas apetecidos por las personas que los consumen y a la vez les son agradables a su paladar.

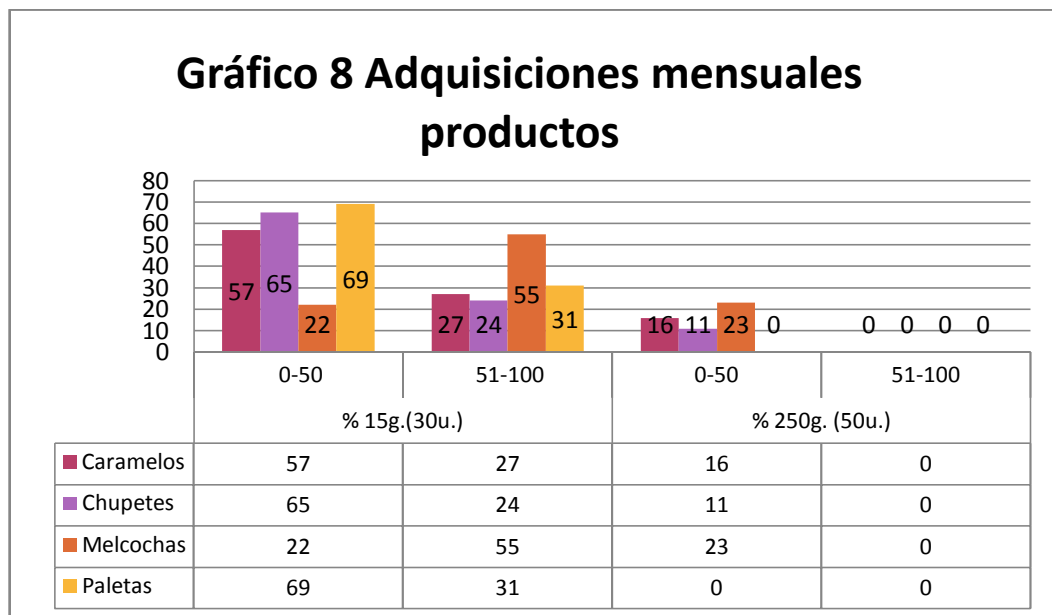
8. ¿En qué cantidades mensuales desearía usted adquirir un nuevo producto a base de panela fabricado técnicamente y con calidad?

Cuadro No. 14 Resultados Cantidades mensuales de adquisición del producto

Productos	CANTIDADES MENSUALES				Total	% (30u.)		% (50u.)		Total
	(30u.)		(50u.)			0-50	51-100	0-50	51-100	
	0 - 50	51 - 100	0 - 50	51 - 100						
Caramelos	170	79	48	0	297	57	27	16	0	100
Chupetes	193	71	33	0	297	65	24	11	0	100
Melcochas	66	164	67	0	297	22	55	23	0	100
Paletas	205	92	0	0	297	69	31	0	0	100

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

Análisis:

El gráfico muestra que dentro de los encuestados el 57% desea adquirir caramelos, seguido del 65% chupetes, el 69% paletas en una cantidad de 0-50 paquetes, mientras que un 55% prefieren adquirir melcochas en una cantidad de 51-100 paquetes. Esto debido a que las melcochas para la

mayoría se consideran como los productos más apetecidos por las personas de todas las edades, obteniendo así una buena comercialización.

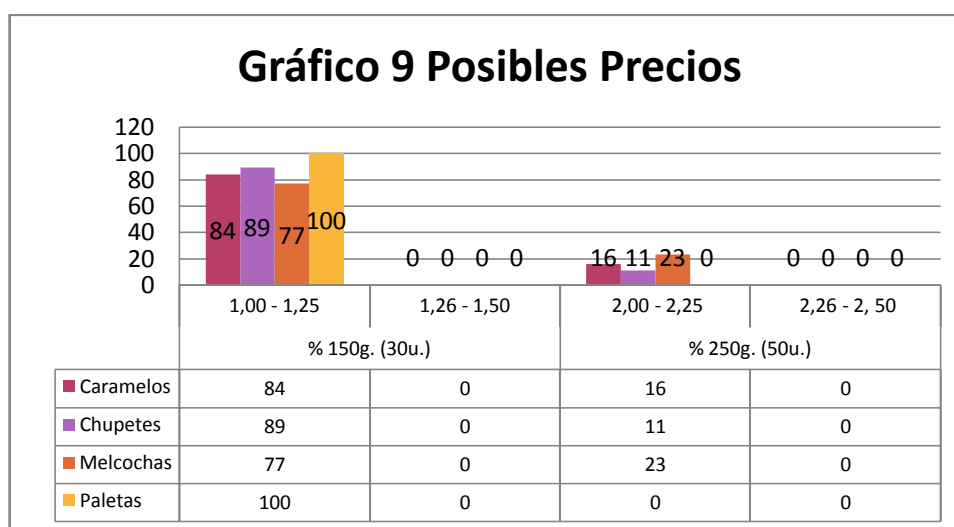
9. ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos?

Cuadro No. 15 Precios disponible para pagar

Productos	FRECUENCIA				Total	% (30u.)		% (50u.)		% Total
	(30u.)		(50u.)			1,00 - 1,25	1,26 - 1,50	2,00 - 2,25	2,26 - 2,50	
	1,00 - 1,25	1,26 - 1,50	2,00 - 2,25	2,26 - 2,50		1,00 - 1,25	1,26 - 1,50	2,00 - 2,25	2,26 - 2,50	
Caramelos	249	0	48	0	297	84	0	16	0	100
Chupetes	264	0	33	0	297	89	0	11	0	100
Melcochas	230	0	67	0	297	77	0	23	0	100
Paletas	297	0	0	0	297	100	0	0	0	100

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

Análisis:

La mayor parte de los encuestados, están de acuerdo en pagar por los productos entre 1,00\$ a 1,25\$ el paquete de 30 unidades, mientras que

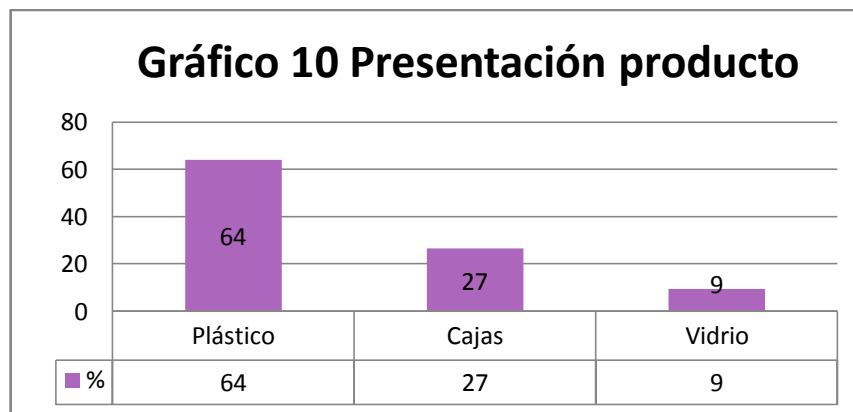
una minoría en los precios de 2,00\$ a 2,25\$ el paquete de 50 unidades, esto se debe a que los productos deben estar dentro de los rangos de la competencia.

10. ¿En qué tipo de presentación quisiera usted que se le vendan estos productos?

Cuadro No. 16 Resultados tipos de presentación

DETALLE	FRECUENCIA	%
Plástico	190	64
Cajas	79	27
Vidrio	28	9
TOTAL	297	100

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Análisis:

De los datos obtenidos del cuadro anterior se establece que, el 64% de la población encuestada tienen mayor preferencia por los envases de

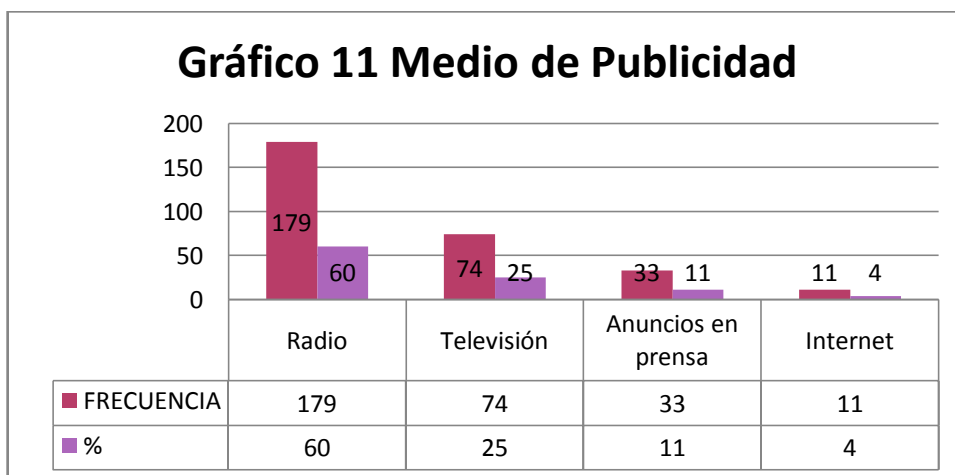
plástico, seguido por un 27% quienes prefieren envases de cajas y finalmente el 9% vidrio, esto debido a que el envase de plástico se maneja de una mejor manera, además de ser liviano y no ocupar mayor espacio como lo hacen las cajas o los envases de vidrio, es decir el cliente toma en cuenta su comodidad.

11. ¿Por qué medio de publicidad le gustaría que se promocionen los productos?

Cuadro No. 17 Resultados de medios de Publicidad

DETALLE	FRECUENCIA	%
Radio	179	60
Televisión	74	25
Anuncios en prensa	33	11
Internet	11	4
TOTAL	297	100

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora



FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Análisis:

Los resultados muestran que un 60% de los encuestados, prefieren que se les promocionen los productos a través de la radio, un 25% les gustaría por televisión, el 11% anuncios en prensa y el 4% por internet, esto debido a que la radio es un medio de comunicación local, el mismo que es difundido y llega directamente a las comunidades rurales.

3.6 Análisis y proyección de la demanda

3.6.1 Análisis de la demanda

En la actualidad el dulce de panela es uno de los principales derivados de la caña de azúcar que incluso aumenta cada vez más las exportaciones, y por lo tanto dinamiza la economía.

Es así que la producción de caña de azúcar es una de las actividades más importantes para la economía nacional, no solo por sí misma sino por los productos derivados que se obtienen entre los cuales se encuentran los caramelos, las melcochas, los chupetes y las paletas.

Este tipo de dulces aportan suplementos nutritivos mismos que no contienen abundantes químicos por lo que resultan ser naturalmente elaborados, garantizando la salud humana por la calidad de su proceso. Se estima que los consumidores potenciales de este tipo de dulces son toda la población y especialmente los niños, deduciendo de esta manera que a medida que crece la población el consumo de este producto lo hará igualmente.

El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis del mercado es determinar la oferta, demanda y precios, que permita establecer la factibilidad del producto en el mercado.

Cuadro No. 18
Ibarra: Demanda anual

AÑO	NÚMERO DE LOCALES	PAQUETES MENSUALES POR LOCAL	PAQUETES ANUALES POR LOCAL	TOTAL DEMANDADA ANUAL (paquetes)
2013	1.308	60 paquetes de 600g. 30 unidades c/u.	720 paquetes de 600g. 30 unidades c/u.	941.760

FUENTE: INEC, Encuestas

ELABORADO POR: La Autora

- **Proyección de la demanda**

La demanda se proyectó a través del método de crecimiento exponencial utilizando la tasa de crecimiento en un escenario medio de consumo de confitería del 4,6%; dato obtenido del plan de desarrollo sectorial de clase mundial en confitería, chocolatería y materias primas en el perfil de mercado de Ecuador (ATKEARNEY), en base a la cual se realiza la proyección de la demanda para los 5 años siguientes.

CUADRO No. 19

Ibarra: Proyección de la demanda de confites a base de panela

AÑO	ESTIMACIÓN CANTIDAD DE COMPRA ANUAL
2014	985.081
2015	1'030.395
2016	1'077.793
2017	1'127.371
2018	1'179.230

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: La Autora

3.7 Análisis y proyección de la oferta

3.7.1 Análisis de la oferta

En la actualidad se han formado pequeñas empresas que realizan los productos de confitería de forma artesanal. Los productos son ofrecidos al por mayor y menor en tiendas, abastos, supermercados y bodegas ubicadas en la ciudad de Ibarra.

CUADRO No. 20

Volumen de ventas de confites a base de panela en la ciudad de Ibarra

No. De locales que comercializan productos derivados de la panela.	Volumen de ventas mensuales.	Volumen de ventas anuales.	Cantidad Total Ofertada (paquetes)
667	50 paquetes de 75g. 15 unidades c/u.	600 paquetes de 75g. 15 unidades c/u.	400.200

FUENTE: Encuestas comerciantes

ELABORADO POR: La Autora

- **Proyección de la Oferta**

La comercialización de los derivados del dulce de panela, confitería y otros productos similares de acuerdo a datos arrojados por el Instituto nacional de estadísticas y censos (INEC), tiene una tasa de crecimiento aproximado del 4% anual, dato comparado y confirmado con información obtenida por los directos comercializadores de los productos derivados de la panela, además se ha utilizado para determinar la oferta la tasa de crecimiento exponencial, con la siguiente fórmula:

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

Donde:

Q_n= Comercialización futura.

Q_o= Comercialización inicial.

i= Porcentaje de crecimiento de la comercialización anual.

n= Año proyectado.

CUADRO No. 21

Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2014	416.208
2015	432.856
2016	450.171
2017	468.177
2018	486.904

FUENTE: Encuesta Comerciantes

ELABORADO POR: La Autora

3.8 Balance oferta – demanda

De acuerdo a los datos obtenidos del estudio de mercado realizado, se deduce que durante los cinco años de vida útil del proyecto existe demanda insatisfecha, la misma que a continuación se presenta en el siguiente cuadro de Oferta-Demanda.

CUADRO No. 22
Balance oferta – demanda

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
2014	416.208	985.081	568.873
2015	432.856	1'030.395	597.539
2016	450.171	1'077.793	627.622
2017	468.177	1'127.371	659.194
2018	486.904	1'179.230	692.326

FUENTE: Cuadros Estadísticos No. 19, 21

ELABORADO POR: La Autora

De lo expuesto anteriormente se tomará en cuenta un porcentaje del 25% de la producción para satisfacer la demanda potencial insatisfecha, considerando la capacidad productiva de la empresa.

3.9 Precios

- Nivel de precios actuales

CUADRO No. 23

Nivel de precios de los productos

PRODUCTOS	Precios de la competencia	Precio determinado por las encuestas
Caramelos	0,75	1,00
Chupetes	1,00	1,25
Melcochas	1,00	1,25
Paletas	0,35	1,00

FUENTE: Encuestas a comerciantes

ELABORADO POR: La Autora

A través de las encuestas realizadas a los dueños de negocios como tiendas, abastos y supermercados, además de la técnica de la observación directa, se ha identificado que los precios promedio sobre los cuales se comercializan los productos derivados de la panela están entre 0,50 a 1,00 USD., considerando que existe una cantidad menor de unidades en cada paquete y según lo establecido por las encuestas se ha determinado que actualmente existe una disponibilidad de precios entre 1,00 y 1,25 USD., con una cantidad mayor de unidades por paquete. Además realizado el análisis del precio en base a los costos y gastos de producción se genera un valor promedio de 0,83 y 0,85 en cada paquete, estableciéndose así que el precio se encuentra dentro de los estándares dispuestos en el mercado.

3.10 Marketing

Es necesario tomar en cuenta ciertos puntos dentro del proceso de las ventas. Por tal motivo es importante conocer estrategias, mismas que

serán un gran apoyo al momento de establecer la comercialización del producto en el mercado al cual va dirigido.

a) Estrategias de precio

1. Se tomarán en cuenta los precios en base a la competencia.
2. Precios en base a los costos y gastos de producción.

b) Estrategias de venta

1. Ofrecer el producto por vía internet, así como visitas directas a nuestro clientes.
2. Ubicar al producto en todos los puntos de ventas localizadas y por localizarse.
3. Manejar un producto con altos parámetros de calidad.

c) Estrategias de publicidad

1. Organizar eventos o actividades con el fin de dar a conocer al producto.
2. Participar en ferias.
3. Crear hojas volantes o tarjetas de presentación.
4. Llevar a cabo una campaña publicitaria por medios de comunicaciones locales.
5. Tener un registro para tomar en cuenta las sugerencias de los clientes.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

En esta parte del estudio se determinarán varios aspectos técnicos entre ellos: la localización, el tamaño de la unidad productiva, la ingeniería, las inversiones fijas variables y diferidas.

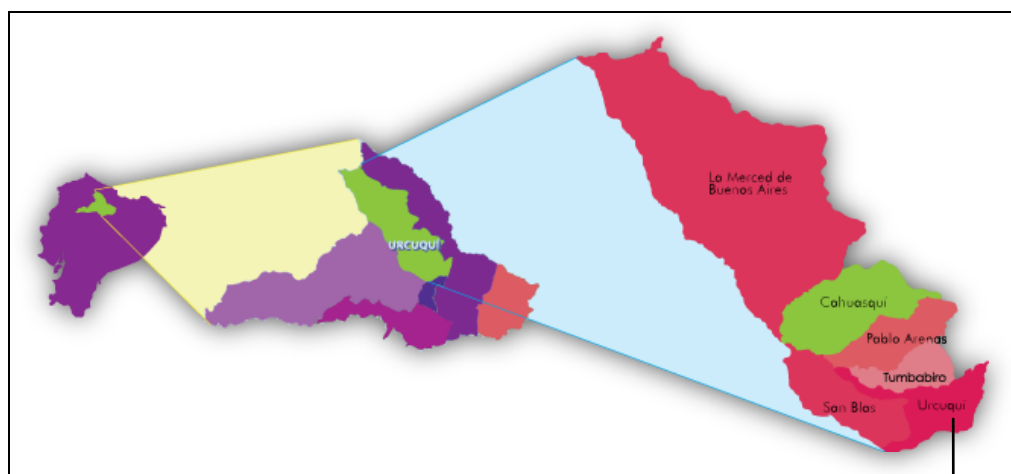
4.1 Localización de la empresa

4.1.1 Macrolocalización

La empresa de dulces, se ubicará en la República del Ecuador, provincia de Imbabura, Cantón San Miguel de Urququí, parroquia Urququí.

GRÁFICO No. 12

Mapa de macrolocalización: Cantón San Miguel de Urququí



FUENTE: GAD Municipal Urququí 2009-2014

ELABORADO POR: La Autora

Ubicación del proyecto

Altitud: 1600-3180msnm

Latitud: 0° 25' 13"

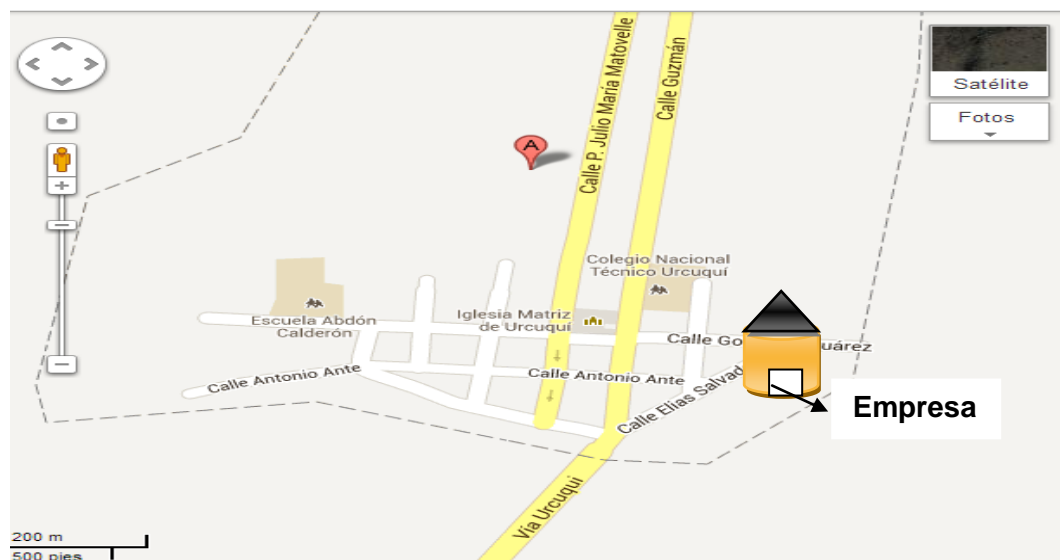
Longitud: 78° 11' 50"

Habitantes: 15.397

4.1.2 Microlocalización

La empresa de confites a base de panela se ubicará en el Cantón de Urcuquí, parroquia de Urcuquí, barrio La Recoleta, entre la calle Elías Salvador SN., y Antonio Ante, junto a la parada de buses de la entrada de Urcuquí.

GRÁFICO No. 13
Croquis de microlocalización



FUENTE: Google Maps. Data- ©2013

ELABORADO POR: La Autora

La empresa se ubicará en este lugar debido a que:

1. Posee todos los servicios básicos.
2. Hay cercanía a los mercados de venta.
3. Fácil manejo de la distribución de los productos hacia los mercados de compra.
4. Cercanía para la obtención de materias primas.
5. Cuenta con buenas vías de acceso.

Se ha considerado la proximidad de la empresa, a los lugares en donde existen más hectáreas de cultivo de caña para uso de la panela, que de acuerdo al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP), son la cabecera cantonal parroquia Urcuquí y Pablo Arenas.

Según este elemento importante la empresa se ubicará a la entrada de la parroquia de Urcuquí y el área total que se destinará es de 200m², la misma que contará con servicios básicos de agua, energía eléctrica, alcantarillado y línea telefónica.

4.2 Tamaño o capacidad productiva del proyecto

La determinación del proyecto se realizará con base en el análisis de la capacidad instalada y de la demanda insatisfecha, debido a que es un proyecto económico productivo.

4.2.1 Mercado

De acuerdo al estudio de mercado, se determinó que existe una demanda potencial insatisfecha durante los cinco años proyectados de la vida útil del proyecto, por lo tanto, a continuación se determina la cobertura de la demanda potencial a satisfacer.

- **Cobertura de la demanda potencial a satisfacer**

Se programa que la empresa con su capacidad instalada pretende cubrir el 25% de la demanda insatisfecha.

CUADRO No. 24
Cobertura del proyecto

AÑO	Demanda Potencial a satisfacer	Cobertura del Proyecto
2014	568.873	142.218
2015	597.539	149.385
2016	627.622	156.906
2017	659.194	164.799
2018	692.326	173.082
TOTAL	3'142.554	786.390

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

4.2.2 Infraestructura

- **Terreno**

Para la implantación del proyecto se adquirirá un terreno de 200m² (20*10) avaluado en 30,00 USD. por m², dando un valor de 6.000 USD.

- **Construcción de la fábrica**

La empresa funcionará en un área de 200m², por lo que es importante determinar la distribución física de la planta, la misma que se encuentra destinada de la siguiente manera:

CUADRO No. 25
Distribución física de la planta

Áreas	Extensión m²
Producción	80m ²
Bodega productos terminados	25m ²
Bodega recepción de materia prima	25m ²
Gerencia	18m ²
Contabilidad	18m ²
Baños (2)	9m ²
Parqueadero	25m ²
TOTAL	200m²

ELABORADO POR: La Autora

El croquis se adjunta en el anexo: No. 2 Gráfico No. 14

A continuación se muestra cómo se encontrarán divididas las secciones destinadas al área de producción:

- Sección de punteo.
- Sección de batido.
- Sección de moldeo.
- Sección de enfriado.
- Sección de empaçado.

4.3 Diagrama de procesos

4.3.1 Diagrama de actividades

A continuación se detallan los diferentes procesos operativos que se realizarán dentro de la empresa, a través de un listado de actividades, mismas que tendrán un tiempo promedio estimado para su realización y cumplimiento en el lapso de un día de actividades laborales.

- **Proceso de producción:**

CUADRO No. 26
Listado de actividades

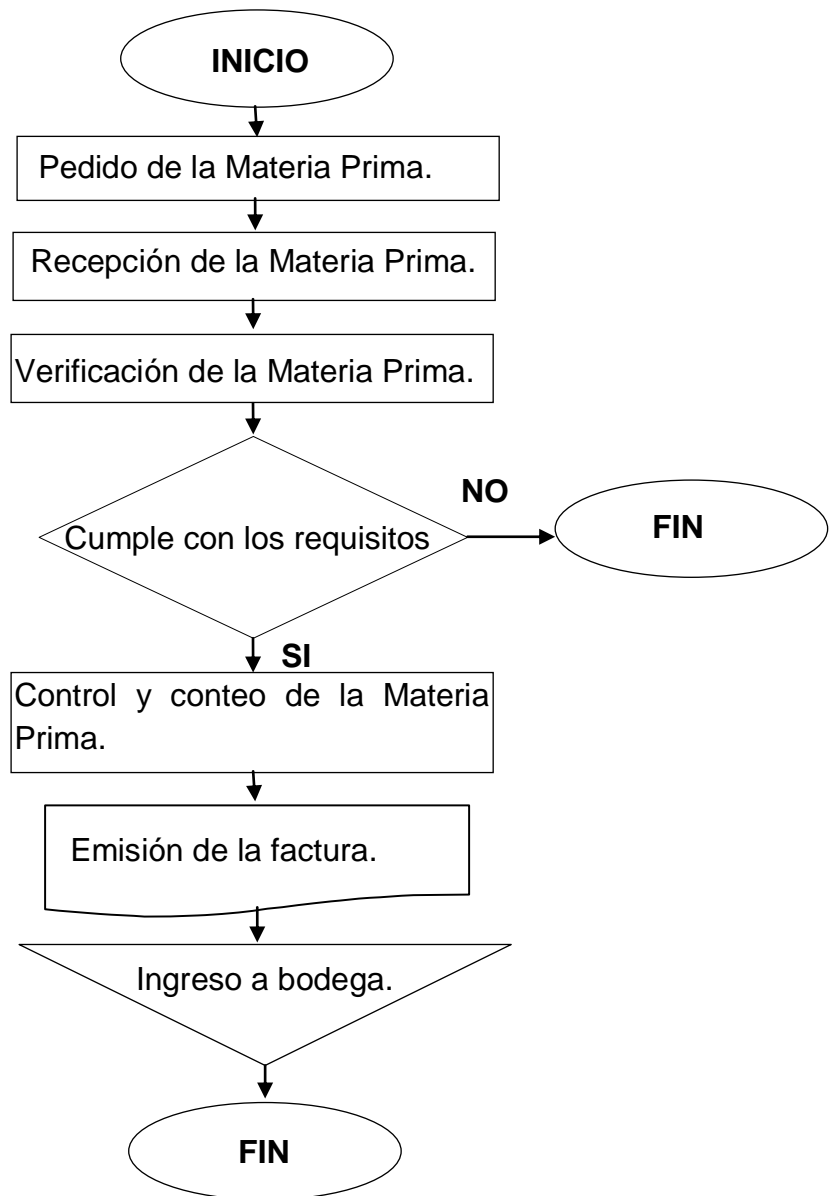
NO. DE ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO
1	Adquisición e inspección de la Materia Prima (panela).	15 minutos
3	Descarga y almacenamiento en bodega para transformación.	15 minutos
4	Determinar la cantidad de Materia Prima para enviar a producción.	20 minutos
5	Cocción o punteo.	60 minutos
6	Batido y moldeo	120 minutos
7	Enfriamiento	180 minutos
8	Control de calidad.	20 minutos
9	Empacado	60 minutos
10	Almacenamiento en bodega para la distribución.	20 minutos
TOTAL TIEMPO EN MINUTOS		510 minutos
TOTAL TIEMPO EN HORAS		8 horas

ELABORADO POR: La Autora

Determinando el proceso operativo de acuerdo a la tabla del listado de actividades, el tiempo previsto para el proceso de producción del producto ofertado, desde la adquisición de la materia prima como lo será la panela hasta su transformación es de 510 minutos, 8 horas.

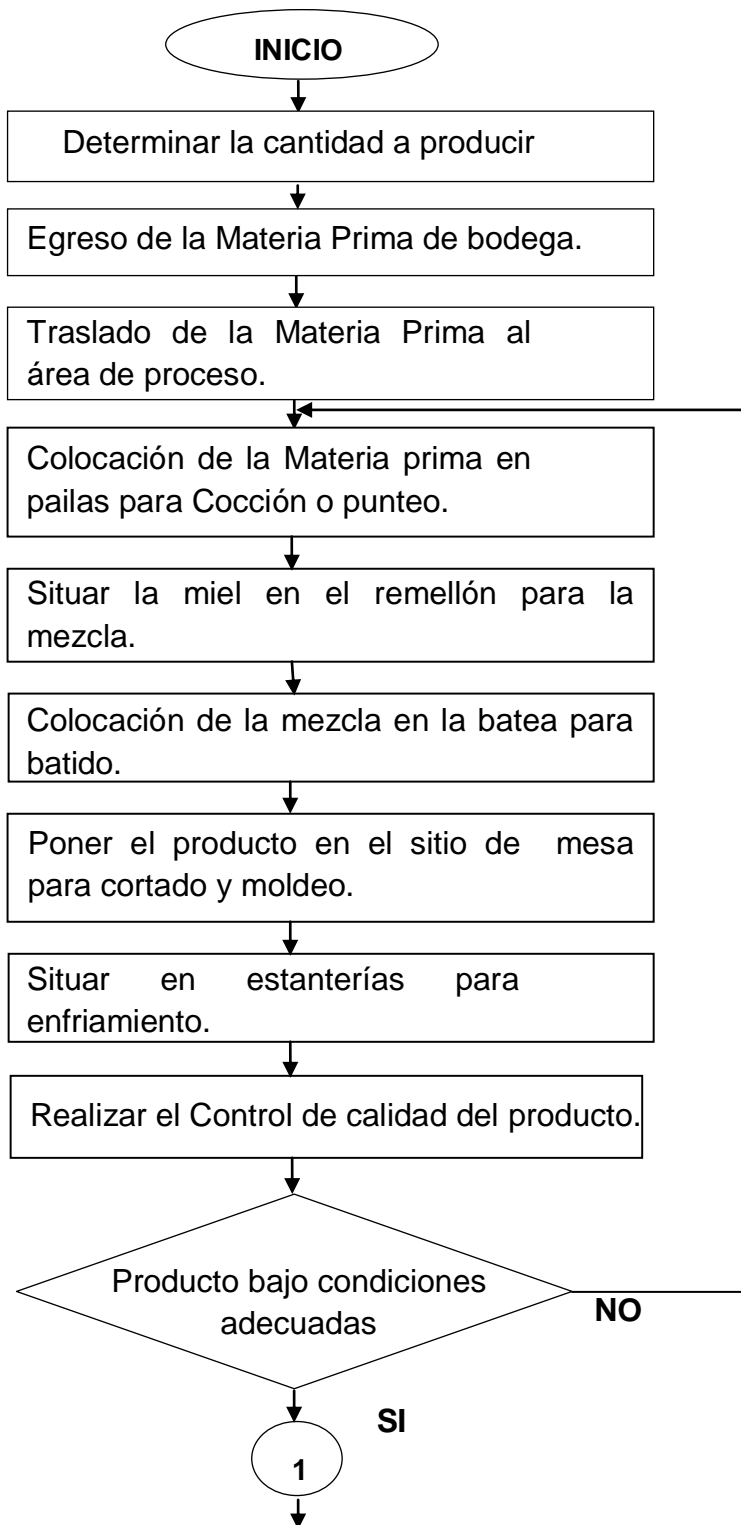
- Diagrama de flujo de actividades

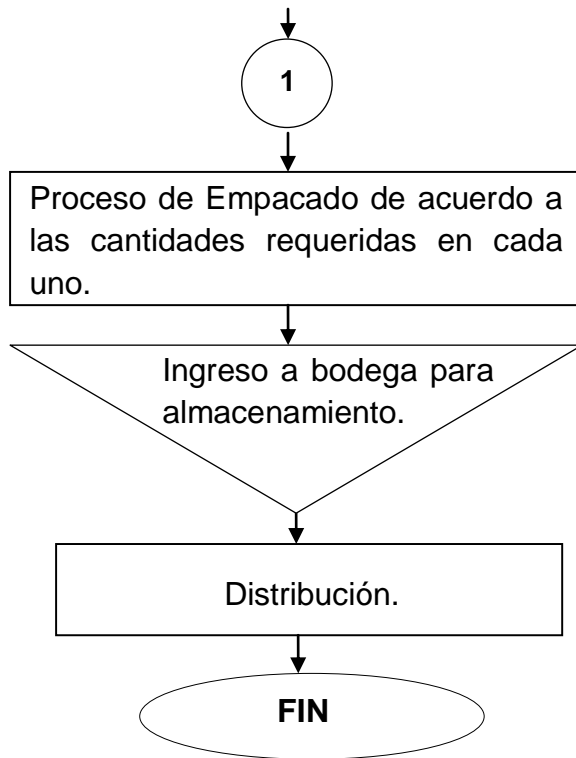
Flujo grama No. 1
Proceso de compra



FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

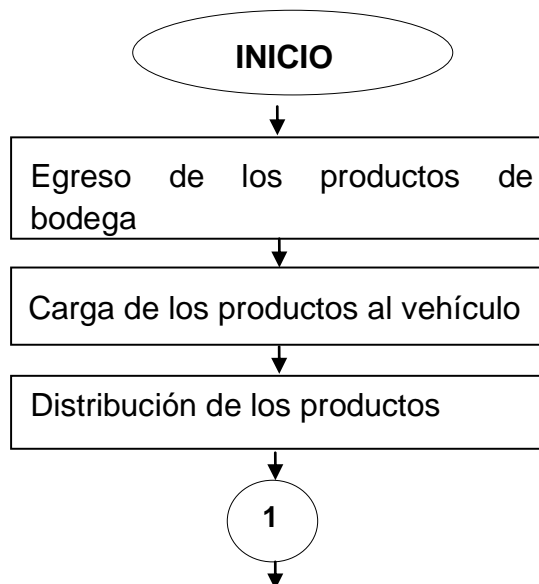
Flujo grama No. 2
Proceso de producción

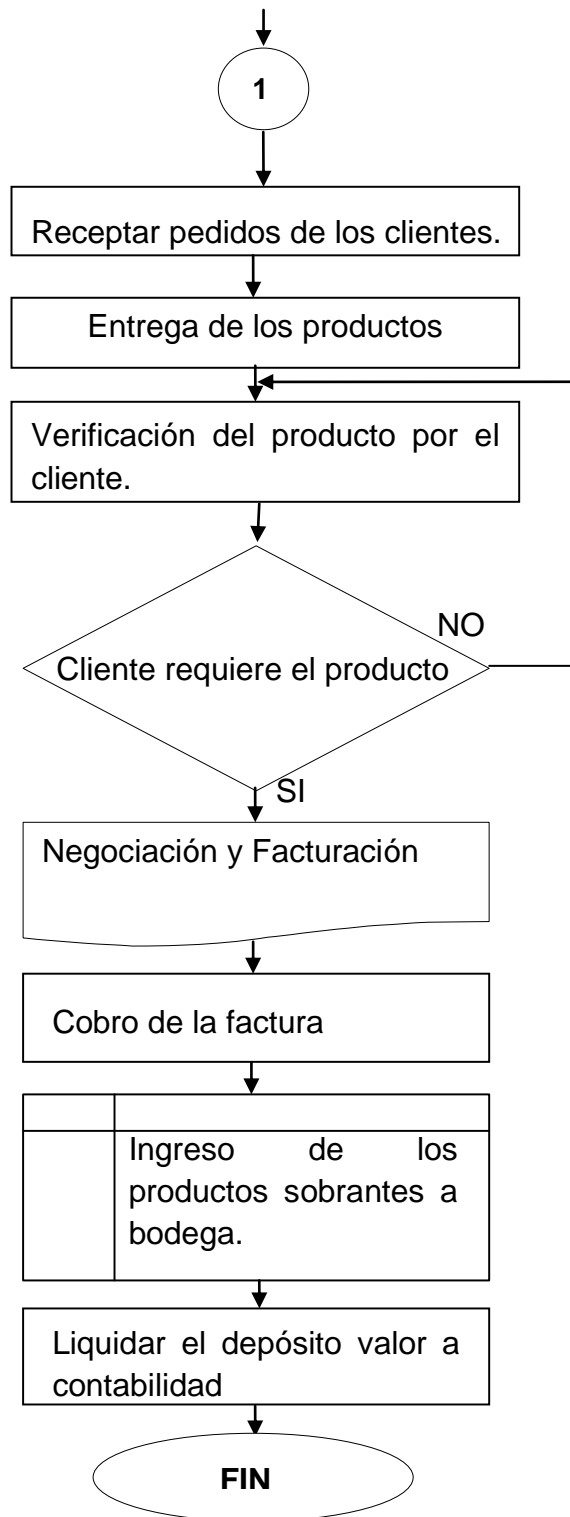




FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Flujo grama No. 3 Proceso de venta





FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

4.4 Presupuesto técnico

4.4.1 Inversiones fijas

a) Requerimiento de mobiliario, enseres, equipo y maquinaria

A continuación se presentan los requerimientos tecnológicos necesarios para la puesta en marcha de la empresa, mismos que ayudarán a que se realicen con eficiencia y eficacia las operaciones administrativas y de producción de la empresa productora de confites a base de panela.

CUADRO No. 27

Equipo de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
EQUIPO DE OFICINA			
Teléfono	3	20,00	60,00
Sumadoras	2	35,00	70,00
TOTAL		55,00	130,00

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

CUADRO No. 28

Equipo de Computación

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computador	2	700,00	1.400,00
Impresoras	2	150,00	300,00
TOTAL		850,00	1.700,00

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

CUADRO No. 29**Vehículo**

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
VEHÍCULO			
Camioneta	1	15.000,00	15.000,00
TOTAL		15.000,00	15.000,00

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

CUADRO No. 30**Maquinaria**

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
MAQUINARIA			
Pulverizadora	1	1.500,00	1.500,00
Cocina industrial (4 quemadores)	1	350,00	350,00
Pailas de acero inoxidable	3	120,00	360,00
Remellón para mezcla	2	20,00	40,00
Bateas	2	300,00	600,00
Moldes (diferentes formas de 12u.)	20	19,00	380,00
Dosificador	1	4.000,00	4.000,00
Espátulas de acero inoxidable (grandes, pequeñas)	4	10,00	40,00
Maquina de corte	2	200,00	400,00
Selladora de bolsas	2	30,00	60,00
Carretilla zorra en ángulo	2	179,00	358,00
Cilindro de gas	2	50,00	100,00
Ollas No. 40	3	40,00	120,00
Cucharas de madera	3	5,00	15,00
TOTAL		6.823,00	8.323,00

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

CUADRO No. 31

Mobiliario

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Mobiliario			
Escritorio ejecutivo	2	200,00	400,00
Silla operativa	2	87,00	174,00
Sillas estándar	5	23,00	115,00
Archivador vertical 3 gavetas	2	120,00	240,00
Basureros	4	16,00	64,00
Mesas de acero inoxidable	3	370,00	1.110,00
Mesas auxiliares (madera)	3	250,00	750,00
Estanterías	3	121,00	363,00
TOTAL		1.187,00	3.216,00

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

b) Capacidad de la maquinaria

De acuerdo a las proformas se estima que la maquinaria que se utilizará, tendrá la siguiente capacidad de producción:

CUADRO No. 32

Capacidad de la maquinaria

MAQUINARIA	Capacidad de producción diaria (3h)	Capacidad de producción mensual
Pulverizadora (100kg/h)	300.000gr.	9'000.000gr.
Dosificador (100kg/h)	300.000gr.	9'000.000gr.
Sellador de bolsas	395 paquetes	11.850 paquetes
Cortadora manual (180kg)	360.000gr.	10'800.000gr.
Remellón para la mezcla (50kg)	450.000gr.	13'500.000gr.

FUENTE: Proformas maquinaria

ELABORADO POR: La Autora

c) Resumen de las inversiones fijas

Se presenta a continuación el resumen de los activos fijos, mismos que serán utilizados para el normal funcionamiento de la empresa de confites a base de panela y que además representan la base fija del proyecto.

CUADRO No. 33
Resumen inversión fija

CONCEPTO	VALOR
Terreno	6.000,00
Edificación	60.000,00
Equipos de oficina	130,00
Equipos de computación	1.700,00
Vehículo	15.000,00
Maquinaria	8.323,00
Mobiliario	3.216,00
TOTAL	94.369,00

FUENTE: Cuadro estadístico No. 27, 28, 29, 30, 31
ELABORADO POR: La Autora

4.4.2 Inversión variable

Es necesario conocer los recursos que la nueva empresa destinará para la contratación de la mano de obra directa, mano de obra indirecta, materiales e insumos necesarios para el proyecto.

a) Materia prima directa

En el cuadro que se presenta a continuación se determina los valores y las materias primas básicas para la elaboración de los confites a base de panela.

CUADRO No. 34
Resumen Materia Prima Directa

CARAMELOS					
MATERIAL	Unidad	Cantidad	Precio. Un.	T. mensual	T. anual
Panela	Bancos	7.112	0,14	995,68	11.948,16
Colorantes	30 ml.	6 unidades	3,20	19,20	230,40
TOTAL				1.014,88	12.178,56
CHUPETES					
MATERIAL	Unidad	Cantidad	Precio. Un.	T. mensual	T. anual
Panela	Bancos	7.112	0,14	995,68	11.948,16
Colorantes	30 ml.	6 unidades	3,20	19,20	230,40
TOTAL				1.014,88	12.178,56
MELCOCHAS					
MATERIAL	Unidad	Cantidad	Precio. Un.	T. mensual	T. anual
Panela	Bancos	7.112	0,14	995,68	11.948,16
Frutos secos	Libras	40	5,00	200,00	2.400,00
TOTAL				1.195,68	14.348,16
PALETAS					
MATERIAL	Unidad	Cantidad	Precio. Un.	T. mensual	T. anual
Panela	Bancos	7.112	0,14	995,68	11.948,16
Colorantes	30 ml.	6 unidades	3,20	19,20	230,40
TOTAL				1.014,88	12.178,56
TOTAL MPD.				4.240,32	50.883,84

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

b) Mano de obra directa e indirecta

La empresa productora de confites a base de panela, iniciará sus actividades, tanto operativas como administrativas, mismas que se detallan a continuación:

- **Mano de obra directa**

CUADRO No. 35
Personal Operativo

Función	Remuneraciones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte patronal	Fondos de Reserva	Total mes	Total año
Jefe de cocina	350,00	29,17	26,50	42,53	0	448,19	5.378,30
Auxiliar de cocina	345,00	28,75	26,50	41,92	0	442,17	5.306,01
TOTAL	695,00	57,92	53,00	84,44	0,00	890,36	10.684,31

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

- **Mano de obra indirecta**

CUADRO No. 36
Personal Administrativo

Función	Remuneraciones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte patronal	Fondos de Reserva	Total mes	Total año
Gerente	450,00	37,50	26,50	54,68	0	568,68	6.824,10
Contador/a	400,00	33,33	26,50	48,60	0	508,43	6.101,20
TOTAL	850,00	70,83	53,00	103,28	0	1.077,11	12.925,30

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

c) Costos indirectos de fabricación

Se presentan a continuación los elementos para elaborar y terminar el producto con los requerimientos necesarios presentes en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 37
Costos Indirectos de Fabricación

DETALLE	CANTIDAD	C. unitario	C. Total mes	Año 1
Fundas de polipropileno paquetes de 30un. contenido de 150gr.	396	0,05	19,80	237,60
Palitos un.	5.926	0,01	59,26	711,12
Embalaje cartón corrugado 15kg.	250	0,15	37,50	450,00
Consumo de agua m3.	60	0,70	42,00	504,00
Consumo de energía kw/h.	375	0,08	30,00	360,00
Mantenimiento maquinaria.		50,00	50,00	600,00
Útiles de limpieza.		20,00	20,00	240,00
Etiqueta (75x105mm.).	11850	0,05	592,50	7.110,00
Combustible-gas.	1	60,00	60,00	720,00
TOTAL			911,06	10.932,72

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

CUADRO No. 38
Resumen Costos Variables

Detalle	Mensual	Año 1
Materia prima directa	4.240,32	50.883,84
Mano de obra directa	890,36	10.684,31
Costos Indirectos de Fabricación	911,06	10.932,72
TOTAL	6.041,74	72.500,87

FUENTE: Cuadros estadísticos

EABORADO POR: La Autora

4.4.3 Inversión diferida

Se muestran los gastos de inversión y puesta en marcha necesarios para que la empresa pueda funcionar correctamente:

a) Gastos de Constitución

CUADRO No. 39
Gastos de Constitución

DETALLE	VALOR
Trámite RUC	5,00
Registro Sanitario	800,00
Ordenanza Municipal	35,00
Gastos de puesta en marcha	160,00
TOTAL	1.000,00

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

b) Gastos Administrativos

Es importante determinar los costos necesarios para realizar la gestión de la empresa, mismos que se presentan en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 40
Gatos Administrativos

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Sueldos del personal	1.077,11	12.925,30
Suministros y útiles de oficina	40,00	480,00
Mantenimiento equipos de computación	30,00	360,00
Servicios básicos	15,00	180,00
TOTAL	1.162,11	13.945,30

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

c) Gastos de Venta

Con el fin de que la empresa y el producto ofrecido se dé a conocer, es necesario, destinar recursos económicos para la ejecución de la función de ventas entre ellos tenemos:

CUADRO No. 41
Gastos de Venta

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Sueldo chofer vendedor	448,19	5378,30
Publicidad	40,00	480,00
Combustible	60,00	720,00
Mantenimiento de vehículo	150,00	1.800,00
TOTAL	698,19	8.378,3

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

4.4.4 Capital de trabajo del proyecto

Se presenta a continuación el capital mínimo necesario, con el cual contará la empresa productora de confites a base de panela para el inicio de sus actividades productivas antes de percibir sus primeros ingresos:

CUADRO No. 42
Capital de Trabajo

Concepto	Mensual	AÑO 1
Materia Prima Directa	4.240,32	50.883,84
Mano de Obra Directa	890,36	10.684,31
Costos Indirectos de Fabricación	911,06	10.932,72
Gastos de Administración	1.162,11	13.945,30
Gastos de Venta	698,19	8378,3
Total	7.902,04	94.824,47
Imprevistos 5%	395,10	4.741,22
TOTAL GENERAL	8.297,14	99.565,69

FUENTE: Cuadros No. 34, 35, 37, 40, 41

ELABORADO POR: La Autora

4.5 Inversión pre operacional

CUADRO No. 43
Inversión Pre operacional

DETALLE	VALOR ANUAL
ACTIVOS FIJOS	94.369,00
ACTIVOS DIFERIDOS	1.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	8.297,14
TOTAL	103.666,14

FUENTE: Cuadros No. 33, 39, 42

ELABORADO POR: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

En el presente estudio se pretende determinar la factibilidad del proyecto, basándose en un análisis de las situaciones que pueden presentarse en el entorno del mismo, tomando en cuenta un horizonte de cinco años.

Se presentan las proyecciones de los Estados Financieros y del Flujo de Caja, además se utilizara evaluadores financieros como: el VAN, TIR, el Costo-Beneficio y el Periodo de Recuperación de la Inversión para medir la rentabilidad del proyecto.

Toda esta información es muy útil al momento de efectuar la evaluación financiera, para saber si el proyecto es viable o no.

5.1 Presupuesto de ingresos

5.1.1 Ingresos proyectados

Para cuantificar los ingresos por ventas, es necesario considerar las proyecciones de volúmenes de producción y los precios.

Los presupuestos de ingresos se realizan en base al volumen de producción que se pretende cubrir, el cual es del 25% de la demanda insatisfecha y el precio se proyecta con la inflación acumulada, del 3,01%

(Banco Central del Ecuador año 2013), durante la vida útil del proyecto de 5 años.

a) Proyección del volumen de producción:

CUADRO No. 44
Proyección del Volumen de producción

AÑOS	PRODUCCIÓN TOTAL PAQUETES	PRODUCTOS (Unidades Paquetes)			
		CARAMELOS	CHUPETES	MELCOCHAS	PALETAS
2014	142.218	35.555	35.555	35.554	35.554
2015	149.385	37.347	37.346	37.346	37.346
2016	156.906	39.227	39.226	39.226	39.227
2017	164.799	41.200	41.199	41.200	41.200
2018	173.082	43.271	43.270	43.270	43.271
TOTAL	786.390	196.600	196.596	196.596	196.598

FUENTE: Cuadro Estadístico No. 24

ELABORADO POR: La Autora

b) Proyección del precio:

CUADRO No. 45
Proyección del precio

AÑOS	PRECIOS POR PAQUETES USD.			
	CARAMELOS	CHUPETES	MELCOCHAS	PALETAS
2014	1,03	1,29	1,29	1,03
2015	1,06	1,33	1,33	1,06
2016	1,09	1,37	1,37	1,09
2017	1,13	1,41	1,41	1,13
2018	1,16	1,45	1,45	1,16
TOTAL	5,47	6,85	6,85	5,47

FUENTE: Cuadro Estadístico No. 23

ELABORADO POR: La Autora

c) Proyección del ingreso por ventas

CUADRO No. 46

Proyección de ingresos por ventas

AÑOS	PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS USD.				TOTAL
	CARAMELOS	CHUPETES	MELCOCHAS	PALETAS	
2014	36.621,65	45.865,31	45.864,66	36.620,62	164.972,24
2015	39.587,82	49.670,51	49.670,51	39.587,03	178.515,87
2016	42.756,89	53.739,62	53.739,62	42.756,89	192.993,01
2017	46.555,72	58.090,59	58.091,65	46.555,72	209.293,67
2018	50.193,78	62.741,50	62.741,50	50.193,78	225.870,56
TOTAL	215.715,86	270.107,53	270.107,94	215.714,03	971.645,35

FUENTE: Cuadro Estadístico No. 24, 23

ELABORADO POR: La Autora

5.2 Presupuesto de costos y gastos

Es necesario determinar el presupuesto de costos y gastos, para la operación de la empresa, mismo que se basa en la clasificación de los costos, gastos administrativos, de venta y financieros.

Todos estos costos sufren un incremento anual del 3,01%, porcentaje que corresponde a la tasa de inflación acumulada.

5.2.1 Presupuesto de costos de producción

A continuación, se realizará la proyección de los costos necesarios con los que la empresa contará directa e indirectamente, para el adecuado desarrollo de las actividades que permitan obtener la correcta elaboración de los confites a base de panela:

a) Materia prima directa

El proyecto de confitería a base de panela, presenta los siguientes costos de materia prima en sus 5 años de vida útil.

CUADRO No. 47
Materia Prima Directa

CONCEPTO	PERIODOS				
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Panela	49231,20	50713,06	52239,52	53811,93	55431,67
Colorantes naturales	712,01	733,44	755,51	778,25	801,68
Frutos secos	2472,24	2546,65	2623,31	2702,27	2783,61
TOTAL	52415,44	53993,15	55618,34	57292,45	59016,96

FUENTE: Cuadro Estadístico No. 34

ELABORADO POR: La Autora

b) Mano de obra directa

A continuación se presenta el cuadro que muestra la intervención de la mano de obra directa, con una proyección en base a la tasa de inflación del incremento de las remuneraciones del 9% para el 2013.

CUADRO No. 48
Mano de Obra Directa

DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo Básico Unificado	11.645,90	12.694,03	13.836,49	15.081,78	16.439,14
Aporte Patronal	1.414,98	1.542,32	1.681,13	1.832,44	1.997,35
Décimo Tercer Sueldo	970,49	1.057,84	1.153,04	1.256,81	1.369,93
Décimo Cuarto Sueldo	693,24	755,63	823,64	897,77	978,56
Fondo de Reserva		1.057,84	1.153,04	1.256,81	1.369,93
TOTAL	14.724,61	17.107,66	18.647,35	20.325,61	22.154,91

FUENTE: Cuadro Estadístico No. 35

ELABORADO POR: La Autora

c) Costos Indirectos de Fabricación

A continuación se detalla el cuadro de las proyecciones de costos de fabricación en los 5 años de vida útil que tendrá el proyecto:

- **Materia Prima Indirecta**

CUADRO No. 49
Costos Indirectos Materia Prima

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Fundas de polipropileno de 30u. 150 gr.	244,75	252,12	259,71	267,52	275,58
Palitos	732,52	754,57	777,29	800,68	824,78
Embalaje cartón corrugado 15 kg.	463,55	477,50	491,87	506,68	521,93
Consumo de agua m3.	519,17	534,80	550,89	567,48	584,56
Consumo de energía kw/h.	370,84	382,00	393,50	405,34	417,54
Mantenimiento maquinaria.	618,06	636,66	655,83	675,57	695,90
Útiles de limpieza.	247,22	254,67	262,33	270,23	278,36
Etiqueta (75x105m.m.).	7.324,01	7.544,46	7.771,55	8.005,48	8.246,44
Combustible-gas.	741,67	764,00	786,99	810,68	835,08
TOTAL	11.261,79	11.600,77	11.949,96	12.309,65	12.680,17

FUENTE: Cuadro Estadístico No. 37

ELABORADO POR: La Autora

5.2.2 Presupuesto de gastos

5.2.2.1 Gastos administrativos

a) Sueldos Administrativos

En el siguiente cuadro, se muestra todos los elementos de la remuneración correspondiente al personal administrativo de la empresa.

CUADRO No. 50
Sueldos Administrativos

DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo Básico Unificado	14.088,58	15.356,55	16.738,64	18.245,12	19.887,176
Aporte Patronal.	1.711,76	1.865,82	2.033,74	2.216,78	2.416,29
Décimo Tercer Sueldo.	1.174,05	1.279,71	1.394,89	1.520,43	1.657,26
Décimo Cuarto Sueldo.	693,24	755,63	823,64	897,77	978,56
Fondo de Reserva.		1.279,71	1.394,89	1.520,43	1.657,26
TOTAL	17.667,63	20.537,43	22.385,79	24.400,52	26.596,56

FUENTE: Cuadro Estadístico No. 36

ELABORADO POR: La Autora

b) Total Gastos Administrativos

Los gastos administrativos en los que incurrirá la empresa en los 5 años de vida útil, se describen a continuación en la siguiente tabla:

CUADRO No. 51
Gastos Administrativos

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldos del personal.	17.667,63	20.537,43	22.385,79	24.400,52	26.596,56
Suministros y útiles de oficina.	494,44	509,33	524,66	540,45	556,72
Mantenimiento equipos de computación.	370,84	382,00	393,50	405,34	417,54
Servicios básicos.	185,42	191,00	196,75	202,67	208,77
TOTAL	18.718,33	21.619,75	23.500,70	25.548,98	27.779,60

FUENTE: Cuadro Estadístico No. 40

ELABORADO POR: La Autora

5.2.2.2 Gastos de ventas

En el siguiente cuadro se muestran las proyecciones de los gastos correspondientes a la ejecución de las actividades en función de las ventas:

a) Gasto Sueldos Ventas

CUADRO No. 52
Sueldos Chofer-vendedor

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	5.862,35	6.389,96	6.965,05	7.591,91	8.275,18
Aporte Patronal	712,28	776,38	846,25	922,42	1.005,43
Décimo Tercer Sueldo	488,53	532,50	580,42	632,66	689,60
Décimo Cuarto Sueldo	346,62	377,82	411,82	448,88	489,28
Fondo de Reserva		532,50	580,42	632,66	689,60
TOTAL	7.409,77	8.609,15	9.383,97	10.228,53	11.149,10

FUENTE: Cuadro Estadístico No. 41

ELABORADO POR: La Autora

b) Total Gastos de Venta

CUADRO No. 53

Gastos de Venta

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo chofer vendedor	7.409,77	8.609,15	9.383,97	10.228,53	11.149,10
Publicidad	494,45	509,33	524,66	540,45	556,72
Combustible	741,67	764,00	786,99	810,68	835,08
Mantenimiento de vehículo	1.854,18	1.909,99	1.967,48	2.026,70	2.087,71
TOTAL	10.500,07	11.792,47	12.663,11	13.606,37	14.628,61

FUENTE: Cuadro Estadístico No. 41

ELABORADO POR: La Autora

5.2.2.3 Gasto depreciación

Para la proyección de las depreciaciones, se aplico el método de línea recta, de acuerdo a lo autorizado por la administración tributaria SRI.

CUADRO No. 54

Proyección de depreciaciones de Activos Fijos

VIDA UTIL/ AÑOS	DETALLE	VALOR	2014	2015	2016	2017	2018
20	Edificación	60.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
10	Equipos de oficina	130,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00
3	Equipos de computación	1.700,00	566,67	566,67	566,67	-	-
	Renovación de equipos	-	-	-	-	556,67	556,67
5	Vehículo	15.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
10	Maquinaria	8.323,00	832,30	832,30	832,30	832,30	832,30
10	Mobiliario	3.216,00	321,60	321,60	321,60	321,60	321,60
	TOTAL	88.369,00	7.733,57	7.733,57	7.733,57	7.723,57	7.723,57

FUENTE: Cuadro Estadístico No. 27, 28, 29, 30, 31.

ELABORADO POR: La Autora

5.2.2.4 Amortización gastos de constitución

Se presenta a continuación la amortización de los gastos de constitución de la empresa, misma que se realizará en un periodo de 5 años, en proporciones iguales con un porcentaje del 20% anual:

CUADRO No. 55
Amortización Gastos de Constitución

CONCEPTO	PERIODOS						
	Valor	%	2014	2015	2016	2017	2018
Gastos de Constitución	1.000,00	20	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL			200,00	200,00	200,00	200,00	200,00

FUENTE: Cuadro Estadístico No. 39

ELABORADO POR: La Autora

5.3 Fuentes de financiamiento

El financiamiento que se manejará para el proyecto es a través del aporte de accionistas, por una cantidad de 41.466,46 dólares y 62.199,68 dólares, a través de un crédito del Banco Internacional, ya que sus porcentajes se encuentran a la par con los establecidos por el Banco Central del Ecuador.

5.3.1 Tabla de amortización del préstamo:

Financiamiento.	\$ 62.199,68	VP= 4.165,35
Tasa de interés anual	11,83%	
Trimestral	2,96%	
Periodos trimestrales	20	

CUADRO No. 56
Tabla de Amortización

No	VP	INTERESES	ABONO CAPITAL	SALDO A PAGAR
0				\$ 62.199,68
1	4.165,35	18.41,11	2.324,24	59.875,44
2	4.165,35	17.72,31	2.393,04	57.482,40
3	4.165,35	17.01,48	2.463,87	55.018,53
4	4.165,35	16.28,55	2.536,80	52.481,73
5	4.165,35	15.53,46	2.611,89	49.869,84
6	4.165,35	14.76,15	2.689,20	47.180,64
7	4.165,35	13.96,55	2.768,80	44.411,84
8	4.165,35	13.14,59	2.850,76	41.561,08
9	4.165,35	12.30,21	2.935,14	38.625,94
10	4.165,35	11.43,33	3.022,02	35.603,92
11	4.165,35	10.53,88	3.111,47	32.492,44
12	4.165,35	9.61,78	3.203,57	29.288,87
13	4.165,35	8.66,95	3.298,40	25.990,47
14	4.165,35	7.69,32	3.396,03	22.594,44
15	4.165,35	6.68,80	3.496,55	19.097,89
16	4.165,35	5.65,30	3.600,05	15.497,83
17	4.165,35	4.58,74	3.706,61	11.791,22
18	4.165,35	3.49,02	3.816,33	7.974,89
19	4.165,35	2.36,06	3.929,29	4.045,60
20	4.165,35	1.19,75	4.045,60	0,00

FUENTE: Investigación Propia
ELABORADO POR: La Autora

5.4 Estados financieros proforma

A continuación se darán a conocer los estados financieros proforma y sus proyecciones durante la vida útil del proyecto.

5.4.1 Balance de arranque año 0

CUADRO No. 57
“CONFIPANEC CIA. LTDA.”
ESTADO DE SITUACIÓN

ACTIVOS		PASIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		8.297,14	PASIVO LARGO PLAZO	62.199,68
Caja Bancos	8.297,14		Préstamo por Pagar	62.199,68
ACTIVOS FIJOS		94.369,00		
Terreno	6.000,00			
Edificio	60.000,00			
Equipos de Oficina	130,00		PATRIMONIO	41.466,46
Equipos de Computación	1.700,00		Capital Social	41.466,46
Vehículo	15.000,00			
Maquinaria	8.323,00			
Mobiliario	3.216,00			
ACTIVOS DIFERIDOS		1.000,00		
Gastos de Constitución	1.000,00			
TOTAL ACTIVOS		<u>103.666,14</u>	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	<u>103.666,14</u>

FUENTE: Estudio Financiero Económico

ELABORADO POR: La Autora Año 2013

5.4.2 Estado de resultados proyectado

CUADRO No. 58
“CONFIPANEC CIA. LTDA.”
ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas Proyectadas	164.972,24	178.515,87	192.993,01	209.293,67	225.870,56
TOTAL INGRESOS	164.972,24	178.515,87	192.993,01	209.293,67	225.870,56
(-) COSTOS OPERATIVOS					
Materia Prima Directa	52.415,44	53.993,15	55.618,34	57.292,45	59.016,96
Mano de Obra Directa	13.508,81	14.724,61	17.107,66	18.647,35	20.325,61
Costos Indirectos de Fabricación	11.261,79	11.600,77	11.949,96	12.309,65	12.680,17
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	77.186,05	80.318,53	84.675,96	88.249,45	92.022,74
= Utilidad Bruta Proyectada	87.786,18	98.197,34	108.317,05	121.044,22	133.847,82
(-) GASTOS OPERACIONALES					
Gastos Administrativos	18.718,33	21.619,75	23.500,70	25.548,98	27.779,60
Gastos de Ventas	10.500,07	11.792,47	12.663,11	13.606,37	14.628,61
Depreciación	7.733,57	7.733,57	7.733,57	7.723,57	7.723,57
Diferidos	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	36.951,97	41.145,79	43.897,37	46.878,92	50.131,77
= Utilidad Operacional Proyectada	50.834,22	57.051,55	64.419,68	74.165,30	83.716,05
(-) GASTOS FINANCIEROS	6.943,45	5.740,74	4.389,19	2.870,36	1.163,56
= Utilidad antes de participación a empleados e impuesto a la renta	43.890,77	51.310,81	60.030,49	71.294,94	82.552,49
(-) 15% Participación Trabajadores	6.583,61	7.696,62	9.004,57	10.694,24	12.382,87
= Utilidad Antes de Impuesto a la Renta	37.307,15	43.614,19	51.025,92	60.600,70	70.169,62
(-) 22% Impuesto a la Renta	8.207,57	9.595,12	11.225,70	13.332,15	15.437,32
= UTILIDAD NETA	29.099,58	34.019,07	39.800,22	47.268,55	54.732,30

FUENTE: Estudio Financiero Económico

ELABORADO POR: La Autora Año 2013

5.4.3 Flujo de caja proyectado

CUADRO No. 59
“CONFIPANEC CIA. LTDA.”
FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Propia	41.466,46					
Inversión Ajena	62.199,68					
Utilidad Neta Proyectada		29.099,58	34.019,07	39.800,22	47.268,55	54.732,30
Depreciación		7.733,57	7.733,57	7.733,57	7.723,57	7.723,57
Valor de Rescate						49.721,16
TOTAL INGRESOS		36.833,14	41.752,63	47.533,78	54.992,12	112.177,03
EGRESOS						
Pago de la Deuda		9.717,95	10.920,65	12.272,21	13.791,04	15.497,83
Reinversión					1.700,00	
Otros						
TOTAL EGRESOS		9.717,95	10.920,65	12.272,21	15.491,04	15.497,83
FLUJO DE CAJA NETO	-103.666,14	27.115,20	30.831,98	35.261,57	39.501,08	96.679,20

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO POR: La Autora Año 2013

5.5 Evaluación financiera

Con la evaluación financiera se analizará la mejor opción de inversión, a través de la siguiente aplicación de criterios de evaluación:

5.5.1 Determinación del Costo de Oportunidad

Para el cálculo del costo de oportunidad se ha determinado una tasa de ponderación del 8%, que corresponde a la tasa de interés activa en el mercado financiero a Julio del año 2013, de acuerdo a lo establecido por el Banco Central del Ecuador.

CUADRO No. 60
Costo de Oportunidad

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	41.466,46	40	8%	320,00
Capital Financiado	62.199,68	60	11,83%	709,80
TOTAL	103.666,14	100	19,83%	1.029,80

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

- **Cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio**

Datos:

Costos del Capital (K)= $1.029,80/100= 10,30$

Inflación = 3,01%

CÁLCULO:

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

$$TRM = (1+0,103) (1+0,0301)-1$$

$$TRM = 0,1362$$

$$TRM = 13,62\%$$

Esto quiere decir que la TRM, del capital total es 13,62%, lo que significa que es el rendimiento mínimo que deberá ganar la empresa, para que de esa manera pueda pagar el 11,83% de interés sobre el capital financiado y el 8% de interés del capital propio, ya que es lo mínimo que puede captar, para operar, de lo contrario no se lograría cubrir con el pago de los intereses correspondientes.

5.5.2 Cálculo del VAN

Con el VAN, se medirá la rentabilidad absoluta de la inversión, en el siguiente análisis financiero:

Matemáticamente se determina la siguiente fórmula:

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

CUADRO No. 61
Valor Actual Neto

Años	Flujos Netos	Tasa de redescuento	Flujos Netos Actualizados
0	-103.666,14		
1	27.115,20	1,1362	23.864,81
2	30.831,98	1,29095044	23.883,16
3	35.261,57	1,46677789	24.040,16
4	39.501,08	1,666553039	23.702,26
5	96.679,20	1,893537562	51.057,45
Suma			146.547,85

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO POR: La Autora

$$\text{VAN} = -103.666,14 + 146.547,85$$

$$\text{VAN} = 42.881,71$$

Se puede evidenciar que la suma de los flujos de efectivo descontados la TRM, es 146.547,85 superior a la inversión inicial de 103.666,14; dando un VAN de 42.881,71 positivo, lo que nos indica que el proyecto resulta ser factible, logrando así cubrir dicha inversión inicial y generar utilidad entorno al movimiento del proyecto.

5.5.3 Cálculo de la TIR

Con el siguiente análisis se mostrará la rentabilidad que devuelve el proyecto, durante su vida útil.

CUADRO No. 62
Tasa interna de retorno

Año	Flujo de Caja Neto	Factor 13,62%	Entradas Actualizadas	Factor 27%	Entradas Actualizadas
0	-103.666,14				
1	27.115,20	1,1362	23.864,81	1,27	21.350,55
2	30.831,98	1,29095044	23.883,16	1,6129	19.115,87
3	35.261,57	1,46677789	24.040,16	2,048383	17.214,35
4	39.501,08	1,666553039	23.702,26	2,601446641	15.184,28
5	96.679,20	1,893537562	51.057,45	3,303836941	29.262,70
SUMA			146.547,85		102.127,74
VAN			42.881,71		-1.538,40

FUENTE: Estudio Económico Financiero
ELABORADO POR: La Autora

Datos:

Tasa Inferior= 13,62%

Tasa superior= 27%

VAN Tasa inferior=42.881,71

VAN Tasa superior= - 1.538,40

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

$$\mathbf{TIR} = 0,1362 + (0,27 - 0,1362) \left[\frac{42.881,71}{(42.881,71 - (-1.538,40))} \right]$$

TIR= 26%

De acuerdo al análisis, se demuestra que estamos ante una TIR del 26%, siendo esta superior a la tasa del costo de oportunidad, es decir que el

proyecto empresarial resulta ser rentable y supone un retorno de la inversión igual a unos tipos de interés altos, que posiblemente no se encuentren en el mercado.

5.5.4 Costo/ beneficio

CUADRO No. 63
Relación beneficio-costo

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	TASA DE REDESCUENTO	INGRESO DEFLACTADO	EGRESO DEFLACTADO
1	36.833,14	9.717,95	1,1362	41.849,82	11.041,53
2	41.752,63	10.920,65	1,29095044	53.900,58	14.098,02
3	47.533,78	12.272,21	1,46677789	69.721,50	18.000,61
4	54.992,12	15.491,04	1,66655304	91.647,28	25.816,63
5	112.177,03	15.497,83	1,89353756	212.411,42	29.345,73
TOTAL				469.530,60	98.302,52

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO POR: La Autora

Fórmula:

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

$$B/C = \frac{469.530,60}{98.302,52}$$

$$B/C = 4,78$$

La relación beneficio-costo es de 4,78%; es decir que por cada dólar invertido se estima un ingreso del 3,78%, en relación a los ingresos y gastos del proyecto, es decir que los beneficios son superiores a los

sacrificios, por lo que el proyecto es viable ya que genera aportes económicos.

5.5.5 Tasa de rendimiento beneficio-costo

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

CUADRO No. 64
Flujos netos deflactados

Años	Flujos Netos	Tasa de redescuento	Flujos Netos Actualizados
0	-103.666,14		
1	27.115,20	1,1362	23.864,81
2	30.831,98	1,29095044	23.883,16
3	35.261,57	1,46677789	24.040,16
4	39.501,08	1,666553039	23.702,26
5	96.679,20	1,893537562	51.057,45
Suma			146.547,85

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO POR: La Autora

$$\text{TRBC} = \frac{146.547,85}{103.666,14}$$

$$\text{TRBC} = 1,41$$

La tasa de rendimiento beneficio costo nos indica que, por cada dólar invertido se recupera 0,41ctvs.USD., valor considerado en base a los beneficios y costos del proyecto.

5.5.6 Punto de equilibrio

CUADRO No. 65
Punto de equilibrio

DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS					
Ventas	164.972,24	178.515,87	192.993,01	209.293,67	225.870,56
TOTAL INGRESOS	164.972,24	178.515,87	192.993,01	209.293,67	225.870,56
COSTOS FIJOS					
Gastos Administrativos	18.718,33	21.619,75	23.500,70	25.548,98	27.779,60
Gastos en Ventas	10.500,07	11.792,47	12.663,11	13.606,37	14.628,61
Depreciaciones	7.733,57	7.733,57	7.733,57	7.723,57	7.723,57
Gastos Financieros	6.943,45	5.740,74	4.389,19	2.870,36	1.163,56
TOTAL COTOS FIJOS	43.895,42	46.886,53	48.286,56	49.749,28	51.295,33
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	52.415,44	53.993,15	55.618,34	57.292,45	59.016,96
Mano de Obra Directa	13.508,81	14.724,61	17.107,66	18.647,35	20.325,61
Costos Indirectos de Fabricación	11.261,79	11.600,77	11.949,96	12.309,65	12.680,17
TOTAL COSTOS VARIABLES	77.186,05	80.318,53	84.675,96	88.249,45	92.022,74
PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)	82.490,49	85.236,42	86.034,18	86.019,88	86.561,78

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO POR: La Autora

AÑO 1

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE\$ = \frac{43.895,42}{1 - \frac{77.186,05}{164.972,24}}$$

PE\$= 82.490,49 USD.

5.5.7 Periodo de recuperación de la inversión

CUADRO No. 66

Periodo de Recuperación de la Inversión

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
2014	23.864,81	
2015	23.883,16	47.747,97
2016	24.040,16	71.788,13
2017	23.702,26	95.490,40
2018	51.057,45	146.547,85

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO POR: La Autora

Cálculos:

95.490,40	suma 4 años
-103.666,14	Inversión
103.666,14 -95.490,40	8.175,74
51.057,45	4254,79
8.175,74/4.254,79	1,92
0,92*30	27,6

En el análisis de la tabla se determina que, la inversión se recupera aproximadamente en 4 años, 2 mese estableciéndose así que el valor se encuentra dentro de la vida útil del proyecto.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

6.1 Nombre y logotipo

La empresa se constituirá como, compañía de sociedad limitada con el siguiente nombre:

“CONFIPANEC CÍA. LTDA.”

Confites de Panela Ecuador Compañía de Responsabilidad Limitada



CONFITES DE PANELA, TENTACIÓN IRRESISTIBLE

6.2 Etiqueta

Se detalla a continuación el contenido del producto a través de la etiqueta expuesta a continuación:

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
CONTENIDO DE 20GR.	
Calorías	44mg
Vitaminas B	207mg
Minerales	441mg
Grasas Saturadas	0%

Una vez abierto conservarse en un lugar fresco

Ingredientes:

- Panela
- Colorantes
- Frutos secos

CONT. NETO 600gr. 30 un.

Reg. Sanit. 00126

ELABORADO POR: "CONFIPANEC CÍA. LTDA."
100% PRODUCTO ECUATORIANO



CONFITES DE PANELA, TENTACIÓN IRRESISTIBLE




6.3 Elementos estratégicos

6.3.1 Misión

“Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de confitería a base de panela, ofreciendo productos con calidad asegurada, logrando bienestar y satisfacción de los clientes, buscando retribución económica para la empresa y bienestar a nuestros colaboradores y a la comunidad, con un alto compromiso de cuidado ambiental con la región y nuestro país”.

6.3.2 Visión

“Ser una empresa líder a nivel nacional en la producción y comercialización de confitería a base de panela, con gran contenido

nutricional, que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de los consumidores, genere nuevas fuentes de empleo al sector Agroindustrial de Imbabura”.

6.3.3 Objetivos

- Posicionar la empresa como proveedora de dulces de panela en el país.
- Lograr el crecimiento sostenido en los servicios y clientes estratégicos.
- Generar nuevas plazas de trabajo al sector agroindustrial de Imbabura.
- Mantener la calidad en los productos.

6.3.4 Políticas de la empresa

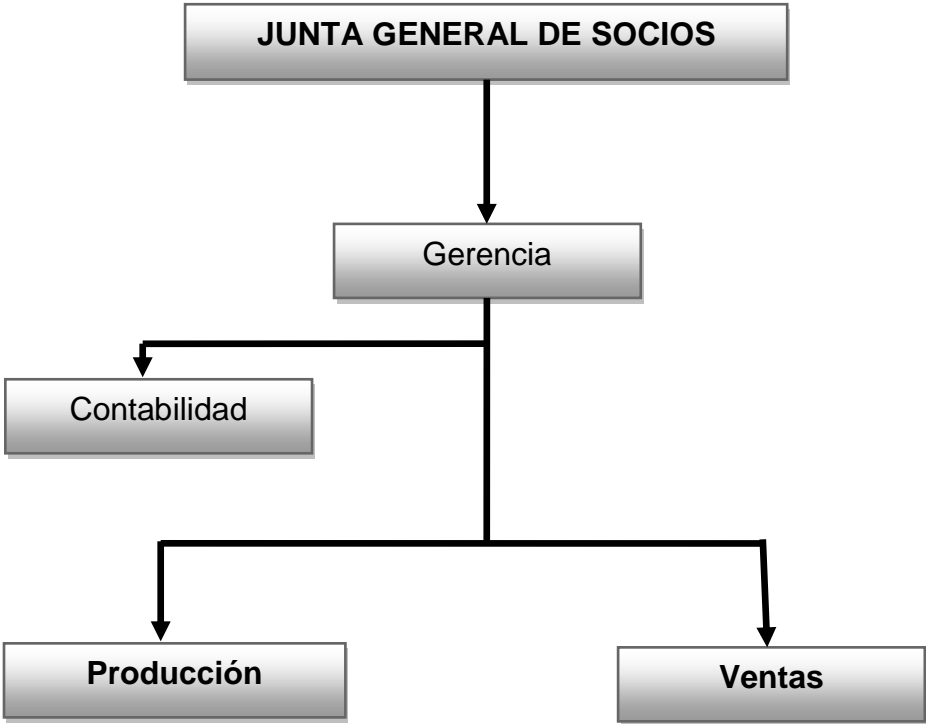
- Brindar atención personalizada a los clientes que nos permitan tener un contacto directo.
- Crear un clima organizacional agradable y de trabajo en equipo para cumplir con las expectativas.
- Prestar servicios con altos estándares de calidad, productividad y competitividad, a través de técnicas y tecnologías innovadoras.
- Contar con un talento humano competente, actualizado y comprometido y con una infraestructura adecuada para responder a los requerimientos del mercado.

6.3.5 Valores corporativos

- **Honestidad.-** Realizar las actividades de la empresa con transparencia, mostrando rectitud en cada decisión a considerarse.
- **Trabajo en equipo.-** Apoyando a toda iniciativa de mejora y trabajo incorporado.
- **Ética profesional.-** Se encontrará reflejada en cada uno de las actividades que se realicen, para que nuestros clientes tengan confiabilidad en los productos ofrecidos.
- **Respeto al medio ambiente.-** Teniendo conciencia y responsabilidad con el tratamiento y cuidado ecológico.
- **Responsabilidad social.-** Responsabilizarnos con la comunidad, entregando un producto sano, bajo las condiciones de salud establecidas por la legislación.

6.3.6 Estructura orgánica

Organigrama



FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

6.4 Estructura funcional

6.4.1 Niveles estructurales

La empresa estará formada por una estructura orgánico-funcional de la siguiente manera:

- a) Nivel Legislativo.
- b) Nivel Ejecutivo.
- c) Nivel Auxiliar.
- d) Nivel Operativo.

- **Nivel Legislativo.-** En este nivel se encuentra la Junta General de Socios, mismos que serán responsables de acatar la normativa y toma de decisiones de la empresa.

- **Nivel Ejecutivo.-** Este nivel lo integra el Gerente encargado de la planificación, dirección, supervisión y control en la ejecución de las diferentes actividades que se desarrollarán dentro de la empresa.

- **Nivel Auxiliar.-** Lo integra la unidad de contabilidad, quien se encargará de realizar las operaciones económicas- financieras para el correcto desarrollo de las transacciones de la empresa.

- **Nivel Operativo.-** Este nivel se encuentra integrado por las unidades de producción y venta, quienes se encargarán de ejecutar las actividades en la realización y distribución del producto, con el fin de cumplir con los objetivos de la empresa.

6.4.2 Manual de funciones

Nivel legislativo

En este nivel se encuentra la Junta general de socios, mismos que desempeñan las siguientes funciones:

JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Lo constituyen los socios de la compañía, quienes velaran por el cumplimiento de los objetivos de la organización.

Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la empresa, aprobar la planificación y las metas anuales, así como dictar los reglamentos internos para que sean acatados dentro de la organización.

A la Junta General de Accionistas le corresponde las siguientes funciones y atribuciones:

Funciones:

- Designar y remover al gerente y fijar su remuneración;
- Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente;
- Resolver la forma de reparto de utilidades;
- Resolver la amortización de los aportes sociales;
- Convenir en la cesión de los aportes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- Decidir el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;

- Resolver la disolución anticipada de la compañía;
- Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley que son las siguientes:
 - a. El socio administrador que se sirve de la firma o de los capitales sociales en provecho propio; o que comete fraude en la administración o en la contabilidad; o se ausenta y, requerido, no vuelve ni justifica la causa de su ausencia;
 - b. El socio que interviniere en la administración sin estar autorizado por el contrato de la compañía;
 - c. El socio que constituido en mora no hace el pago de su cuota social.
 - d. El socio que quiebra; y,
 - e. En general, los socios que falten gravemente al cumplimiento de sus obligaciones sociales.
 - f. El socio excluido no queda libre del resarcimiento de los daños y perjuicios que hubiere causado.
- Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra del gerente;
- En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra;
- Las demás funciones que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otro organismo;
- Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas y responsabilizar al gerente por su ejecución;
- Autorizar la celebración de actos y contratos relativos al giro de la compañía cuya cuantía no exceda de 20.000 dólares;
- Autorizar la venta o hipoteca de bienes de la compañía;
- Interpretar o reformar el estatuto y resolver aumentos o disminuciones de capital social, de acuerdo con las disposiciones legales pertinentes; y,

- Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, etc.

NIVEL EJECUTIVO

Este nivel lo integra el Gerente de la empresa, desempeñando las siguientes funciones:

Puesto o cargo: Gerente

Perfil:

- Liderazgo
- Estabilidad emocional
- Trabajo en equipo
- Buen manejo de relaciones humanas.

Requisitos:

- **Instrucción formal.-** Estudios en administración de empresas, economía o afines.
- **Edad.-** De preferencia de 25 a 45 años.
- **Experiencia.-** Mínimo 2 años en cargas similares.

Funciones:

- Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía;
- Convocar a las sesiones de Junta General de Socios y actuar como secretario;

- Formular los planes y programas que debe cumplir la compañía y someterlos a aprobación de La Junta General de Socios;
- Dirigir y coordinar las actividades de la compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma;
- Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación de La Junta General de Socios;
- Gestionar préstamos y efectivizarlos, previo la autorización de La Junta General de Socios;
- Seleccionar, contratar y remover al personal de la compañía previo conocimiento de La Junta General de Socios;
- Coordinar los programas de capacitación del personal;
- Someter a la aprobación de La Junta General de Socios el orgánico estructural y funcional de la compañía, reglamentos internos, manuales, y sus modificaciones y velar por su aplicación;
- Negociar la compra de vehículos usados previo el diagnóstico respectivo;
- Supervisar el trabajo de todas las dependencias;
- Presentar con la oportunidad del caso, los estados financieros a La Junta General de Socios para su aprobación y luego enviar a la Superintendencia de Compañías;
- Ejecutar las decisiones que se tomen en La Junta General de Socios;
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la compañía;
- Supervisar que se realicen los pagos de impuestos en los plazos establecidos;
- Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía;
- Supervisar permanentemente las instalaciones de la compañía que se mantengan en excelentes condiciones de funcionamiento; y,

- Las demás funciones que le fueran asignados por La Junta General de Socios.

NIVEL AUXILIAR

Este nivel lo integra la Contadora, desempeñando las siguientes funciones:

Puesto o cargo: Contador/a

Perfil:

- Ética profesional
- Confidencialidad
- Organización

Requisitos:

- **Instrucción formal.-** Estudios en Contabilidad y conocimientos de secretariado.
- **Edad.-** De preferencia de 25 a 40 años.
- **Experiencia.-** Mínimo 2 años en cargas similares.

Funciones:

- Velar por el orden, seguridad y privacidad de los documentos de la compañía;

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

- Otras funciones que se le encomiende.

NIVEL OPERATIVO

Este nivel lo integra el personal encargado de la producción y distribución dentro de la empresa como el jefe de cocina y el chofer-vendedor, desempeñando las siguientes funciones:

Puesto o cargo: Jefe de cocina y auxiliares

Perfil:

- Comprensión oral
- Inspección de productos
- Organización

Requisitos:

- **Instrucción formal.-** Amplio desempeño en la elaboración de toda clase de dulces.
- **Edad.-** De preferencia de 25 a 40 años.
- **Experiencia.-** Mínimo 2 años en cargos similares.

Funciones:

- Realizar todos los procesos de Cocción o punteo, batido, molde, enfriamiento y empaque.
- Planificar la distribución de los productos de acuerdo a los pedidos de los clientes.
- Verificación de la cantidad y estado del producto.
- Trasladar el producto en condiciones óptimas de conservación.

- Controlar la disponibilidad de entradas y salidas del producto.

Puesto o cargo: Chofer/ vendedor

Perfil:

- Buen manejo de relaciones humanas
- Estabilidad emocional
- Organización
- Trabajo bajo presión

Requisitos:

- **Instrucción formal.-** Estudio en conducción y capacitación en ventas.
- **Edad.-** Entre los 20 a 40 años.
- **Experiencia.-** Mínimo 2 años en cargos similares.

Funciones:

- Atención personalizada a los clientes.
- Coordinar trabajos con proveedores.
- Llevar registros de clientes.
- Entrega del producto.
- Elaborar y entregar las facturas.
- Cobrar el dinero.
- Entregar las copias de las facturas a clientes y en contabilidad.
- Realizar el mantenimiento necesario del vehículo.

6.5 Aspecto legal para la creación de la empresa

6.5.1 Determinación de la forma jurídica

La forma jurídica que se ajusta a las finalidades de la empresa es la Compañía de Responsabilidad Limitada, con capacidad legal para realizar toda actividad de comercio.

El capital de la compañía estará formado por la aportación de los socios, con un mínimo de \$400,00 de acuerdo a lo que constituye la Superintendencia de Compañías, capital de la empresa que será recuperable.

6.5.2 Permisos de funcionamiento:

- a) Elaboración de una minuta ante un abogado.-** Se debe elaborar la minuta ante un abogado en donde se detalle el capital social, el nombre de los socios y demás requisitos necesarios para su creación.

- b) Registro notaría pública.-** A continuación se debe legalizar la creación de la compañía de responsabilidad limitada, a través de una escritura pública, donde deberá estar presente la firma de un notario público y el detalle del capital social pagado.

c) Registro mercantil.- Un requisito necesario para que la compañía pueda celebrar un contrato, con una persona natural o jurídica es realizar el registro mercantil.

d) Registro Único de Contribuyente (RUC).- Para obtener el registro único de contribuyentes es necesario obtener:

1. Cédula del representante legal.
2. Copia del certificado de votación.
3. Factura del pago de un servicio básico.

e) Patente municipal.- Es necesario considerar los siguientes requisitos:

1. Formulario de declaración del impuesto de patente, original y copia.
2. Copia de la cédula de ciudadanía (RUC), original y copia otorgado por el SRI.
3. Cancelar el valor de la patente de acuerdo a la actividad de la empresa.

f) Permiso de funcionamiento de los bomberos.- se debe realizar los siguientes requisitos:

1. Llenar el formulario de inspección que entregan las oficinas de cuerpo de bomberos de Ibarra.
2. Copia de la patente municipal.
3. Copia de cédula de ciudadanía del representante legal.
4. Registro Único de Contribuyentes (RUC), original y copia.

g) Permiso sanitario.- Este documento es expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumpla con buenas condiciones técnicas, sanitarias e higiénicas, para esto es necesario:

1. Solicitud de inspección.
2. Original y copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.
3. Escritura de constitución legalizada.
4. Copia del RUC.
5. Copia del certificado del cuerpo de bomberos.

6.6 Formación de la empresa

Para la creación de la entidad legal y celebración de la escritura de constitución se deberá considerar los siguientes aspectos:

- a) **Entidad legal:** Compañía de Responsabilidad Limitada
- b) **Socios:** la compañía estará conformada por 7 socios en donde constarán sus nombres completos y apellidos, así como nacionalidad, estado civil y dirección.

CUADRO No. 67
Conformación de socios

NOMBRES	APELLIDOS	ESTADO CIVIL	NACIONALIDAD	DIRECCIÓN
Víctor René	Enríquez Recalde	Casado	Ecuatoriano	Alpachaca Ibarra
Jésica del Rocío	Castro Noboa	Casada	Ecuatoriana	Santa Teresita Ibarra
Xavier Paúl	Muñoz Anangonó	Soltero	Ecuatoriano	Sánchez Ibarra
Amparo del Pilar	Castro Noboa	Casada	Ecuatoriana	Alpachaca Ibarra
Rocío de los Ángeles	Castro Noboa	Casada	Ecuatoriana	Huertos Familiares Ibarra
Fabián Isaías	Mendoza Mendoza	Soltero	Ecuatoriano	Puente 1 Atuntaqui
Jimmy René	Enríquez Castro	Soltero	Ecuatoriano	Alpachaca Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

- c) **Obligaciones sociales:** los socios responderán con el aporte de 5.923, 78 dólares cada socio.
- d) **Desarrollo de las actividades:** las actividades de Producción y comercialización de confites a base de panela, se desarrollarán con el nombre de, "**CONFIPANEC CÍA. LTDA.**"
- e) **Objetivo social.-** Producir y comercializar confites a base de panela.
- f) **Capital.-** Las aportaciones de cada uno de los socios serán de \$ 5.923,78; con un capital propio de \$41.466,46.
- g) **Duración:** la empresa tendrá una duración de 50 años, de acuerdo al límite establecido por la ley de compañías.

- h) **Domicilio:** El domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón San Miguel de Urucuquí, Parroquia Urucuquí.
- i) **Cuenta Bancaria:** Se abrirá la cuenta a nombre de la compañía en formación, en el Banco del Pichincha.
- j) **Deliberaciones:** se las realizará democráticamente, dando oportunidad de expresar las decisiones y contradicciones a todos los accionistas, previa convocatoria en juntas generales.
- k) **Estatutos:** se procederá a la realización de los estatutos de la compañía, para que sean aprobados respectivamente por la Superintendencia de Compañías.

Así como las estipulaciones y condiciones que los socios determinen necesarias para llevar correctamente en marcha a la compañía, de acuerdo a lo estipulado en ley.

6.7 Aspecto Laboral

Para la conformación de la empresa, es importante considerar las condiciones de contratación laboral entre trabajador y empleador; ya que el trabajo de acuerdo a los preceptos del código laboral es un derecho y un deber social, es por eso que se toma en cuenta las leyes y reglamentos a continuación establecidos, con el fin de mantener un ambiente laboral agradable.

- **Reglas generales**

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación.- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Art. 11.- Clasificación.- El contrato de trabajo puede ser: a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal; b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto; c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional; d) A prueba; e) Por obra cierta, por tarea y a destajo; f) Por enganche; g) Individual, de grupo o por equipo.

Art. 8.- Contrato individual.- Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Art. 12.- Contratos expreso y tácito.- El contrato es expreso cuando el empleador y el trabajador acuerden las condiciones, sea de palabra o reduciéndolas a escrito.

Art. 16.- Contratos por obra cierta, por tarea y a destajo.- El contrato es por obra cierta, cuando el trabajador toma a su cargo la ejecución de una labor determinada por una remuneración que comprende la totalidad de la misma, sin tomar en consideración el tiempo que se invierta en ejecutarla.

Art. 17.- Contratos eventuales, ocasionales, de temporada.- Son contratos eventuales aquellos que se realizan para satisfacer exigencias circunstanciales del empleador.

Art. 15.- Contrato a prueba.- En todo contrato de aquellos a los que se refiere el inciso primero del artículo anterior, cuando se celebre por primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días. Vencido este plazo, automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo que faltare para completar el año.

Art. 32.- Contrato de equipo.- Si un equipo de trabajadores, organizado jurídicamente o no, celebrare contrato de trabajo con uno o más empleadores, no habrá distinción de derechos y obligaciones entre los componentes del equipo; y el empleador o empleadores, como tales, no tendrán respecto de cada uno de ellos deberes ni derechos, sino frente al grupo.

Corresponde al Director Regional del Trabajo, en sus respectivas jurisdicciones, el control y vigilancia de estos contratos.

Art. 13.- Formas de remuneración.- En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo. Contrato en participación es aquel en el que el trabajador tiene parte en las utilidades de los negocios del empleador, como remuneración de su trabajo. La remuneración es mixta cuando, además del sueldo o salario fijo, el trabajador participa en el producto del negocio del empleador, en concepto de retribución por su trabajo.

Art. 14.- Estabilidad mínima y excepciones.- Establécese un año como tiempo mínimo de duración, de todo contrato por tiempo fijo o por tiempo indefinido, que celebren los trabajadores con empresas o empleadores en general, cuando la actividad o labor sea de naturaleza estable o permanente, sin que por esta circunstancia los contratos por tiempo indefinido se transformen en contratos a plazo, debiendo considerarse a tales trabajadores para los efectos.

Art. 19.- Contrato escrito obligatorio.- Se celebrarán por escrito los siguientes contratos: a) Los que versen sobre trabajos que requieran conocimientos técnicos o de un arte, o de una profesión determinada; b) Los de obra cierta cuyo valor de mano de obra exceda de cinco salarios mínimos vitales generales vigentes; c) Los a destajo o por tarea, que

tengan más de un año de duración; d) Los a prueba; e) Los de enganche; f) Los por grupo o por equipo; g) Los eventuales, ocasionales y de temporada; h) Los de aprendizaje; i) Los que se estipulan por uno o más años; j) Nota: Literal derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008; y, k) Los que se celebren con adolescentes que han cumplido quince años, incluidos los de aprendizaje; y l) En general, los demás que se determine en la ley.

Art. 21.- Requisitos del contrato escrito.- En el contrato escrito deberán consignarse, necesariamente, cláusulas referentes a: 1. La clase o clases de trabajo objeto del contrato; 2. La manera como ha de ejecutarse: si por unidades de tiempo, por unidades de obra, por tarea, etc.; 3. La cuantía y forma de pago de la remuneración; 4. Tiempo de duración del contrato; 5. Lugar en que debe ejecutarse la obra o el trabajo; y, 6. La declaración de si se establecen o no sanciones, y en caso de establecerse la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad.

Art. 47.- De la jornada máxima.- La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario.

Art. 69.- Vacaciones anuales.- Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables. Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al mismo empleador, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración.

Art. 97.- Participación de trabajadores en utilidades de la empresa.- El empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas. Este porcentaje se distribuirá así: El diez por ciento (10%) se dividirá para los trabajadores de la empresa, sin consideración a las remuneraciones recibidas por cada uno de ellos durante el año correspondiente al reparto y será entregado directamente al trabajador. El cinco por ciento (5%) restante será entregado directamente a los trabajadores de la empresa, en proporción a sus cargas familiares, entendiéndose por éstas al cónyuge o conviviente en unión de hecho, los hijos menores de dieciocho años y los hijos minusválidos de cualquier edad.

Para la contratación del personal de la empresa, se toma en cuenta los lineamientos y condiciones establecidos en las disposiciones que abarca el contrato individual, mismo que será expreso y tácito, además de considerar los requisitos establecidos por ley sobre las condiciones, garantías y obligaciones del contrato orientados en los reglamentos antes mencionadas.

El cumplimiento de las obligaciones laborales, permiten formar un adecuado ambiente laboral y organizacional dentro de la empresa, procesos que ayudan a la consecución de los objetivos planteados de una manera eficaz y eficiente.

6.8 Seguridad industrial

La conformación de una empresa necesita de la aplicación de varios lineamientos, así como la utilización de herramientas necesarias, que deberán ser adoptados para que se pueda prevenir los riesgos y se brinde adecuada protección laboral; evitando accidentes que ocasionará daños a las personas.

Un accidente de trabajo puede ser causado por diferentes razones, como la falta o mal uso de los implementos de seguridad, el mal manejo de las maquinarias, al no utilizar ropa adecuada para el trabajo.

- **Reglas generales**

A continuación se da a conocer los artículos referentes a la seguridad industrial establecidos dentro del Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del ambiente de trabajo, determinado por el Ministerios de trabajo y recursos humanos y el Ministerio de salud.

Instalación de maquinarias:

Art. 73. Ubicación.- maquinarias fijas.

1. Las máquinas estarán situadas en áreas de amplitud suficiente que permita su correcto montaje y una ejecución segura de las operaciones.
2. Se ubicarán sobre suelos o pisos de resistencia suficiente para soportar las cargas estáticas y dinámicas previsibles. Su anclaje será tal que asegure la estabilidad de la máquina y que las vibraciones que puedan producirse no afecten a la estructura del edificio, ni importen riesgos para los trabajadores.
3. Las máquinas que, por la naturaleza de las operaciones que realizan, sean fuente de riesgo para la salud, se protegerán debidamente para evitarlos o reducirlos. Si ello no es posible, se instalarán en lugares aislantes o apartados del resto del proceso productivo. El personal encargado de su manejo utilizará el tipo de protección personal correspondiente a los riesgos a que esté expuesto.

Art. 75. Colocación de materiales y útiles.

1. Se establecerán en las proximidades de las máquinas zonas de almacenamiento de material de alimentación y de productos elaborados, de modo que éstos no constituyan un obstáculo para los operarios, ni para la manipulación o separación de la propia máquina.
2. Los útiles de las máquinas que se deban guardar junto a éstas, estarán debidamente colocadas y ordenadas en armarios, mesas o estantes adecuados.

Protección colectiva:

Art. 143. Emplazamientos de los locales.

1. Los locales en que se produzcan o empleen sustancias fácilmente combustibles se construirán a una distancia mínima de 3 metros entre sí y aislados de los restantes centros de trabajo.
2. Cuando la separación entre locales resulte imposible se aislarán con paredes resistentes de mampostería, hormigón u otros materiales incombustibles sin aberturas.
3. Siempre que sea posible, los locales de trabajo muy expuestos a incendios se orientarán evitando su exposición a los vientos dominantes o más violentos.

Art. 145. Distribución interior de locales.

1. Las zonas en que exista mayor peligro de incendio se aislarán o separarán de las restantes, mediante muros cortafuegos, placas de

materiales incombustibles o cortinas de agua, si no estuviera contraindicada para la extinción del fuego por su causa u origen.

Art. 56. Iluminación, niveles mínimos.

1. Todos los lugares de trabajo y tránsito deberán estar dotados de suficiente iluminación natural o artificial, para que el trabajador pueda efectuar sus labores con seguridad y sin daño para los ojos.

Instalación de extinción de incendios y salidas de emergencia:

Art. 155. Se consideran instalaciones de extinción las siguientes:

1. Bocas de incendio, hidrantes de incendios, columna seca, extintores y sistemas fijos de extinción.

Art. 161. Salidas de emergencia.

1. Cuando las instalaciones normales de evacuación, no fuesen suficientes o alguna de ellas pudiera quedar fuera de servicio, se dotará de salidas o sistemas de evacuación de emergencia.
2. Las puertas o dispositivos de cierre de las salidas de emergencia, se abrirán hacia el exterior y en ningún caso podrán ser corredizas o enrollables.

Protección personal:

Art. 175. Disposiciones generales.

1. La utilización de los medios de protección personal tendrá carácter obligatorio en los siguientes casos:
 - a) Cuando no sea viable o posible el empleo de medios de protección colectiva.
 - b) Simultáneamente con éstos cuando no garanticen una total protección frente a los riesgos profesionales.
2. La protección personal no exime en ningún caso de la obligación de emplear medios preventivos de carácter colectivo.
3. Sin perjuicio de su eficacia los medios de protección personal permitirán, en lo posible, la realización del trabajo sin molestias innecesarias para quien lo ejecute y sin disminución de su rendimiento, no entrañando en sí mismos otros riesgos.
4. El empleador estará obligado a:
 - a) Suministrar a sus trabajadores los medios de uso obligatorios para protegerles de los riesgos profesionales inherentes al trabajo que desempeñan.
 - b) Renovar oportunamente los medios de protección personal, o sus componentes, de acuerdo con sus respectivas características y necesidades.
 - c) Instruir a sus trabajadores sobre el correcto uso y conservación de los medios de protección personal, sometiéndose al

entrenamiento preciso y dándole a conocer sus aplicaciones y limitaciones.

d) Determinar los lugares y puestos de trabajo en los que sea obligatorio el uso de algún medio de protección personal.

5. El trabajador está obligado a:

a) Utilizar en su trabajo los medios de protección personal, conforme a las instrucciones dictadas por la empresa.

b) Hacer uso correcto de los mismos, no introduciendo en ellos ningún tipo de reforma o modificación.

Art. 176. Ropa de trabajo.

1. La elección de las ropas citadas se realizará de acuerdo con la naturaleza del riesgo o riesgos inherentes al trabajo que se efectúa y tiempos de exposición al mismo.

2. La ropa de protección personal deberá reunir las siguientes características:

a. Ajustar la comodidad de movimiento del trabajador.

b. No tener partes sueltas, desgarradas o rotas.

c. No ocasionar afecciones cuando se halle en contacto con la piel del usuario.

d. Carecer de elementos que cuelguen o sobresalgan, cuando se trabaje en lugares con riesgo derivados de máquinas o elementos en movimiento.

- e. Tener dispositivos de cierre o abrochado suficientemente seguros, suprimiéndose los elementos excesivamente salientes.
3. Ser de tejido y confección adecuados a las condiciones de temperatura y humedad del puesto de trabajo.
 4. Cuando un trabajo determine exposición a lluvia será obligatorio el uso de ropa impermeable.
 5. Siempre que las circunstancias lo permitan las mangas serán cortas, y cuando sea larga, ajustarán perfectamente por medio de terminaciones de tejido elástico. Las mangas largas, que deben ser enrolladas, lo serán siempre hacia adentro, de modo que queden lisas por fuera.
 6. Se eliminarán o reducirán en todo lo posible los elementos adicionales como bolsillos, bocamangas, botones, partes vueltas hacia arriba, cordones o similares, para evitar la suciedad y el peligro de enganche, así como el uso de corbatas, bufandas, cinturones, tirantes, pulseras, cadenas, collares y anillos.
 7. Se consideran ropas o vestimentas especiales de trabajo aquellas que, además de cumplir lo especificado para las ropas normales de trabajo, deban reunir unas características concretas frente a un determinado riesgo.
 8. En aquellos trabajos en que sea necesaria la manipulación con materiales a altas temperaturas, el aislamiento térmico de los medios de protección debe ser suficiente para resistir contactos directos.

En la empresa “CONFIPANEC CÍA. LTDA.”, se establece la indumentaria adecuada para labores de cocina, con sus respectivos delantales, guantes, gorras. Además es importante establecer los carteles para identificar las zonas de riesgos, así como las autorizadas para personas particulares; de la misma manera se considera las herramientas de seguridad contra incendios y salidas de emergencias, el lugar se encontrará bajo los reglamentos de higiene y salud establecidos en ley.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Es necesario realizar el análisis de los posibles impactos que se espera de la implantación del proyecto, a través de la aplicación de una matriz de evaluación de impactos, mismos que se encuentran presentes en: lo económico, social, ambiental, empresarial y comercial, para lo cual se emplea una escala de medición a través de la asignación de calificaciones, a continuación delimitadas:

CUADRO No. 68
Escala de Medición de Impactos

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

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Se analizarán los impactos antes mencionados aplicando el procedimiento detallado a continuación:

- a) Señalar el impacto a analizarse.

b) Estructurar una base de indicadores, mismos que se calificarán de acuerdo a la escala de medición de impactos.

c) Procedemos al análisis de la matriz aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{de calificación}}{\# \text{ de impactos}}$$

7.1 Impacto económico

CUADRO No. 69
Matriz de impacto económico

No.	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1	Creación de fuentes de empleo.							x	2
2	Nivel de ingresos						x		2
3	Creación de proyectos					X			1
4	Efecto multiplicador							x	3
	Total								8

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Nivel de impacto (Económico)= $\frac{2+2+1+3}{4} = \frac{8}{4} = 2$ **(Impacto medio positivo)**

El puntaje del impacto económico se encuentra en el nivel medio positivo (2), lo que significa que con la creación de la empresa, se crearán más fuentes de empleo, aumentará el nivel de ingresos a los involucrados

directos e indirectos y con esto se establecerá el efecto multiplicador mismo que permitirá un dinamismo en la economía.

7.2 Impacto social

CUADRO No. 70

Matriz de impacto social

No.	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1	Calidad de vida de la población.						x		2
2	Relaciones con la comunidad.					X			1
3	Salud.						x		2
	Total								5

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Nivel de impacto (Social)= $\frac{2+1+2}{3} = \frac{5}{3} = 1,66$ (Impacto medio bajo positivo)

El puntaje de la matriz de impacto social se encuentra en el nivel medio bajo positivo, considerándose que se tratará de mejorar la calidad de vida de la población, permitiendo la satisfacción del trabajador, además de establecer buenas relaciones con la comunidad y en su mayoría

garantizando la integridad física de los trabajadores y consumidores, logrando de esta manera un mejor desarrollo en el sector empresarial.

7.3 Impacto ambiental

CUADRO No. 71

Matriz de impacto ambiental

No.	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1	Manejo de desechos sólidos							X	3
2	Contaminación del aire						X		2
3	Contaminación del ruido							X	3
4	Contaminación de olor						X		2
5	Contaminación visual							X	3
6	Aguas residuales						X		2
	Total								15

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Nivel de impacto (Ambiental) = $\frac{2+3+3+3+3+2}{6} = \frac{15}{6} = 2,50$ (Impacto medio alto positivo).

El puntaje de la matriz de impacto ambiental, muestra un impacto medio alto positivo de (2,5), es decir que la implantación del proyecto en su totalidad no provocaría alteraciones en los elementos del ecosistema, ya que el proceso de transformación del producto no genera desechos tóxicos, debido a que no se utilizará insumos químicos, se procederá al

adecuado manejo de desechos, es decir todo lo susceptible a reciclado. Además se comprometerá a cumplir con las disposiciones legalmente establecidas en la legislación del ambiente en cada uno de los procesos a realizarse.

7.4 Impacto empresarial

CUADRO No. 72
Matriz de impacto empresarial

No.	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1	Atención personalizada							X	3
2	Mejoramiento continuo							X	3
3	Imagen empresarial							X	3
	Total								9

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

$$\text{Nivel de impacto (Empresarial)} = \frac{3+3+3}{3} = \frac{9}{3} = 3 \quad (\text{Impacto alto positivo})$$

El puntaje de la matriz empresarial determina un impacto alto positivo de (3), lo que significa que los indicadores claves a tomar en cuenta para la lealtad de los clientes se reflejan en el servicio de atención personalizada

hacia el cliente, desempeñar un mejoramiento continuo y de la misma manera elevar la imagen empresarial.

7.5 Impacto comercial

CUADRO No. 73

Matriz de impacto comercial

No.	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1	Canales de distribución						x		2
2	Puntos de venta						x		2
3	Atención y servicio al cliente							X	3
4	Calidad							X	3
	Total								10

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: La Autora

Nivel de impacto (Comercial) = $\frac{2+2+3+3}{4} = \frac{10}{4} = 2,5$ (Impacto medio alto positivo)

Se refleja un impacto comercial medio alto de (2,5), debido a que la empresa ofrece un producto de calidad, en un punto de venta estratégico, con la adecuada atención del cliente y correctos canales de distribución, logrando de esta manera la fidelidad y confianza del cliente.

7.6 Impactos generales

A continuación se detallan todos los impactos en una manera general dentro de una sola matriz:

CUADRO No. 74
Matriz impactos generales

IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Económicos						X		2
Sociales						X		2
Ambiental							X	3
Empresarial							X	3
Comercial							X	3
Total								13

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO POR: La Autora

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{\text{Sumatoria}}{\# \text{ de Impactos}}$$

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{2+2+3+3+3}{5}$$

$$\text{NI} = 2,6 = (3) \text{ Nivel alto positivo}$$

Dentro de la escala de medición del proyecto se genera un impacto alto positivo a nivel de todos los impactos, lo que significa que el proyecto genera buenas perspectivas dentro del proceso ha desarrollar y no proporciona impactos negativos en la consecución de las actividades de producción y comercialización.

CONCLUSIONES

Del Estudio de Factibilidad para la creación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de confitería a base de panela, en el Cantón Urcuquí, Provincia de Imbabura, se determinan las siguientes conclusiones:

- En el diagnóstico situacional, se ha demostrado que no existe ningún tipo de impedimento para que la empresa se conforme, considerándose así que el entorno del proyecto es bastante favorable, debido a que existen suficientes elementos como lo son los aliados, mismos que ayudan a la consecución de los objetivos y promueven al desarrollo de la misma, además considerando el diagnóstico externo se determina que tanto los riesgos, como los oponentes no afectan significativamente al desarrollo del proyecto.
- Las bases teóricas consultadas y analizadas, han permitido tener un amplio conocimiento, de los temas expuestos dentro del desarrollo del proyecto, lo que ayuda a sustentar científicamente cada uno de los conceptos expuestos en el desarrollo de cada capítulo, a través de consultas bibliográficas y análisis personales, ya que son los cimientos del proyecto.
- En el estudio de mercado se analizó el pronóstico de oferta y demanda, determinándose así la existencia de un mercado potencial insatisfecho, que puede ser captado por la nueva empresa a constituirse, además se pudo conocer los precios y forma de comercialización del producto, logrando de esta manera formarse una oportunidad en este mercado.
- En el análisis de la localización del proyecto, se estableció como el lugar más adecuado para el funcionamiento de la empresa de confites a base de panela, “CONFIPANEC Cía. Ltda.”, en la

Cabecera Cantonal de Urcuquí, debido a la facilidad para la obtención de la materia prima requerida para el producto, además se pudo determinar que la maquinaria y equipos a utilizarse pueden ser fácilmente adquiridos y que su capacidad permitirá alcanzar los objetivos planteados, con el fin de obtener un producto de buena calidad.

- Del estudio económico-financiero se desprende que, el proyecto es factible, siempre y cuando no existan cambios significativos en los escenarios del proyecto y del mercado, a la vez, se ha determinado que la inversión se recupera aproximadamente en 4 años dos meses, fecha establecida dentro de los cinco años de vida útil del mismo, mostrando un análisis financiero mismo que arroja resultados totalmente positivos, los que garantizarán la creación de la empresa de confites a base de panela “CONFIPANEC CÍA. LTDA.”
- Dentro de la estructura orgánica funcional, se determinaron las pautas más adecuadas para el correcto desarrollo de las actividades, que serán desempeñadas por los organismos de la empresa, ya que de la gestión administrativa, depende el éxito del proyecto, es así que se definió la misión, visión, valores, políticas y responsabilidades del personal que formará parte de la compañía, para que de esa manera se cumplan con las metas y objetivos planteados para la nueva empresa.
- El desarrollo del proyecto generará impactos positivos, de acuerdo a la escala de medición de impactos, es decir que el proyecto puede ejecutarse con normalidad, una vez estimado que no existirá riesgos o daños hacia el entorno destinado para el mismo.

RECOMENDACIONES

- Se deberá aprovechar al máximo la oportunidad de implementar la nueva empresa, debido a que no existe ningún impedimento y además que el lugar en donde se ubicará, el Cantón Urcuquí, cuenta con los factores necesarios para que la empresa funcione con normalidad y sin problemas.
- Es necesario considerar las bases teóricas, mismas que sustentan cada uno de los temas expuestos en el marco del proyecto, logrando de esa manera obtener mayor entendimiento a través de los distintos significados y análisis.
- Se debe implementar estrategias adecuadas tanto de ventas, precios como para la comercialización del producto, con el fin de posicionarse en el mercado y sobre todo en la mente del consumidor con mayor rapidez.
- Es recomendable controlar de manera responsable, cada una de las actividades destinadas a la fabricación del producto, así como las técnicas y herramientas utilizadas, con el fin de que el mismo muestre la calidad esperada por cada uno de los clientes.
- Se deberá implementar la empresa, debido a que los indicadores de la evaluación económica- financiera, muestran una atractiva rentabilidad y además se determina la recuperación del mismo dentro de la vida útil del proyecto.
- Coordinar y dar a conocer a los trabajadores las funciones y actividades, establecidas dentro de la gestión administrativa de la empresa, así como los estatutos y responsabilidades, con el fin de que exista un ambiente de trabajo adecuado y organizado.

- Mantenerse bajo los parámetros de calidad en cada una de las actividades a desarrollarse dentro de la empresa, para que de este modo los diferentes impactos que se puedan generar en el proyecto, puedan ser siempre positivos y de lo contrario realizar una planificación estratégica para evitar posibles impactos negativos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aramburo, N., & Rivera, O. (2008). Organización de Empresas. En N. ARAMBURO, & O. RIVERA, *Organización de Empresas* (pág. 117). Deusto.
- AUDITRA. (2008). *Nuevo Plan Peneral de Contabillidad*. Barcelona: Marcombo.
- Ayuso, A., & Barrachina, M. y. (2011). Casos Prácticos de Contabilidad y Costos. En A. Ayuso, & M. y. Barrachina, *Casos Prácticos de Contabilidad y Costos* (pág. 243). Profit.
- Besley, S., & Eugene, B. (2008). *Fundamentos de Administración Financiera*. Florida: CEGACE.
- Díaz, A., & Sellers, R. (2010). Introducción al Marketing. En A. Díaz, & R. Sellers, *Introducción al Marketing*. España: ECU.
- Evans, J., & Lindsay, W. (2008). Administración y Control de Calidad. En J. EVANS, & L. Willian, *Administración y Control de Calidad* (pág. 713). México: Imagen.
- García, G., & Navarro, M. (2012). *Fundamentos Empresariales* . Madrid: ESIC.
- García, M., & Navarro, M. (2012). *Fundamentos Empresariales*. Madrid: ANORMI, S.L.
- Gonzáles, M. L. (2012). Formación en instituciones y empresas. En M. L. GONZÁLES, *Formación en instituciones y empresas* (pág. 70). Madrid: Lerko Print S.A.
- Greco, O. (2007). *Diccionario Contable*. Florida: Valleta Ediciones.
- Gutérrez, S. (2008). Prácticas de Marketing. En S. Gutiérrez, *Prácticas de Marketing*. Madrid: Anormi S.L.
- Gutierras, S. (2008). Prácticas del Marketing. En S. Gutiérrez, *Prácticas del Marketing*. España: Anormi S.L.
- Hernández, G. (2006). *Diccionario de Economía*. Colombia: Educ.
- Jácome, W. (2005). *Bases Teóricas y prácticas para el diseño y evaluización de proyectos productivos y de inversión*.

- Keat, P., & Young, P. (2011). Economía de empresas . En P. Keat, & P. Young, *Economía de empresas* . México : Perrson Aducaation.
- Kotler, P. (2008). Las preguntas más frecuentes sobre el marketing . En P. Kotler, *Las preguntas más frecuentes sobre el marketing* .
- Madrid, V. (1999). *Confitería y pastelería manual de formación*. Madrid: Mindi-Prensa S.A.
- Martínez, R. (2009). Manual de Contabilidad. En R. MARTÍNEZ, *Manual de Contabilidad* (pág. 271). España: Club Universitario.
- Medina, U., & Alicia, C. (2011). Cómo evaluar un proyecto empresarial. En *Cómo evaluar un proyecto empresarial*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Robins, S., & Decenzo, D. (2009). Fundamentos de la Administración. En R. Sthepen, & D. David, *Fundamentos de la Administración* (pág. 174). México: Pearson Education.
- Rodriguez, A. (2008). Cómo evaluar un proyecto empresarial. México.
- Rodriguez, A., Muñoz, J., & García, M. (2009). Derecho Administrativo Español. En R. Arana, J. Muñoz, & G. Miguel, *Derecho Administrativo Español* (pág. 210). España: Gesbiblo S.L.
- Sinisterra, G., & Polaco, L. (2007). Contabilidad administrativa. En G. SINISTERRA, & L. POLANCO, *Contabilidad administrativa*. Bogotá: Ecoe.
- SRI. (2011). Guía de equidad y desarrollo. En SRI, *Guía de equidad y desarrollo* (pág. 128). Ecuador.
- Ureña, A. (2010). Recepción y Reservas. In A. UREÑA, *Recepción y Reservas* (p. 279). España: Paraninfo S.A.
- Uribe, J. (2007). Proyecto de inversión para las PYME. En J. Uribe, *Proyecto de inversión para las PYME* (pág. 169). Bogotá: Eco Ediciones .

LINCOGRAFÍA

- Marx, C. V. (2010). *Copyright SRI*. Obtenido de sitio Web de Copyright SRI: <http://www.sri.gob.ec/>
- Ltda., S. J. (2012). *Copyright Panela Ecuador*. Obtenido de sitio Web de Copyright Panela Ecuador: http://site.panelaecuador.com/index.php?option=com_content&view=article&id=43&Itemid=27
- Profit Ltda. (2012). *Acerca de nosotros: Profit Ltda*. Obtenido de sitio Web de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/>
- Soto, B. (2012). *Gestión org*. Recuperado el Julio de 2013, de sitio Web de Gestión org.: <http://www.gestion.org/economia-empresa/creacion-de-empresas/3985/la-clasificacion-de-las-empresas/>
- INEC. (Agosto de 2013). Obtenido de Sitio Web de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Banco Central del Ecuador. (2013, Agosto). Retrieved from sitio Web de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/>
- Ministerio de salud pública. (26 de Marzo de 2013). *Buenas prácticas de manufactura*. Obtenido de sitio web Ministerio de salud pública: <http://www.salud.gob.ec/tag/reglamento-de-buenas-practicas-de-manufactura>

ANEXOS

ANEXO. 1

ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Encuesta dirigida a negocios (tiendas, abastos, supermercados)

Por la presente solicitamos a usted conteste el siguiente cuestionario, no requerimos el nombre ni seña en particular.

OBJETIVO: Determinar la oferta y la demanda de confites a base de panela en las tiendas, abastos y supermercados de la ciudad de Ibarra.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente la pregunta y conteste con la mayor sinceridad del caso.
- Marque la letra X dentro de los paréntesis en la respuesta elegida.

1. ¿Comercializa usted productos derivados de la panela?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

2. ¿Entre los productos derivados de la panela comercializa?

Caramelos ()

Chupetes ()

Melcochas ()

Paletas ()

Ninguno ()

3. ¿Qué cantidad mensual vende aproximadamente de los productos indicados anteriormente?

PRODUCTOS	CANTIDAD DE FUNDAS		
	0-50	51-100	101-150
Caramelos			
Chupetes			
Melcochas			
Paletas			
TOTAL			

4. ¿Quién le provee de este tipo de productos?

Artesanos ()

Microempresas ()

Empresas ()

5. ¿A qué precios le entregan estos productos?

PRODUCTOS	PRECIOS			
	0,10 - 0,50	0,51- 1,00	1,01 - 1,50	Ninguno
Caramelos				
Chupetes				
Melcochas				
Paletas				
TOTAL				

6. ¿Conoce usted los beneficios nutritivos de productos a base de panela?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

7. ¿Quisiera comercializar un nuevo producto derivado de la panela cómo?

Caramelos ()

Chupetes ()

Melcochas ()

Paletas ()

8. ¿En qué cantidades mensuales quisiera usted adquirir un nuevo producto a base de panela fabricado técnicamente y con calidad?

PRODUCTOS	CANTIDADES			
	150g. (30u.)		250g. (50u.)	
	0 – 50	51 – 100	0 – 50	51 – 100
Caramelos				
Chupetes				
Melcochas				
Paletas				
TOTAL				

9. ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos?

PRODUCTOS	PRECIOS			
	150g. (30u.)		250g. (50u.)	
	1,00 - 1,25	1,26 - 1,50	2,00 - 2,25	2,26 - 2, 50
Caramelos				
Chupetes				
Melcochas				
Paletas				
TOTAL				

10. ¿En qué tipo de presentación quisiera usted que se le vendan estos productos?

Plástico ()

Cajas ()

Vidrio ()

11. ¿Por qué medio de publicidad le gustaría que se promocionen los productos?

Radio ()

Televisión ()

Anuncios en Prensa ()

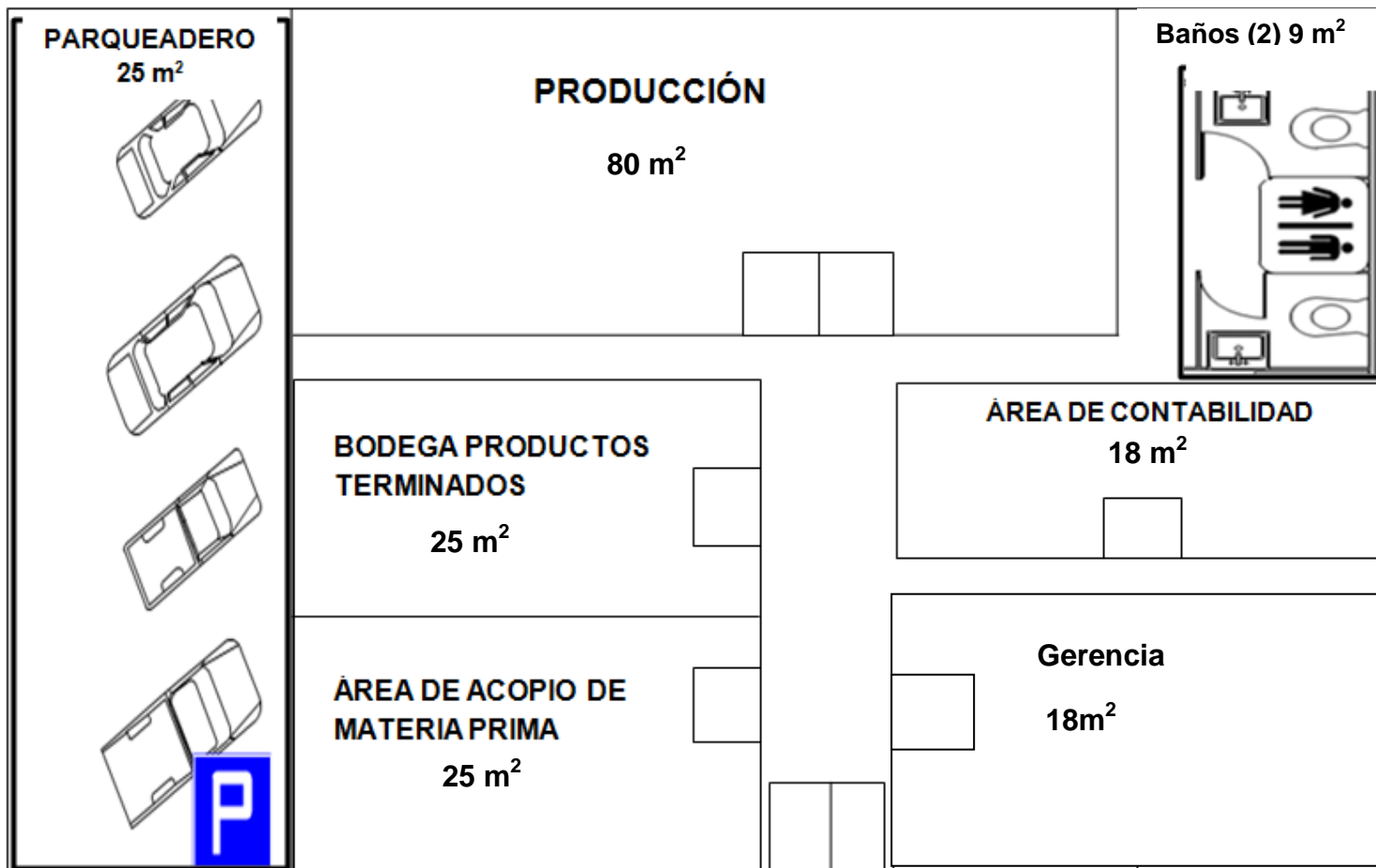
Internet ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO. 2

GRÁFICO No. 14

Plano de la empresa DE confites



ANEXO. 3 Tarjeta de presentación de la empresa



ANEXO 4. Presentación hoja volante



ANEXO 5.

Equipos de computación



MOVICON
COMPUTADORES
¡El mejor PC al mejor precio!
PROFORMA *** 2933

Cliente: Katherine Enríquez
Teléfono: 099622249
Ibarra, 10 de Julio del 2013

RUC: 040068822001
Cta. eta. bca. MMJaramillo: 1022798016
Retenciones a nombre de Sandra Patricia Cerón

Cantidad	Descripción	Precio	Total
2	Computador EQS Intel PIII 1Ghz Procesador Intel pensum III de 1 Hhz 256 Kb de memoria Cache Co procesador matemático 128 Mb de Memoria RAM / exp 512 Mb Monitor SVGA color 14 Disco duro IDE de 40.4 Gig Tarjeta de red NE 2000	625,00	1250,00
2	Impresora CANON BJC 2100 Inyección de tinta a color	133.93	267.86
3	Teléfono Biloba A-200	17,86	53,58
		Sub total	1571.44
		IVA 12%	188.56
		Total	1760,00

Forma de pago: Contado (dólares)
Garantía: 2 años
Oferta: Hasta agotar stock

MOVICON
EL MEJOR PC AL MEJOR PRECIO
RUC: 040068822001
CEL: 097 766 666
IBARRA - ECUADOR


Carlos Fuentes
Administrador
Cel: 097766666
Email: strong_yes@yahoo.com

Dirección: Flores 11-111 y Av. Jaime Rueda Córdova Telf: (06)2611-801/(06)2963520

ANEXO. 6

Maquinaria



ATEINDUS S.A.S

SERVICIOS Y FABRICACIONES
NIT. 830.123.832-0

Diseño y Fabricación de
equipos en Acero Inox,
Estructuras Metálicas,
Montajes y Asesoría en
Mantenimiento Industrial

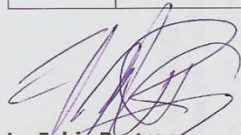
Representante Legal: Fabio Restrepo, Dirección: Calle Palma Real Oe9-260 y Río Cristal
Correo electrónico: ateindus@etb.net.co - ateindusmd@etb.net.co - info@etb.net.co, Teléfonos: 2628 176 / 3027 335 - Quito

FACTURA PROFORMA

Cliente: Sr (a) Katherine Castro
Dirección Av. Tungurahua 28-23 y Machala
Teléf.: 062 603 874 - 0989422200

Orden Nro.	265
Fecha	22/06/2013

Código	Cantidad	Producto Descripción	Valor	% IVA	Valor total
01923	2	Bateas Marca: IM Acero inoxidable Dimensiones: largo 1300mm. Ancho 800mm, profundidad 250mm	535.72	64.28	600.00
01856	20	Moldes Marca: N/A de acero inoxidable Forma : redonda de 500-460-125gr Pequeña de 62.5 gr	339.29	40.71	380.00
01863	10	Espátulas Marca: Talsa de acero inoxidable Formas : grande 400ml y pequeña de 120mm	35.71	4.29	40.00
01859	1	Pulverizadora Marca: Powered js Cubierta protectora de sistema motriz Tolva de alimentación de panela pulverizadora Zona de cuchillas para pulverizado de grumos Salida de panela pulverizada Estructura soporte acero inoxidable Capacidad 100Kg/hora	1339.29	160.71	1500.00
01896	1	Dosificadora Modelo: XKV Tolva para alimentación de panela pulverizada Dosificación por volumen Manivela Salida de productos dosificados Cubiculos dosificadores	3571.43	428.57	4000.00
TOTALS:					6520


In. Fabio Restrepo
Representante legal

Forma de Pago: Contado \$
Tiempo de entrega: 8 días

ANEXO 7.**Maquinaria**

ATEINDUS S.A.S

SERVICIOS Y FABRICACIONES
NIT. 830.123.832-0

Diseño y Fabricación de
equipos en Acero Inox,
Estructuras Metálicas,
Montajes y Asesoría en
Mantenimiento Industrial

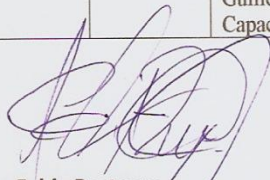
Representante Legal: Fabio Restrepo, Dirección: Calle Palma Real Oe9-260 y Río Cristal
Correo electrónico: ateindus@etb.net.co - ateindusmd@etb.net.co - info@etb.net.co, Teléfonos: 2628 176 / 3027 335 – Quito

FACTURA PROFORMA

Cliente: Sr (a) Katherine Castro
Dirección Av. Tungurahua 28-23 y Machala
Teléf.: 062 603 874 - 0989422200

Orden Nro.	266
Fecha	22/06/2013

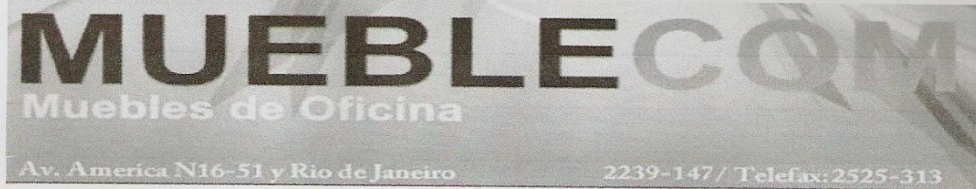
Código	Cantidad	Producto Descripción	Valor	% IVA	Valor total
01958	2	Selladora de Bolsas Marcada: Demaplast	53.57	6.43	60.00
01652	2	Zorra en Angulo Marca: Talsa Capacidad de 200kg	319.64	38.36	358.00
01956	3	Pailas de acero inoxidable Tipo: CIMPA Dimensiones(mm) : diámetro 900 Profundidad 32	321.43	38.57	360.00
01923	2	Remellon para Mezcla de acero inoxidable Peso de 50 kg Dimensión de 1400mm de longitud	35.71	4.29	40.00
01911	2	Cortadora manual Marca: MIA FOOD TECH Material de acero inoxidable con sistema de enfriamiento Guillotina manual con hojas afiladas de acero Capacidad de 180 kg/hora	357.14	42.86	400.00
TOTALS:					1218.00


In. Fabio Restrepo
Representante legal

Forma de Pago: Contado \$
Tiempo de entrega: 8 días

ANEXO. 8

Mobiliario



PROFORMA

Nombre: Katherine Paola Enríquez Castro
Dirección: Av. Tungurahua y Colibrí
Teléf.: 062603874

ORDEN Nro. 563
PAGO: DOLARES CONTADO
PROPIETARIO: ING. PAUL MUÑOZ


	PRODUCTO	VALOR	IVA %	TOTAL
2	Archivador Vertical de tres gavetas Marca: XINGYUAN Numero de modelo Fc d3 Capacidad para 8000 unidades	214.29	25.71	240.00
2	Silla Operativa Con respaldo bajo y asiento tapizado, estructura en expisi negro	155.36	18.64	174.00
2	Escritorio de madera Tablero de malamine Borde sellado con alto PVC Tamaño 1200 x 450 mm	357.14	42.86	400.00

TOTAL DOLARES 814.00

ING. PAUL MUÑOZ
PROPIETARIO

ANEXO. 9

Mobiliario



EXPO
maquinaria
Comercio y Hostelería

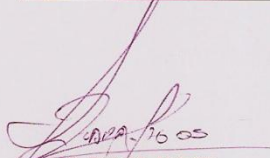
Dirección: Navas de Tolosa 32, LC Izq., 50010 Zaragoza. Quito
 Atención al cliente: telf.976330176, Teléfono: +34 976 330 176, Fax: +34 976 75 90 70,
 Correo electrónico: info@expomaquinarias.es

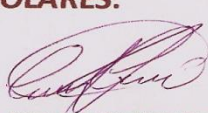
PROFORMA # 1356 *****

Sr(a): Katherine Castro
 Telef. 062603874
 Av. Tungurahua y Colibri 6-59 – IBARRA

07/julio/2013

CANT.	PRODUCTO	VALOR	IVA%	VALOR TOTAL
1	Cocina Industrial Modelo: C- 740, 4 quemadores de gas Dimensiones: 800 x 750 x 850 mm Potencia 29.00 Kw Capacidad: 2.260 Kg/hora	312.50	37.50	350.00
3	Olla de acero Marca: INOX Angulo de acero Olla de 100 raciones de 50 litros, Dimensiones: diámetro de 42cm y altura de 40cm	107.14	12.86	120.00
3	Estantería de acero inoxidable Marca: ME 60 /100 Estante opcional, cajón auxiliar Dimensiones: 1500 x 300 x 1050 mm ³	324.11	38.89	363.00
3	Mesa de acero inoxidable Marca: JM Dimensiones : largo 3000mm, ancho 1000mm, profundidad 800 mm	991.07	118.93	1110.00
3	Mesa de madera, modelo 4R1 Color nogal Madera barnizada Tablero DM Dimensiones: 110 x 70 cm	669.64	80.36	750.00
5	Silla Acero pintado , encimera de acero inoxidable, Medidas: 44 x 43 x 80 cm Peso: 35 kg	102.68	12.32	115.00
TOTAL DOLARES:				2808 \$ DOLARES


 LIC. DIANA ALGÓS
SECRETARIA GENERAL


 ING. CARLOS ESTRIADA
GERENTE PROPIETARIO

ANEXO. 10



Con la K de Calidad

PICA PLÁSTICOS INDUSTRIALES C.A

Gerente Propietaria: Srs. Maria Cater. Dirección Obispo Mosquera y Bartolomé García 8-63
teléf. 062953056

PROFORMA 2566 ****

CLIENTE: Katherine castro
RUC: 1003672761
DIRECCION: Av. Atahualpa y Colibrí
TELEF. 062603874

	PRODUCTO	VALOR	IVA	VALOR
4	Tacho Hércules Capacidad 106 Lt	57.14	6.86	64.00

PAGO DOLARES: CONTADO
ORDEN: 2566

TOTAL: 64.00 DOLARES