



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y**  
**AUDITORÍA**

**TRABAJO DE GRADO**

“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA  
ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADITOS  
DE SAL Y DULCE, EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE  
HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI”

---

**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

**AUTORAS:** Almeida Pozo Jenny Silvana

Enríquez Rosero María Luisa

**DIRECTOR:** Econ. José Chamorro Mayanquer

**IBARRA, MAYO 2014**

## RESUMEN EJECUTIVO

La idea del presente trabajo de investigación, surgió con la finalidad de crear una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de bocadillos de sal y dulce en el cantón San Pedro de Huaca, provincia del Carchi y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del cantón. En primer lugar se empezó revisando los antecedentes, el problema o necesidad a satisfacer, los objetivos, variables e indicadores, que fueron las bases fundamentales para el desarrollo de la investigación. Para realizar este estudio, se ha llevado a cabo análisis de la existencia de las microempresas ubicadas en el cantón, lo que permitió tener una visión clara de esta actividad micro empresarial. Primero se procedió a recolectar información. El paso siguiente fue la recopilación de información bibliográfica a través de libros, revistas y fuentes de internet con el fin de construir un marco teórico, basado en las variables de investigación que en este caso son demanda, oferta, precios y ambiente externo. El estudio de mercado se lo desarrolló aplicando la técnica de la encuesta dirigida a los habitantes del cantón San Pedro de Huaca y así identificar el mercado al cual va dirigido el proyecto. Se diseñó un estudio técnico considerando la tecnología necesaria para cada proceso, se determinó el tamaño óptimo del proyecto, en relación a la capacidad instalada y operativa, uso adecuado de los recursos con los cuales se debe contar para el arranque y puesta en funcionamiento de la microempresa. En el estudio económico financiero, se estableció presupuestos de inversión describiendo activos fijos, e intangibles; así como los ingresos, egresos, y capital de trabajo que tendrá la microempresa. Se realiza un análisis de los criterios de evaluación del proyecto: TIR VAN, C/B, PERÍODO de recuperación de la inversión, punto de equilibrio, a fin de determinar la factibilidad del proyecto. Luego se pasó a determinar el nombre y tipo de empresa, misión, visión, principios y valores, organigrama estructural y estrategias empresariales, mercadológicas de posicionamiento, operativas y estrategias financieras. Se estableció y analizaron los posibles impactos que ocasionaría la ejecución del presente proyecto dentro de los ámbitos: económicos, social, comercial, ambiental y ético. Finalmente se determina conclusiones y se plantea las pertinentes recomendaciones que permitan tomar una decisión respecto a la puesta en marcha del mismo.

## SUMMARY

The principal idea of the present investigation of this job appear with the finality of create a small business dedicate to elaboration and commercialization of morsel of salt and sweet in the CANTÓN San Pedro de Huaca, province of Carchi and its insidencial in the development socio-economic of the CANTÓN.

In first place we begin to review the antecedents , the problem or necessity to satisfy, the objects, the variables, indications that were fundamental bases for the develop of the investigation. For realice this study I/we have realzed and analysis of the existence of micro-company located in the CANTÓN that permit have a clear vision of this activity microcompany.

First I proceed to harvest information. After we summaryzet The information of bibliografy of books, magazines, and internet, with the purpose of build a theoretic mark, based in the variable of investigation that in this case are demand, offer value and external environment. The study of the market developed to aplicate the technique of the search manage to the recident of CANTÓN San Pedro de Huaca this form identify the market which go to direct to the project.

Design a technique study, consider the necessary technology for each process. I determinate the very best size of the project in relation to the capacity install and operative, the good use of the resources wath we should have for the progress of the functiocning of the microcompany.

In the economic and financial study, I establish presupposed of inversion descrided active fixed and intangibles.

If as the profit, outloy and funds of work that have the microcompany after that I relisce and analysis of the criterian of evaluation of this proyect TIR VAN, C / B, period of recovery of the inversion point of balance with the purpose of the determinate the feasibility of this project.

Soon I pass to determinate the name and kind of company mission, vission, principle and valve, organization structural chart and financial strategies, managerial, mercantile, of position operative and financial strategies.

Too stablish and analyze the possible recovery that cause the ejecution of this present project inside of precinet, economic, social, commercial, environmental and ethical.

Finally I determinate conclusions and stablish the pertinents request that permit to take a decision respect to begin this proyect.

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

### AUTORÍA

Nosotras, ALMEIDA POZO JENNY SILVANA y ENRÍQUEZ ROSERO MARÍA LUISA, portadoras de la cédula de ciudadanía N° 0401707484 y 0401301932, respectivamente, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: "CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADILLOS DE SAL Y DULCE, EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI", 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.

Firman

ALMEIDA POZO JENNY SILVANA

C.C. 04017017484

ENRÍQUEZ ROSERO MARÍA LUISA

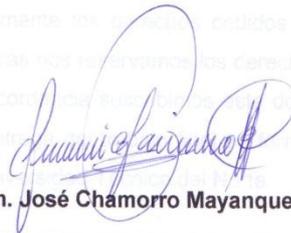
C.C. 0401301932

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas, ALMEIDA POZO JENNY SILVANA y ENRÍQUEZ ROSERO MARÍA LUISA, para optar por el Título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría CPA., cuyo tema es: "CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADILLOS DE SAL Y LCE, EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI" Considero 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 26 días del mes de mayo del 2014



**Econ. José Chamorro Mayanquer**  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO**

ALUMNA: ALMEIDA POZO JENNY SILVANA

C.I. 1707281

AUTORA: ENRÍQUEZ ROSERO MARÍA LUISA

C.I. 6128112



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

Nosotras, ALMEIDA POZO JENNY SILVANA con cédula de ciudadanía N°. 0401707484 y ENRÍQUEZ ROSERO MARÍA LUISA, con cédula de ciudadanía N°. 0401301932, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: "CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADILLOS DE SAL Y DULCE, EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI", que ha sido desarrollado para optar el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

IDENTIFICACION	0401707484
IDENTIFICACION	0401301932
AUTORA: ALMEIDA POZO JENNY SILVANA	
AUTORA: ENRÍQUEZ ROSERO MARÍA LUISA	
C.I.:	0401707484
C.I.:	0401301932
TELEFONO	0981698826
MÓVIL:	0982434540

**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			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	0401707484		
	0401301932		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	ALMEIDA POZO JENNY SILVANA ENRÍQUEZ ROSERO MARÍA LUISA		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Huaca, panamericana norte y Alonso Guerrón Julio Andrade, calle Rumiñahui y Eloy Alfaro		
<b>EMAIL:</b>	jennyalmeida2009@yahoo.es marylu1633@yahoo.es		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062205446	<b>TELÉFONO</b>	0981998828
	062205327	<b>MÓVIL:</b>	0992434540

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	"CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADILLOS DE SAL Y DULCE, EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI"
<b>AUTOR (ES):</b>	ALMEIDA POZO JENNY SILVANA ENRÍQUEZ ROSERO MARÍA LUISA
<b>FECHA: AAMMDD</b>	2014/05/26
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Econ. José Chamorro Mayanquer

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Jenny Silvana Almeida Pozo, con cédula de ciudadanía Nro. 0401707484 y María Luisa Enríquez Rosero, con cédula de ciudadanía Nro. 0401301932, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIAS

Nosotras, ALMEIDA POZO JENNY SILVANA con cédula de ciudadanía N° 0401707484 y ENRÍQUEZ ROSERO MARÍA LUISA, con cédula de identidad N° 0401301932, manifestamos 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 asumen 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 26 días del mes de mayo del 2014

**LAS AUTORAS:**

**ACEPTACIÓN:**

(Firma).....

(Firma).....

ALMEIDA POZO JENNY SILVANA

C.C.:0401707484

Ing. Betty Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

(Firma).....

ENRÍQUEZ ROSERO MARÍA LUISA

C.C.: 0401301932

Facultado por resolución de Consejo Universitario

## DEDICATORIA

*A mi madre, mi abuelita y mi tía, quienes fueron padre y madre a la vez, por su preocupación constante, su apoyo incondicional quienes han contribuido para que este sueño se haga realidad.*

*A mi hermano y hermana, este es un logro que quiero compartir con ustedes, porque estoy segura que mis éxitos forman parte de sus alegrías.*

*A mis tíos y primos, por sus buenos deseos de éxito y superación y a todos mis familiares por su apoyo moral y sus muestras de cariño siempre los llevare en mi corazón.*

*María Luisa*

## *DEDICATORIA*

*El presente trabajo lo dedico de manera muy especial a mis padres por su apoyo incondicional en todos los momentos de mi vida; a mis 3 hermanos por su cariño y comprensión y todos quienes me ayudaron a lograr un objetivo más en mi vida.*

*Jenny Silvana*

## *AGRADECIMIENTO*

*A todos quienes conforman la Universidad Técnica del Norte en especial a los catedráticos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas los mismos que con su alto nivel de conocimiento se esfuerzan día a día para formar nuevos profesionales de calidad y con calidez.*

*De manera especial a nuestro Asesor de Tesis, Economista José Chamorro Mayanquer, quien con sus amplios conocimientos supo guiar el presente trabajo hasta su culminación.*

*A todas las personas que de alguna manera nos colaboraron para la elaboración del presente Trabajo de Grado.*

*Jenny Almeida  
y  
María Enríquez*

# **PRESENTACIÓN**

## **Tema:**

**“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADILLOS DE SAL Y DULCE, EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI”**

## **Introducción:**

El presente anteproyecto consiste en determinar la factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de productos de sal y dulce tales como: chifles, habas y maní situado en la ciudad de Huaca, de esta manera inculcar a los niños y jóvenes a consumir productos ricos en proteínas, sin la utilización de colorantes artificial.

Se iniciará con un diagnóstico situacional, donde conoceremos el medio actual del sector donde se pretende trabajar en el proyecto, a fin de saber con qué tipo de personas vamos a tratar, su nivel de vida, su cultura, entre otros aspectos importantes a conocer.

De ser factible la creación de la microempresa brindará las condiciones de apoyo necesarias, la cual logrará elevar los ingresos económicos en las amas de casa, mediante la producción y comercialización de los productos que se elaborarán.

La presente investigación demuestra la importancia de crear una microempresa en donde se pueda procesar productos agrícolas que se cultivan en la zona o que se pueda adquirir materia prima, impulsando las habilidades y destrezas de las amas de casa e iniciativas empresariales, desde un marco integral que permita que los productos elaborados sean aceptados por los consumidores, realizando sus actividades de modo eficiente y en base a las disposiciones legales cumpliendo las normas de higiene y salubridad.

En referencia a las bases teóricas y científicas se realizará una revisión profunda de toda la información vinculada con el tema del proyecto, es decir que se va a investigar todo lo relacionado con los productos que se pretenden elaborar, los costos que influirá la elaboración de los mismos, la composición de nutrientes como calorías, carbohidratos, proteínas entre otros, a través de las distintas fuentes bibliográficas como libros, internet o empresas dedicadas a la elaboración de productos similares.

También es necesario realizar un estudio de mercado que consiste en la evaluación y análisis de la información obtenida de entrevistas y encuestas, dicha información permitirá establecer que productos se van a poner a disposición de los consumidores, la cantidad de consumidores que estarán dispuestos a adquirir los productos, las empresas que ofertarán el mismo producto, es decir la competencia, los precios de venta y los posibles canales de comercialización y distribución.

Para el desarrollo del estudio técnico de la presente investigación, será necesario contar con el asesoramiento de técnicos con experiencia en este tipo de proyectos, lo que permitirá una adecuada organización, localización y ubicación del proyecto, así como la instalación y distribución de los productos, los materiales, el personal y los servicios complementarios, los flujogramas del proceso de adquisición y los costos en los que se incurrirá para llevar a cabo la comercialización de los productos que van a salir al mercado mediante este proyecto.

Dentro del estudio financiero se determinará la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, para ello es necesario realizar un análisis de los costos de adquisición y elaboración de los productos agrícolas que se pretende procesar, el margen de utilidad y el resultado que se desea obtener; así mismo se elaborará un estado de resultados, para estimar la utilidad que puede generar la microempresa.

## **Problema o necesidad a satisfacer**

La provincia del Carchi se caracteriza por ser una zona altamente agrícola y ganadera siendo esta la principal fuente de ingreso para las familias, al Nororiente de esta provincia está ubicado el Cantón San Pedro de Huaca que fue creado el 8 de Diciembre de 1995 en la presidencia del Arquitecto Sixto Duran Ballén, la misma que limita al Norte con el Cantón Tulcán, al Sur con el Cantón Tulcán y Montúfar, al Este con el Cantón Sucumbíos y al Oeste con Cantón Tulcán. Es un pueblo que guarda la esencia misma de sus ancestros por su gran predisposición al trabajo miguero y solidario, es una zona eminentemente agropecuaria y poseedora de hermosos campos naturales, su fascinante gastronomía y sus diferentes manifestaciones culturales le convierten en destino inevitable para los amantes del turismo.

En la actualidad los productos como habas, maní, chifles de sal y dulce, melcochas de panela entre otros han sido sustituidos por los confites que se elaboran en las fábricas utilizando colorantes, precervantes eliminando el producto natural, los cuales son consumidos por niños y jóvenes en las tiendas y bares de las instituciones educativas, causando daño en su organismo.

Con este antecedente se ha visto la necesidad de crear la microempresa "BOCADILLOS SAN FRANCISCO" dedicada a la elaboración y comercialización de estos productos de forma artesanal en el Barrio San Francisco , Cantón San Pedro de Huaca, con el fin de crear productos sanos, ricos en nutrientes, como también crear fuentes de trabajo en las amas de casa del sector, ya que esta actividad no demanda de trabajo a tiempo completo y quienes laborarán en dicha microempresa podrán ocuparse de sus hogares permitiéndoles generar otro ingreso para sus familias, logrando así que las mujeres salgan de la rutina diaria.

## Justificación

En la provincia del Carchi aún no se asimila la integración de la mujer al mundo laboral, aproximadamente un 63% de las mujeres carchenses se ocupan del trabajo doméstico en sus hogares, ante esta necesidad se pretende impulsar a que las mujeres tengan la oportunidad de trabajar y mejorar su calidad de vida.

En el barrio San Francisco de Pajablanca, se ha determinado que aproximadamente 30 mujeres de los diferentes hogares se dedican únicamente a la atención de su hogar, por lo que se desea crear la microempresa BOCADILLOS SAN FRANCISCO, dedicada a la elaboración de productos nutritivos de sal y dulce en forma artesanal, con el fin de mejorar las relaciones entre la comunidad que en ocasiones se ha visto afectada por rivalidades entre las amas de casa, de esta manera se logrará integrar a la mujeres en el mundo laboral donde debemos tener poder de decisión demostrando que somos capaces e inteligentes con espíritu emprendedor. Además se generará una fuente de ingreso adicional en el hogar de estas familias cooperando al desarrollo del barrio, cantón, provincia y del país en general.

Nuestros antepasados gozaron de una alimentación muy sana rica en nutrientes y fibra, muchas veces nos preguntamos porque los ancianos de ochenta a cien años aún viven, si las nuevas generaciones tenemos un período más corto de vida, la respuesta está en la alimentación que ellos tenían, no existía el alto consumo de confites como en la actualidad, sus golosinas eran las melcochas echas con panela, el maní, habas de sal y dulce, lo que hoy les permite gozar de una salud envidiable, con la fuerza y ganas de vivir el día a día.

## Objetivos

**General:** Determinar la factibilidad El afán de este proyecto es inculcar estos buenos hábitos de nuestros abuelos a las generaciones actúales, lo

que permitirá mejorar la calidad de vida, a fin de prevenir enfermedades a consecuencia del incontrolable consumo de dulces con colorantes artificiales que hacen daño al organismo del ser humano. de crear una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de bocadillos de sal y dulce, en el cantón San Pedro de Huaca, provincia del Carchi.

**Específicos:**

- Realizar un diagnóstico técnico situacional del Cantón Huaca, con la finalidad de determinar el problema diagnóstico en base a las condiciones actuales del micro y macro ambiente geográfico, económico, social, demográfico y turístico del medio en el que se va aplicar el proyecto.
- Estructurar las bases teóricas científicas mediante la investigación bibliográfica y lincográfica para conocer los conceptos a utilizar y sustentar el proyecto.
- Diseñar el estudio de mercado que permita determinar la oferta y demanda real y potencial, demanda insatisfecha, precios, competencia y canales de distribución del producto a elaborar.
- Realizar el estudio técnico del proyecto con la finalidad de determinar la localización, tamaño o capacidad de producción, requerimientos técnicos o de ingeniería y las inversiones fijas y variables necesarias para la instalación y funcionamiento del negocio proyectado.
- Diseñar el estudio económico financiero que permita determinar los ingresos, costos y gastos proyectados, estados financieros proforma y la rentabilidad del proyecto a través de la evaluación financiera con los indicadores: VAN, TIR, Costo beneficio, punto de equilibrio y tiempo de recuperación de la inversión.
- Diseñar la propuesta de micro empresa, denominación, logotipo, misión, visión, objetivos, valores corporativos, estructura organizacional y funcional de la microempresa y los requisitos legales para su constitución y funcionamiento.

- Determinar los principales impactos sociales, económicos y empresariales que generará la aplicación del proyecto, para disminuir los impactos negativos y fortalecer los impactos positivos.

# ÍNDICE GENERAL

<b>CONTENIDOS</b>	<b>PÁGINA</b>
PORTADA.....	I
RESUMEN EJECUTIVO.....	II
THE SUMMARIZE EXECUTIVE.....	III
AUTORIA.....	IV
CERTIFICACIÓN.....	V
CESIÓN DE DERECHOS.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	VII
DEDICATORIA.....	X
AGRADECIMIENTO.....	XII
PRESENTACIÓN.....	XIII
ÍNDICE GENERAL.....	XIX
ÍNDICE DE CUADROS.....	XXIV

## **CAPÍTULO I**

Diagnóstico situacional

Generalidades.....	25
Objetivos diagnósticos.....	27
Variables diagnósticas.....	28
Indicadores de las variables.....	29
Matriz de relación diagnóstica.....	30
Diagnóstico externo.....	31
Análisis interno.....	36
Determinación de la oportunidad de inversión.....	38

## **CAPÍTULO II**

Marco teórico

Microempresa.....	39
Estudio de mercado.....	45
Estudio técnico o de ingeniería.....	52
Estudio económico-financiero.....	54
Evaluación financiera.....	56
Bocadillos, productos alimenticios.....	60

### **CAPÍTULO III**

#### Estudio de mercado

Finalidad del estudio de mercado.....	67
Objetivos del estudio de mercado.....	68
Identificación de la población.....	69
Instrumentos de investigación aplicados.....	70
Evaluación de la información.....	71
Resultados de encuestas aplicadas a la ciudadanía .....	72
Entrevista aplicada al productor de bocadillos .....	83
Observación directa.....	85
Productos a ofrecer.....	85
Segmentación del mercado.....	87
Demanda actual y proyección.....	88
Oferta actual y proyección.....	91
Análisis de precios y proyección.....	97
Análisis de la competencia.....	99
Actividades de comercialización y estrategias.....	99
Conclusiones del estudio de mercado.....	1102

### **CAPÍTULO IV**

#### Estudio técnico – ingeniería del proyecto

Determinación del tamaño del proyecto.....	104
Análisis de localización del proyecto.....	106
Aspectos de ingeniería del proyecto.....	110
Resumen de Inversión.....	117
Financiamiento de la inversión.....	120

### **CAPÍTULO V**

#### Estudio económico financiero

Determinación de ingresos proyectados .....	121
Determinación de egresos.....	123
Gastos financieros.....	131
Resumen de egresos proyectados .....	134
Balance general.....	135
Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	136

Flujo de caja proyectado.....	137
Evaluación financiera.....	137

## **CAPÍTULO VI**

Estructura organizacional y funcional	
Denominación, naturaleza y constitución de la microempresa.....	146
Elementos administrativos estratégicos.....	150
Estructura organizacional.....	154
Estructura funcional.....	157

## **CAPÍTULO VII**

Análisis de impactos	
Antecedentes.....	162
Operatividad del análisis de impactos.....	162
Impacto económico.....	166
Impacto social.....	168
Impacto empresarial.....	170
Impacto ambiental.....	172
Impacto general.....	173

<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>175</b>
--	------------

<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>180</b>
--------------------------	------------

<b>ANEXOS.....</b>	<b>182</b>
--------------------	------------

## INDICE DE CUADROS ESTADÍSTICOS

N°	TÍTULO	PAG.
1.1	Matriz De Relación Diagnóstica.....	30
1.2.	Evaluación de factores del microambiente.....	33
1.3.	Atractivos turísticos inventariados por el Mintur.....	35
1.4.	Matriz de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos del Análisis Interno.....	37
3.1.	Población De Huaca.....	69
3.2.	Existencia De Microempresas De Bocadillos.....	72
3.3.	Gustaría Que Exista Microempresa De Bocadillos.....	73
3.4.	Frecuencia De Compra De Bocadillos.....	74
3.5.	Precios De Bocadillos Que Pagaría.....	75
3.6.	Forma De Entrega Del Producto.....	76
3.7.	Ingresos Económicos De La Familia.....	77
3.8.	Preferencia De Bocadillos.....	78
3.10.	Conocimiento de lugares de bocadillos.....	80
3.11.	Uso de bocadillos.....	81
3.13.	Preferencia de bocadillos.....	85
3.14.	Familias consumidoras, según frecuencia de compra 2013.....	89
3.15.	Demanda fundas de 50 gr. según frecuencia de compra 2014.....	90
3.16.	Demanda fundas de 50 gr. según preferencia de compra 2014.....	90
3.17.	Demanda fundas de 50 gr. según preferencia de compra 2014.....	91
3.18.	Existencia de negocios de oferta similar. ....	92
3.19.	Producción u oferta actual por fundas de cada producto 2013.....	93
3.20.	Crecimiento por sectores de actividad económica.....	95
3.21.	Proyección de la oferta .....	95
3.22.	Balance entre oferta y demanda fundas de 50 gramos 2014.....	96
3.23.	Captación del proyecto.....	96
3.24.	Oferta del proyecto .....	97
3.25.	Precios por fundas de 50 gramos .....	97
3.26.	Precios por fundas de 50 gramos .....	98
3.27.	Evolución índice de inflación.....	98
3.28.	Proyección de precios.....	99
3.29.	Estrategias de mercado.....	100
4.1.	Capacidad de producción del proyecto.....	105

4.2.	Capacidad de producción proyectada fundas de 50 gr. cada año.....	106
4.3.	Muebles área administrativa.....	113
4.4.	Muebles área de producción.....	114
4.5.	Muebles área de ventas.....	114
4.6.	Equipos de oficina área administrativa.....	115
4.7.	Equipos área de ventas.....	115
4.8.	Máquinas y herramientas.....	116
4.9.	Vehículo (motocicleta) .....	116
4.10	Total inversión fija.....	116
4.11	Sueldos y salarios.....	117
4.12.	Inventario de materiales Habas de dulce.....	117
4.13.	Inventario de materiales Tostado de dulce .....	118
4.14.	Inventario de materiales Papas Fritas .....	118
4.15.	Resumen gastos generales de fabricación.....	118
4.16.	Resumen de inversión variable.....	119
4.17.	Inversión diferida.....	119
4.18.	Resumen de inversiones del proyecto.....	119
4.19.	Inversiones del proyecto y su financiamiento.....	120
5.1.	Ingresos por ventas proyectados años 2015 a 2019.....	121
5.2.	Evolución del índice de inflación.....	122
5.3.	Costos de materia prima directa proyectado- Habas de dulce.....	123
5.4.	Costos de materia prima directa proyectado-Tostado de dulce.....	124
5.5.	Costos de materia prima directa proyectado-Papas Fritas.....	125
5.6.	Evolución Del Índice De Inflación.....	126
5.7.	Proyección S.B.U. ....	126
5.8.	Costo mano de obra directa proyectada .....	126
5.9.	Gastos Generales de Fabricación.....	127
5.10.	Resumen costos de producción.....	127
5.11.	Proyección S.B.U.....	128
5.12.	Remuneración personal administrativo.....	128
5.13.	Arriendo .....	128
5.14.	Suministros y materiales de oficina.....	129
5.15.	. Gasto en servicios básicos.....	129
5.16.	Total gastos administrativos proyectados .....	129
5.17.	S.B.U. Proyectado .....	130

5.18 Sueldo básico unificado vendedor .....	130
5.19 Proyección gastos de ventas.....	131
5.20. Tabla de amortización de préstamo.....	132
5.21. Flujo de pagos préstamo.....	132
5.22. Gasto depreciación área de producción.....	133
5.23. Gasto depreciación área administrativa.....	133
5.24. Gasto depreciación área de ventas.....	133
5.25 Resumen de egresos proyectados .....	134
5.26. . Estado De Situación Inicial Al 1° De Enero De 2015.....	135
5.27. Estado de Resultados Proyectado 2015 – 2019.....	136
5.28. Estado de flujo de efectivo proyectado 2015 – 2019.....	137
5.29. Cálculo de la tasa de redescuento.....	137
5.30. Cálculo del valor actual neto.....	138
5.31 Cálculo del van con tasa inferior. ....	139
5.32. Cálculo del van con tasa superior .....	139
5.33. . Ingresos y egresos actualizados .....	141
5.34 Ingresos por ventas, costos fijos y costos variables.....	142
5.35 Punto de equilibrio-Habas de dulce.....	143
5.36. Punto de equilibrio-Tostado de dulce.....	143
5.37. Punto de equilibrio-Papas fritas .....	144
5.38. Período de recuperación de la inversión.....	144
5.39. Resumen de indicadores de evaluación financiera.....	145
6.1. Generación y evaluación de ideas /nombre de la empresa.....	146
7.1. Tabla de ponderación.....	164
7.2. Matriz de impacto económico.....	166
7.3. Matriz de impacto social.....	168
7.4. Matriz de impacto empresarial.....	170
7.5. Matriz de impacto ambiental.....	172
7.6. Matriz de impacto general.....	173

# **CAPÍTULO I**

## **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **1.1. GENERALIDADES**

La historia de constitución y desarrollo de esta región es muy rica en datos e información, que son relatados en la presente investigación, tomando en cuenta que la gastronomía depende mucho de los aspectos del micro y macro entorno geográfico, económico-social, demográfico y turístico.

Desde el punto de vista etimológico el nombre de la región no es Huaca sino Guacán, que en lengua Pasto equivaldría a madre o pueblo muy antiguo.

Los primeros habitantes de Huaca vinieron unos por Centro América por el Océano Pacífico y se asentaron por la cuenca del Río Mira, otros por Oriente subieron por la cuenca del Río Chingual, por el norte procedentes de Centro América poblaron sus colinas y esparciéndose luego por toda la provincia del Carchi.

Es muy importante la contribución que ha hecho la región de Huaca a la arqueología carchense, razón de que la tercera fase llamada Cuasmal, Tusa o de los Pastos, es la más tardía de todas. En la zona Timburay, la lechería o Cuaspud, se ha obtenido magníficos cerámicos, varios de ellos asociados con objetos incaicos tales como arívalos y timbales.

Luego de la Independencia del Ecuador, nuestro País pasó a constituirse en el Departamento del Sur integrando la Gran Colombia, se creó la Provincia de Imbabura con su Cantón Ibarra y con sus parroquias Caranqui, San Antonio, Ambuquí, Intag, Mira, El Angel, Tusa, Puntal, Huaca, Tulcán, Imatag, Atuntaqui, San Pablo, Tabacundo, Tocachi y Malchingui.

El 11 de Abril de 1851, se crea el Cantón Tulcán como parte de la provincia de Imbabura y con las parroquias Huaca, Tusa, Puntal y El Ángel.

Luego del trámite ante las autoridades correspondientes, el Plenario de las Comisiones Legislativas, Decreta la Creación del Cantón San Pedro de Huaca, con su cabecera cantonal denominada Huaca y la Parroquia Mariscal Sucre.

Decreto que luego del ejecútase correspondiente es publicado en el Registro Oficial del 8 de Diciembre de 1995.

Del 24 de noviembre al 8 de Diciembre de cada año, sus barrios, comunidades e Instituciones Educativas Culturales y Deportivas rinden homenaje al cantón en su aniversario con la presentación de programas artísticos culturales, deportivos, desfile cívico militar y la sesión solemne.

La parroquia Mariscal Sucre, celebra sus festividades de Parroquialización del 15 de Mayo al 2 junio, con programas especiales. Se realiza el evento tradicional la Travesía “Buscando la estrella del Guanderas”.

Además dentro del cantón un potencial de riqueza cultural es el Santuario de Nuestra Señora de la Purificación de Huaca, que desde El 2 de febrero de 1955, es para Huaca y todos los pueblos cristianos del Ecuador y sur de Colombia, un recuerdo espiritual que ha quedado grabado con profundos signos de fe, en sus festividades existe presencia de feligreses, que alcanzan cifras de 5 a 6 mil personas.

Además la población Huaqueña posee un gran espíritu de fe, se celebran fiestas en honor a San Pedro y San Pablo patrono del Cantón, Fiestas religiosas en honor a la Virgen del Rosario, Patrona de la Parroquia Mariscal Sucre, del Divino Niño, además se celebran las fiestas a San José en la comunidad que lleva su mismo nombre. La Fiesta de la Virgen La Dolorosa en la comunidad y en el Rosal las Fiestas de Santa Rosa.

## **1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS**

Para determinar el diagnóstico situacional sobre bocadillos apetecidos por los habitantes del sector y turistas se realizará una investigación descriptiva de campo, considerando los siguientes objetivos:

### **1.2.1. General**

- Realizar un diagnóstico técnico situacional del Cantón Huaca, con la finalidad de determinar el problema diagnóstico en base a las condiciones actuales del micro y macro ambiente geográfico, económico, social, demográfico y turístico del medio en el que se va aplicar el proyecto.

### **1.2.2. Específicos**

- Identificar las principales necesidades y preferencias de los clientes con respecto al servicio que ofrecerá la microempresa proyectada.
- Establecer la actual situación de adquisición a nivel local en cuanto a la oferta del producto.
- Investigar los precios de los productos al momento de adquirirlos.
- Medir el grado de aceptación de los pobladores en cuanto a la creación de una microempresa dedicada a elaboración y venta de bocadillos.
- Evaluar el ambiente externo mediante el análisis Político, Económico, Social y Tecnológico (P.E.S.T.)

### 1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

#### ➤ **Demanda**

De acuerdo a la investigación realizada, se puede mencionar que los bocadillos en la ciudad de Huaca tiene una demanda aceptable.

Actualmente estas presentaciones de bocadillos son elaborados artesanalmente: tostado con dulce, habas con dulce y papas fritas, los cuales son demandados en la localidad en tiendas, puestos de venta en parques, plazas y calles de la ciudad.

#### ➤ **Oferta**

La elaboración y venta de bocadillos pertenece al sector manufacturero de la ciudad de Huaca, que en la actualidad no está bien desarrollado, la nueva microempresa está proyectando producir bocadillos de manera artesanal, más aún de tratarse de alimentos tradicionales de la zona.

#### ➤ **Precio**

El precio es muy importante en un producto por lo que la microempresa buscara implementar los mecanismos necesarios para que el costo de los bocadillos no sea tan elevado y de esta manera ser competitivos en el mercado.

#### ➤ **Ambiente Externo**

Las variables de la microempresa que actúan sobre el entorno son múltiples y en ocasiones difíciles de prever. Dado que los cambios políticos, tecnológicos, económicos y sociales dentro de su actividad normal influyen sobre el futuro de la empresa.

## **1.4. INDICADORES DE LAS VARIABLES**

### **Demanda**

- Nivel de Preferencia por el producto
- Nivel de Exigencias del cliente
- Capacidad de consumo
- Formas de adquisición del producto
- Nivel de necesidad

### **Oferta**

- Negocios existentes
- Cantidad y Calidad de productos
- Variedad de productos

### **Precio**

- Precio en compras
- Precio en venta
- Descuentos

### **Ambiente Externo**

- Político
- Económico
- Social
- Tecnológico

## 1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

**CUADRO N° 1.1**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTO
Identificar las principales necesidades y preferencias de los clientes	Demanda	• Nivel de Preferencia por el producto	Primaria	Encuesta
		• Nivel de Exigencias del cliente	Primaria	Encuesta
		• Cantidad de consumo	Primaria	Encuesta
		• Formas de adquisición del producto	Primaria	Encuesta
Establecer la actual situación de adquisición a nivel local en cuanto a la oferta de bocaditos.	Oferta	• Negocios existentes	Primaria	Encuesta
		• Cantidad y Calidad de productos	Primaria	Encuesta
		• Variedad de productos	Primaria	Encuesta
Determinar precios de adquisición y venta de productos.	Precios	• Precios en compra	Primaria	Encuesta
		• Precios en venta	Primaria	Encuesta
		• Descuentos	Primaria	Encuesta
Evaluar el ambiente externo mediante el análisis Político, Económico, Social y Tecnológico (P.E.S.T)	Ambiente Externo	• Político	Secundaria	Revisión Documento
		• Económico	Primaria	Encuesta
		• Social	Primaria	Entrevista
		• Tecnológico	Primaria	Entrevista

Fuente: Formulación de objetivos, variables e indicadores.

Elaboración: Las Autoras

## **1.6. DIAGNÓSTICO EXTERNO**

### **1.6.1. Aspecto Económico**

#### **a) Inflación**

La inflación se ve reflejada en productos importados con los cuales va a trabajar la microempresa mismos que suben o bajan constantemente de precio y cuando presenta aumento en los precios nuestros productos no son atractivos para los clientes.

### **1.6.2. Aspecto Social**

#### **a) Inseguridad**

En lo que respecta a la inseguridad en la ciudad, está creciendo constantemente, lo cual es perjudicial para nuestra microempresa ya que nuestros clientes podrían ser víctimas de este problema social.

### **1.6.3. Aspecto Tecnológico**

Los almacenes que proveen de productos a la microempresa de bocadillos mejoran constantemente en cuanto a tecnología para generar productos con formula mejorada creando nuevos productos que tiendan a mejorar la calidad de los bocadillos.

### **1.6.4. Aspecto Ambiental**

En lo que respecta al aspecto ambiental en la actualidad tenemos climas muy cambiantes por lo cual incrementa el consumo de bocadillos con calorías, esto es beneficioso para nuestra microempresa.

### **1.6.5. Aspecto Demográfico**

El Carchi se caracteriza por ser una provincia comercial por lo que es beneficioso para nuestra microempresa y específicamente en la ciudad de Huaca podemos generar polo de desarrollo y explotar el mercado.

#### **1.6.6. Aspecto Comercial**

En el cantón San Pedro de Huaca, se desarrolla la actividad comercial principalmente en tiendas de víveres, queseras, enfriadoras de leche, restaurantes, elaboración de juegos pirotécnicos, venta de insumos agrícolas y ganaderos, papelerías, bazares, entre otros.

#### **1.6.7. Aspecto Político**

Según la COOTAD, capítulo IV (del ejercicio de las competencias constitucionales), artículo 135 (ejercicio de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias), a los gobiernos autónomos descentralizados regionales, provinciales y parroquiales rurales les corresponde de manera concurrente la generación y democratización de los servicios técnicos y financieros a la producción.

No les compete directamente a las municipalidades trabajar en la parte productiva. No obstante tiene que vincularse con las parroquias y el Gobierno Provincial para generar y democratizar servicios financieros a la producción.

El municipio puede apoyar la transformación productiva con las siguientes actividades:

- Promocionar los instrumentos del Gobierno Central puestos a disposición de la ciudadanía para la transformación productiva. Se trata principalmente de los incentivos fiscales, programas sectoriales de los ministerios y programas nuevos tales como Emprende Ecuador, Innova Ecuador.

- Acompañar a las organizaciones y/o personas naturales que desean crear o cambiar su empresa para lograr las metas de transformación productiva. El municipio deberá aportar su conocimiento técnico y jurídico para que estas empresas o futuras empresas alcancen su objetivo.

Los gobiernos provinciales de acuerdo a las nuevas competencias es el encargado de impulsar el sector productivo.

El municipio tiene un papel central ya que según la COOTAD le compete el desarrollo de nuevos canales de comercialización.

### CUADRO N° 1.2

#### EVALUACIÓN DE FACTORES DEL MACROAMBIENTE

Aspectos	Impacto			Análisis
	Bajo	Medio	Alto	
<b>Económico</b>				
Inflación			X	Este aspecto afecta directamente a las ventas de la microempresa ya que se compran productos en los cuales varia Constantemente el precio.
<b>Social</b>				
Inseguridad		x		La Inseguridad afecta a nuestra microempresa de modo medio ya pueden o no pueden ser víctimas de la delincuencia los clientes
Tecnológico			X	dentro del aspecto Tecnológico, para la microempresa es beneficioso ya que debe estar en constante cambio.
Demográfico			X	Carchi se caracteriza por ser una provincia eminentemente agrícola y comercial y esto es beneficioso para la microempresa especialmente la ciudad de Huaca.

FUENTE: Investigación directa. Mayo de 2013.

ELABORACIÓN: Las Autoras

### **1.6.8. Aspecto Agrícola**

El principal producto que se cultiva en la zona es la papa, aunque se desarrollan otros cultivos frente a la inestabilidad de los precios, como el maíz, el haba, arveja de amarre, hortalizas cultivadas en forma orgánica que se comercializan de forma directa en las ferias toman cada día más importancia. Por otra parte, los cultivos que se están sembrando en la zona: mora de castilla, taxo y la crianza de animales menores es un buen sustento económico para las familias y se desarrolla a nivel del cantón.

### **1.6.9. Aspecto Organizacional**

El cantón cuenta con un tejido de organizaciones sociales muy importante, desde el punto de vista cuantitativo. Entre ellos destacan: asociaciones y grupos de mujeres, adultos mayores y jóvenes, grupos culturales, clubes deportivos, organizaciones comunidades, barrios, juntas administradoras de agua de consumo y de riego, asociación de agricultores, tejido estudiantil, asociaciones económicas y sociales.

El Cantón cuenta con:

- 1 parroquia urbana
- 1 Parroquias Rural (Mariscal Sucre)
- Barrios
- Comunidades
- Juntas de agua de consumo y riego en las parroquias
- Asociaciones
- Instituciones educativas
- Centros de salud
- Clubes deportivos
- Grupos culturales
- Cooperativas de transportes y camionetas.
- Organismos no gubernamentales
- Organismos Gubernamentales: Jefatura Política, Comisaría Nacional, Registro Civil.
- Concejo cantonal de la Niñez y Adolescencia
- Junta protectora de derechos

### 1.6.10. Aspecto Turístico

Tomando como referencia el Inventario de atractivos turísticos de la Provincia del Carchi, el cantón Huaca cuenta con 2 atractivos turísticos inventariados por el Ministerio de Turismo.

**Cuadro N° 1.3**

**Atractivos turísticos inventariados por el MINTUR.**

<b>PARROQUIA</b>	<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS CATEGORÍA</b>	<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>
<b>Mariscal Sucre</b>	Naturales	Estación Biológica Guanderas
<b>San Pedro de Huaca</b>	Culturales	Santuario de la Virgen de la Purificación

FUENTE: Actualización del Inventario de los Atractivos Turísticos de Carchi e Imbabura.  
ELABORACIÓN: Las Autoras

El Cantón San Pedro de Huaca cuenta con muy pocos establecimientos de alimentación y alojamiento, especialmente en la cabecera cantonal. Sin embargo solo 10% de los establecimientos están registrados en el Catastro del MINTUR, hecho que limita la confianza de los visitantes en los servicios. La calidad sin embargo, en algunos casos es aún deficiente, requiere mejorar la calidad del servicio como de la atención al cliente.

Existen algunos lugares de recreación en el cantón en cuanto a turismo ecológico, sin embargo por no tener los recursos suficientes no se ha difundido, entre ellos tenemos la cascada el mirador, la nariz del diablo, la estación biológica Guanderas la que es de propiedad privada, en las que se puede aprovechar un turismo ecológico de aventura.

## **1.7. ANÁLISIS INTERNO**

En un proyecto de nueva creación, las características y capacidades del equipo promotor son críticas para garantizar el éxito del proyecto así como para poder involucrar a nuevos socios o para conseguir la financiación necesaria.

### **a) Plaza**

En la microempresa de Bocadoillos se aplica el canal corto de distribución (Canal Directo) puesto que la mayor parte de los clientes de la microempresa son ciudadanos de Huaca.

### **b) Promoción**

En la microempresa de bocadoillos se aplican promociones cuando los clientes adquieren bocadoillos al por mayor, por lo cual acceden a descuentos del 5%.

### **c) Publicidad**

La Microempresa de bocadoillos se distinguirá mediante un Logotipo. Además contará con un letrero visible al ingreso del establecimiento, así como Tarjetas de Presentación.

### **d) Estructura**

En la actualidad en la Microempresa no existe un Organigrama Funcional, ya que se encuentra en creación, sin embargo es necesario establecer que el dando cumplimiento a lo que establece la Ley.

### **e) Sistema**

En la Microempresa de bocadoillos se desarrollará un sistema adecuado de reclutamiento y selección de personal acorde a las necesidades y tamaño de la entidad que va desde la convocatoria para el reclutamiento a través de la prensa radial o escrita, recepción de documentación,

entrevista de trabajo, prueba inicial de conocimientos y desempeño hasta la contratación del personal seleccionado.

### CUADRO N° 1.4

Matriz de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos  
del Análisis Interno

ALIADOS	OPONENTES
<p>1.- Diversificación de productos que están orientados a satisfacer las necesidades y expectativas de los ciudadanos del Cantón Huaca Tulcán Julio Andrade y el Sur de Colombia.</p> <p>2.- Precios flexibles y accesibles para la ciudadanía generando competitividad y preferencia.</p> <p>3.- Aplicación de estrategias de descuentos para los clientes frecuentes.</p> <p>4.- Sistema de Publicidad en medios radiales, tarjetas de presentación y gigantografías.</p> <p>5.- Personal adecuado con mucha experiencia en la producción de bocadillos.</p> <p>6.- Habilidades para la innovación de productos.</p>	<p>1.- Que el producto no sea totalmente aceptado.</p> <p>2.- Que la inversión no sea totalmente recuperada en el tiempo previsto.</p> <p>3.- Que no exista en el mercado nacional la tecnología adecuada para el desarrollo del proceso productivo.</p> <p>4.- Que la ubicación determinada inicialmente no se la más estratégica.</p>

OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Clientes potenciales dentro del Cantón Huaca, Tulcán e Ipiales.</li> <li>✓ Diversidad de bocadillos al día.</li> <li>✓ Actitud favorable a la ciudadanía.</li> <li>✓ Utilización de Internet para difundir y satisfacer las necesidades de los clientes de forma más rápida y eficiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Competencia directa de proveedores que ofrecen los mismos productos.</li> <li>✓ Inestabilidad de las variables macroeconómicas.</li> <li>✓ Variabilidad de los costos generales.</li> <li>✓ Cambios legales.</li> <li>✓ Nueva Competencia.</li> </ul>

FUENTE: Investigación directa. Mayo de 2013.  
ELABORACIÓN: Las Autoras

## 1.8. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Después de haber efectuado el diagnóstico técnico - situacional y diagnóstico externo, con el análisis de varios aspectos económicos, sociales y culturales del área de investigación, se puede afirmar que la Microempresa de producción y comercialización de bocadillos de sal y de dulce en la ciudad de Huaca, provincia del Carchi, tiene una buena acogida por parte de sus habitantes, ya que apetecen los alimentos sanos y naturales, fabricados con la más alta calidad y listos para consumir, satisfaciendo las expectativas de sus clientes. De allí la necesidad de desarrollar todo el proceso investigativo que conlleve a formular la propuesta o proyecto de factibilidad.

Siendo necesario plantear un proyecto de **LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADITOS DE SAL Y DULCE, EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI**, que beneficiará a los hogares del sector con productos sanos y nutritivos.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

El presente capítulo, establece las bases teóricas del proyecto “Producción y comercialización de bocadillos en la ciudad de Huaca, que permitan sustentar en forma científica todas las fases de la investigación propuesta; conceptualizando temas y subtemas más importantes que aborda el presente estudio. Fue elaborado partiendo de la información existente, mediante el uso de la investigación bibliográfica-documental, transcribiendo y citando autores de obras más recientes y como aporte personal efectuando algunos análisis respecto a los diferentes temas abordados.

Para el desarrollo del Marco Teórico se han respetado las citas bibliográficas de conceptos y opiniones científicas, que se las ha incorporado en cada tema o subtema a lo largo de toda la investigación realizada. A continuación se presenta una síntesis de lo consultado en cada uno de ellos.

#### 2.1. MICROEMPRESA

La actividad microempresarial es un fenómeno que ha contribuido en el desarrollo social y económico de un sector, ya que en su mayoría existen microempresas o pequeños talleres que han fomentado empleo y por ende ingresos a las familias fomentándose el ahorro y la producción.

##### 2.1.1. Definición

***“Se define como Micro Empresa o Pequeña Empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios”.***(www.microempresa.blogdiario.com Marzo, 2008)

Las pequeñas y medianas empresas actualmente se consideran como el sector productivo más importante en la economía. Se define como microempresa todas aquellas empresas industriales, comerciales o de servicios que emplean hasta 10 empleados y su capital fijo, descontado edificios y terrenos, puede ir hasta 20.000 dólares.

### **2.1.2. Características**

(ANZOLA 2010, 15) **Determina: “Toda pequeña empresa debe cumplir con las siguientes características:**

- **El dueño es el socio mayoritario y el gerente de la microempresa**
- **Tienen una estructura familiar, esto es, la familia está involucrada de modo directo en las actividades de la microempresa.**
- **El capital de la microempresa generalmente es aportado por una persona o por un grupo pequeño de ellas.**
- **El radio de operaciones es local y los propietarios y empleados se ubican en una misma región”**

Según lo citado, en síntesis las siguientes son las características de las microempresas:

- Con propietarios y administración independientes, con excepción de los familiares.
- Poca o ninguna especialización en la administración: Se considera esta característica, derivada directamente de la naturaleza de dichas empresas cuya constitución obedece a motivos económicos y de subsistencia del dueño o dueños, en los que son estos los que de manera empírica llevan la dirección de la empresa, y en muchos de estos casos no tiene ninguna capacitación para desempeñar estos casos.
- Poca conocimiento de parte del dueño o dueños a posibles fuentes de financiamiento:
- Este es un problema generalizado en este tipo de empresas, ya sea por falta de información o por no tener acceso a la misma la

mayoría de los dueños de estas empresas desconocen la existencia de fuentes de financiamiento y la manera de acceder a estas.

- Total dependencia de la comunidad y su entorno: La pequeña empresa depende de su mayor parte de la situación económica de la comunidad en donde se localiza, su economía es relejo de su entorno, necesita de esta para obtener bienes de producción, mano de obra y clientes, por lo que son pocas aquellas que se han rebasado al límite local o regional y muchas menos a las que se dedican a la exportación.
- Que no domina el sector de la actividad en que se opera.
- Con una estructura organizacional muy sencilla.
- Que no ocupa más de diez empleados.

### 2.1.3. Importancia

(REGALADO 2007, 38-39), afirma: **“En la actualidad las microempresas se han convertido en el eje principal del desarrollo económico de muchos países, en especial de los más empobrecidos, quedando demostrado que no sólo las empresas grandes son capaces de generar crecimiento económico y empleo. Es así que a partir del crecimiento y desarrollo de las microempresas, se ha podido combatir uno de los principales problemas que aqueja a la región, el desempleo”**

La importancia de las microempresas en la economía se basa principalmente en las siguientes consideraciones:

- Unas de las principales preocupaciones del gobierno de un país es el asegurar el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra que cumple un papel esencial en el correcto funcionamiento del mercado laboral.
- Favorecen y reducen las relaciones sociales a términos más personales y más estrechos entre el empleador y el empleado,

favoreciendo las conexiones laborales ya que, en general, sus orígenes son unidades familiares.

#### **2.1.4. Clasificación de las microempresas**

La microempresa se clasifica según las actividades económicas a las cuales se dedica, a continuación se presenta una clasificación de la pequeña empresa.

##### **2.1.4.1. Microempresa Productiva**

Son aquellas que se dedican a la transformación de la materia prima convirtiéndola en un producto terminado.

##### **2.1.4.2. Microempresa Comercial**

Son aquellas que tienen como actividad la compra y venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.

##### **2.1.4.3. Microempresa de Servicios**

Su cualidad es ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.

#### **2.1.5. Ventajas de la Microempresa**

Según (ANZOLA 2010, 21), afirma: “Las ventajas de las microempresas son las siguientes:

- La ambición que anima a las microempresas a conseguir utilidades hace que a sus trabajadores no les importe trabajar tiempo extra.
- La toma de decisiones es más ágil que en las grandes empresas, ya que recae en una persona: el dueño

- Se aceptan y fijan riesgos como un reto y se dan ánimos sin temor alguno para continuar la lucha ante las fallas.
- Una adaptación muy alta a la crisis”

### 2.1.6. Factores que afectan a la microempresa

**Según (ANZOLA 2010, 63). Señala que hay varios factores que el microempresario debe tomar en cuenta al realizar su planeación, a continuación se menciona los siguientes:**

#### a) Medio ambiente externo

Afecta de manera directa a la microempresa en forma positiva o negativa, por lo cual los elementos que lo integran deben ser tomados en cuenta; dichos elementos son los siguientes:

#### b) Económicos

- Participación en el mercado.- Es el número de personas que compran bienes y/o servicios a una compañía.
- Localización de materia prima y mano de obra.- Es el lugar en donde se adquiere lo necesario para la fabricación o venta del producto.
- Recursos financieros.- Es la cantidad de dinero de la que el pequeño empresario dispone para invertir en una empresa, o de la cual dispondrá para cuando ésta ya esté en funcionamiento.
- Inflación.- La inflación no puede ser controlada por alguna persona; además, afecta mucho a las microempresas. Se observan sus efectos en el incremento de costos de productos, medios de transporte.
- Gasto público.- Algunas veces, el gobierno adquiere ciertos productos que necesita. Si el microempresario produce o vende algo imprescindible para el gobierno, éste puede llegar a comprar sus productos.

- Índice del costo de vida.- Debe considerarse cuándo les cuesta vivir al microempresario, a sus empleados y a sus clientes. Obviamente, tal evolución se hará en función de la inflación.
- Ingreso personal.- Es la cantidad de dinero que cada empleado recibe por su trabajo.

### **c) Sociales**

- Tasa de crecimiento de la población.- La población aumenta año con año, ello también influye de manera directa sobre las microempresas al momento de un posible crecimiento.
- Oferta y demanda de recursos humanos.- La cantidad de personas que están dispuestas a trabajar en una actividad, sea cual sea, se denomina oferta de recursos humanos. La demanda de tales recursos es el número de personas que le son necesarias al pequeño empresario para que su microempresa funcione.
- Movimientos estacionales del mercado.- Las ventas de un producto o servicio poseen sus puntos altos y bajos. Ello se debe a situaciones de mercado que todo microempresario debe conocer y tomar en cuenta.

### **d) Políticos**

- Políticas del gobierno.- El gobierno puede afectar a una microempresa en forma positiva o negativa. Positivamente cuando ofrece préstamos a través de sus fondos y diversos fideicomisos, y negativamente por medio de las leyes, impuestos.
- Leyes y regulaciones.- Con el fin de evitar problemas con el gobierno, para abrir y operar una pequeña empresa, deben conocerse las leyes que éste establece.

### **e) Tecnológicos**

- La tecnología de las microempresas es semi-mecanizada. Esto implica que toda maquinaria o equipo utilizado requiera de una persona para que funcione.

### **f) Ambiente interno**

Se debe evaluar ciertos factores como:

- La comunicación
- El ambiente de trabajo
- El número de empleados
- Los proveedores
- Los consumidores
- La localización

## **2.2. ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.2.1. Definición de Mercado**

(MURCIA, Jairo; DIAS, FLor y MEDELLIN, Víctor 2009, 43), **manifiesta: “Es el sitio físico o no físico, en donde encontramos compradores y vendedores, que interactúan entre ellos a través de comunicar sus múltiples necesidades y de dar respuestas efectivas para solucionarlas”.**

El mercado nos permitirá conocer el espacio físico donde los ofertantes y demandantes realizan una transferencia de bienes o servicios, y tener un amplio conocimiento de nuestros posibles proveedores y consumidores.

(GARNICA 2009, 31), **expresa: “Se refiere al lugar donde compradores y vendedores se congregan para intercambiar sus mercancías, que podrían ser desde un tianguis, hasta un centro comercial”**

El mercado es donde compradores y vendedores intercambian bienes o servicios, que podría ser desde lo más mínimo hasta cosas más grandes.

### **2.2.2. Oferta**

***Según (VELEZ 2008, 46). “El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes dentro de sus actividades proveen de bienes o servicios a quienes los demandan”***

La oferta es la forma de como el oferente de un bien o servicio brinda al consumidor por medio de diferentes mecanismos para su total satisfacción valorado a un precio y siendo limitado por la capacidad de producción y abastecimiento en un período determinado.

***(JACOME 2005, 101)). MANIFIESTA: “LA OFERTA CONSTITUYE EL CONJUNTO DE PROVEEDORES QUE EXISTEN EN EL MERCADO DE UN PRODUCTO O SERVICIO Y ESTÉ CONSTITUYE COMPETENCIA PARA EL PROYECTO.***

---

Entonces la oferta viene a ser todo bien o servicio que se brinda a un determinado segmento de personas por parte de uno o varios proveedores que tienen la capacidad de producir; pero a su vez convirtiéndose cada uno de estos en competencia.

### **2.2.3. Demanda**

La demanda está conformada por todos los individuos que tienen la necesidad de adquirir un bien o servicio en determinado tiempo.

Por la conocida ley de demanda, esta aproximación elemental supone, en primer lugar, que habitualmente el precio de un bien influye de forma

inversa sobre su demanda, es decir, cuanto mayor sea el precio menor será la cantidad demandada.

Claramente se puede definir que la demanda está en función de sus precios, ya que la sociedad tiende a adquirir sus bienes o servicios de acuerdo a sus necesidades, pero aquí se debe tener en cuenta que los precios estén al alcance de la economía del demandante, ya que si estos son elevados la sociedad se limita en la compra de un bien o adquisición de cualquier tipo de servicios.

#### **2.2.4. El Consumidor**

(TRUJILLO 2009), manifiesta que: ***“Los consumidores son los clientes y lo que les motiva a estos a comprar es muy sutil y difícil de entender. Su comportamiento se deriva de valores y actitudes muy arraigadas; de su visión del mundo y el lugar que en él ocupan, de lo que piensan de sí mismos y de los que quieren que se piense de ellos, de razonamientos y sentido común, de caprichos e impulsos.”***

Factores que influyen en el comportamiento del consumidor:

- Causa principal de los deseos y comportamiento de una persona.
- Edad y etapa del ciclo de vida.
- Ocupación.
- Situación económica.
- Estilo de vida.
- Personalidad y concepto de sí mismo.
- El interés para la compra en el consumidor.

#### **2.2.5. Estudio de Mercado**

(ORTEGA Y CASTRO, Alfonso 2006, 90). Dice: ***“El estudio de mercado define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como por los costos e inversiones implícitas; es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que utilizará como estrategia comercial”***

El estudio de mercado es más que el análisis de la oferta y la demanda, a través de él podemos prever situaciones futuras y tomar decisiones utilizando una buena estrategia comercial.

***La página*** (www.mercado.com s.f.), **señala:** ***“El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado”. (10-12-2013)***

Mediante el estudio de mercado vamos a obtener datos que nos permitirán analizar la información y obtener resultados favorables o no de la problemática que nos hemos planteado con este proyecto.

#### **2.2.6. Estrategias de mercado**

(KOTLER, Philip y KELLER, Kevin Lane 2008, 33). **Dice:** ***“Las estrategias de mercado son la segmentación y selección de mercados objetivo, diferenciación y posicionamiento de los mercados”.***

Una estrategia de mercado debe ser bien seleccionada y segmentada para obtener un mercado meta segmentar y elegir dos o más segmentos, cada uno de los cuales será tratado como mercado meta separado, que necesita una mezcla comercial diferente.

(MURCIA 2009, 81). **Dice:** ***“La estrategia se encuentra concentrado en la propuesta de valor que se refleja en los elementos de Marketing que consiste en determinar los segmentos de un mercado, el mercado meta que se desea atender y cómo será su posicionamiento en la mente de nuestros clientes”***

La estrategia de mercado depende mucho del método que se escoja y esto nos permitirá obtener resultados que permitan llegar a los clientes con los diferentes productos.

## 2.2.7. Segmentación del mercado

(MURCIA, DIAS Y MEDELLIN 2009), **manifiestan:** *“La segmentación de mercado es la actividad de mercadeo que consiste en dividir los mercados en grupos homogéneos dentro de sí, ya que en él se encuentran personas que perciben el valor y reaccionan de manera similar ante un determinado producto y su mezcla de marketing a la vez son grupos homogéneos respecto de los otros segmentos que conforman el mismo mercado”.*

La segmentación de mercado nos permitirá identificar los posibles compradores con necesidades homogéneas; personas que reaccionan de una forma similar al producto o servicio.

(ROGER A 2006, 265) **Dice:** *“La segmentación de mercados consiste en dividir a los compradores potenciales en grupos que tienen necesidades comunes y responden de manera similar a una acción de Marketing. Los grupos que resulten de este proceso son los segmentos de mercado”*

La segmentación de mercados nos permite satisfacer las necesidades y deseos diferentes, agrupando a las personas de un mercado de acuerdo a lo que requieren y de esta manera poner a disposición el producto o servicio.

## 2.2.8. Comercialización

### a) Micro comercialización

La página ([www.administración.com](http://www.administración.com) s.f.), **señala:** *“Es la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades”.* (10-12-2013)

Micro comercialización es dar cumplimiento a los objetivos establecidos por la empresa tratando al máximo establecer un vínculo entre el productos y el consumidor para la satisfacción de sus necesidades y deseos.

## **b) Macro comercialización**

**La página** (www.administración.com s.f.), **dice:** *“Proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda logrando los objetivos de la sociedad”. (10-12-2013)*

La macro comercialización es un proceso social al que se dirigen los bienes y servicios, es decir desde el fabricante hacía el consumidor final, de manera que los objetivos de la sociedad sean satisfechos.

**La página** (www.minorista s.f.), **Señala:** *“El distribuidor minorista, o detallista es la empresa comercial o persona en régimen de autónomo que vende productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el mercado”. (14-12-2013)*

El distribuidor minorista es el último que tiene contacto con los productos o servicios que vende y entrega el producto al consumidor final, para que este le dé el uso que desee y así satisfacer sus necesidades.

### **2.2.9. Proceso de Marketing**

(PHILIP, Klote y ARMSTRONG, Gary 2008, 6). **Señala:** *“Las primeras cuatro etapas, las empresas trabajan para comprender a los clientes, para otorgarles valor y para construir relaciones fuertes con ellos. En la última fase, las empresas recogen la recompensa de haber creado un valor superior para el cliente”.*

El proceso de marketing está enfocado al cliente que es la clave principal dentro de cualquier proyecto, otorgando un valor que servirá de clave para fortalecer relaciones entre la empresa y el consumidor.

#### **2.2.10. Diseño del producto**

(LAMB, Hair y Mc. DANIEL 2009, 52). **Dicen:** *“El producto incluye no sólo la unidad física, sino también su empaque, garantía servicio posterior a la venta, marca, imagen de la empresa, valor y muchos otros factores”.*

Son aquellos bienes que aun siendo iguales en apariencia, es decir, con un mismo estilo o diseño difieren en tamaño, precio y calidad. Las líneas de productos deben responder a las necesidades y gustos de los consumidores.

(LAMB, Hair y Mc. DANIEL 2009, 87). **Manifiestan:** *“Cualquier objeto que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo que podría satisfacer una deseo o una necesidad. Un producto no solo es algo tangible, consumible y no perecedero, pues también se puede entender como una experiencia, una idea, un sitio o hasta una persona”.*

#### **2.2.11. Precio del producto**

(MURCIA, Jairo; DIAS, FLor y MEDELLIN, Víctor 2009, 110). **Dicen:** *“Se refiere al valor que perciben los clientes del producto y que estarían dispuestos a pagar por él; al fijar el precio de un producto la empresa podría igualar o incluso podría poner los precios ligeramente por encima o por debajo de la competencia”*

Para establecer el precio de un producto debemos tomar en cuenta los diferentes costos que se hizo para llegar a obtener un determinado bien.

(LAMB, Hair y Mc. DANIEL 2009, 53). **Dice:** *El precio es lo que un comprador da a cambio para obtener un producto, es el más flexible de los cuatro elementos que cambia con mayor rapidez, de la mezcla de marketing. Depende de la importancia que los demás le adjudiquen. Pág. 53.*

El precio de un producto depende de los costos de producción y la competencia. No resulta rentable vender un producto a un precio inferior a los costos de producción, pero es imposible hacerlo a un precio superior al de los bienes similares. No obstante, existen muchos otros factores que determinan el precio final. La política de la empresa puede exigir que se venda a un precio que minimiza los beneficios en las nuevas líneas de productos, o se puede bajar mediante descuentos para vender mayor cantidad.

### **2.3. ESTUDIO TÉCNICO O DE INGENIERÍA**

(URBINA 2006, 92); **señala: “El Estudio Técnico busca resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea”**

Para el autor esta etapa permite determinar aspectos relacionados con el funcionamiento y operatividad del proyecto, para lo cual se debe considerar los siguientes puntos: cuantificación de la oferta actual, valoración de la demanda actual y potencial, además la deducción de la demanda potencial insatisfecha.

Antes de decidir el lugar dónde va a ser construido el futuro negocio se analizará factores como: disponibilidad de capital para invertir, costo de terreno e infraestructura, acceso a servicios básicos, vías y medios de transporte, cercanía a fuentes de abastecimiento y mercado, entre otras.

El tamaño en cambio está relacionado con la capacidad de producción de un bien o servicio, lo cual dependerá de la localización, disponibilidad del recurso material, humano, tecnológico y financiero.

Posteriormente definiremos aspectos básicos referentes a la instalación y funcionamiento de la planta, siendo estos: determinación de la inversión para la adquisición de los recursos necesarios para un normal funcionamiento, diseño y distribución de la planta, proceso productivo, organización general de la microempresa y requerimiento de recurso humano.

### 2.3.1. Clases de Inversión

Todo tipo de empresa o microempresa sea cual fuere su tipo de actividad, por lo general requiere en su etapa un antes, durante y después de sus operaciones normales, de fuentes de ingresos que le permitan financiarse a fin de lograr subsistir, iniciarse y mantenerse dentro del mercado al que incurra.

#### a) Inversión Fija

(BACA URBINA 2007, 169), define: “Denominada también **activo tangible (que se puede tocar) o fijo**, los cuales representan los bienes de propiedad de la empresa, tales como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello ocasione problemas a sus actividades productivas”

Entonces la inversión fija es la parte tangible o la parte que se puede palpar lo cual hace ver en muchas ocasiones la fortaleza que posee una microempresa en torno al equipamiento.

#### b) Inversión Diferida

(BACA URBINA 2007, 170), Expresa: “*Es conocida también como activo intangible representa el conjunto de bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento como*: patentes de inversión, marcas, diseños, nombres comerciales, contratos de servicios (luz, agua, teléfono) entre otros (estudios administrativos o de ingeniería)”

El autor manifiesta que la inversión diferida constituye aquellos tipos de bienes intangibles, gastos pre-operativos o de constitución legal que deberá realizar la empresa para iniciar sus actividades.

### c) Inversión Variable

Constituye parte del capital con que pretende iniciar el negocio, empresa o microempresa, destinado a subsanar los primeros gastos operativos, hasta que la producción vendida genere los primeros ingresos. En la inversión variable se prevé solventar gastos de materias primas, mano de obra, gastos administrativos y otros gastos generales, por el tiempo en que demore la producción y primeras ventas y se pueda recuperar esta cantidad de inversión, denominada también capital de trabajo.

## 2.4. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

***Según (BRAVO 2008, 191) Define a los Estados financieros como: “Se elabora al finalizar un PERÍODO contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía”***

Los Estados Financieros son informes que utiliza la empresa para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o período determinado. Esta información resulta muy útil para la toma de decisiones por parte de los directivos.

Los Estados Financieros necesarios para la buena gestión administrativa y financiera de la empresa, se presentan de la siguiente manera:

- Estado de situación Económica o Estado de Resultados
- Estado de Ganancias Retenidas o Estado de Superávit
- Estado de Situación Financiera o Balance General
- Estado de Flujo del Efectivo.
- Estado de Cambios en Patrimonio.

#### **2.4.1. ESTADO DE RESULTADOS O DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

*Según (BRAVO 2008, 191) Da la siguiente definición “Denominado también Estado de Situación Económica, Estado de Rentas y Gastos, Estado de Operaciones, etc. Se elabora al finalizar el PERÍODO contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa”.*

Es un Estado Financiero que nos muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un período determinado. Es dinámico ya que identifica perfectamente los costos y gastos que intervinieron; Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del período contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

#### **2.4.2. ESTADO DE GANANCIAS RETENIDAS O ESTADO DE SUPERÁVIT**

*Según (BRAVO 2008, 196) Da la siguiente definición “Denominado también Estado de Superávit o Estado de Utilidades no Distribuidas, etc. Se elabora al finalizar el PERÍODO contable para demostrar los cambios que ocurren en la cuenta Superávit – Ganancias Retenidas, durante un PERÍODO contable”.*

Es el estado financiero que muestra en forma detallada los aportes de los socios y la distribución de las utilidades obtenidas en un período, además de la aplicación de las ganancias retenidas en períodos anteriores. Este muestra por separado el patrimonio de una empresa. También nos muestra la diferencia entre el capital contable (patrimonio) y el capital social (aportes de los socios), determinando la diferencia entre el activo total y el pasivo total, incluyendo en el pasivo los aportes de los socios.

#### **2.4.3. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA O BALANCE GENERAL**

*Según (BRAVO 2008, 217) Define a este estado como: “Denominado también Balance General se elabora al finalizar el período contable para determinar la situación financiera de la empresa en una fecha determinada.*

Es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital, elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

#### **2.4.4. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO**

*Según* (BRAVO 2008, 201). *Define a este Estado como: “Este estado financiero se elabora al término de un ejercicio económico o PERÍODO contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa”.*

El Flujo de Efectivo es determinar la capacidad de la empresa para generar efectivo, con el cual pueda cumplir con sus obligaciones y con sus proyectos de inversión y expansión. Es importante que la empresa tenga claridad sobre su capacidad para generar efectivo para tomar decisiones acordes con su verdadera capacidad de liquidez.

### **2.5. EVALUACIÓN FINANCIERA**

#### **2.5.1. Costo de capital**

(CHAIN S., Nassir y CHAIN S., Reinaldo 2008, 344); *Dicen: “Representa la rentabilidad que se le debe exigir a la inversión por renunciar a un uso alternativo en proyectos de riesgos similares”.*

El costo de capital representa la ganancia que la inversión debe tener, después de no haber invertido en otros proyectos relacionados, al proyecto en el que se invirtió.

#### **2.5.2. Período de recuperación de la inversión**

(ORTEGA Y CASTRO, Alfonso 2006, 309). *Señala: “En el método de recuperación de la inversión, conocido también como el método de reembolso, tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada en él, es decir, los años, los meses, y días que habrían de transcurrir para que la erogación realizada se reembolse”. Pág. 309.*

El período de recuperación de la inversión es el tiempo que se necesita en años, meses y días para nosotros poder recuperar el dinero que hemos invertido en dicho proyecto.

(JACOME 2005, 83). *Dice: “Este elemento de evaluación económica financiera, permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista certidumbre en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto ya que las condiciones económicas son flotantes”*

El período de Recuperación de la Inversión busca la estrategia de que la inversión realizada fluctué y sea un punto de oxigenación para la empresa tomando en cuenta que entre más tiempo se demore la recuperación de la inversión esta pierde su atracción, es decir no es conveniente.

### **2.5.3. Valor actual neto (VAN)**

(ORTEGA Y CASTRO, Alfonso 2006, 307). *Señala: “Se define como la cantidad máxima que una compañía estaría dispuesta a invertir en un proyecto. Se entiende el dividendo que podría anticiparse a los accionistas a cuenta del proyecto, sabiendo que éste habrá de recuperarse y además se pagará el costo de su financiamiento”.*

$$VAN= VAB - VAP$$

*VAB: Valor actual de los beneficios*

*VAP valor actual de la inversión.*

El valor presente actual nos permite diagnosticar si es conveniente o no la inversión a efectuarse en el proyecto en el aspecto económico, mediante la aplicación de la fórmula que está dado por valor actual de los beneficios y el valor actual de la inversión.

### **2.5.4. Tasa interna de retorno (TIR)**

(MURCIA, DIAS Y MEDELLIN 2009, 311); *Señala: “Es la tasa de descuento o interés, actualización o equilibrio que aplicada al flujo de caja del proyecto produce un valor presente neto igual a cero, también denominada tasa de rendimiento, es la medida adecuada de la rentabilidad de un proyecto”*

$$TIR = Ti + \frac{Ti (VAN(+)) - VAN (-)}{Ts - Ti}$$

**Ti**    *tasa inferior de redescuento*  
**Ts**    *Tasa superior de redescuento*  
**VAN**    *Valor positivo*  
**VAN**    *Valor negativo*

La Tasa Interna de Retorno de un proyecto es la tasa de interés que devenga los dineros que permanecen invertidos en el proyecto y nos ayuda a verificar si se justifica o no desde el punto financiero.

(CHAIN S., Nassir y CHAIN S., Reinaldo 2008, 323); **Dice:** *“La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo”.*

La tasa interna de retorno refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arroja período a período durante toda su vida.

### 2.5.5. Costo/beneficio

(MURCIA, Jairo; DIAS, FLor y MEDELLIN, Víctor 2009, 318), **Señala:** *“La relación costo beneficio de un proyecto a una tasa de interés consiste en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos”*

$$C/B(i) = \frac{\sum^n VPI_j (i)}{\sum^n VPE_j (i)}$$

**C/B**    *Costo Beneficio*

**VPI(i)**    *Valor presente ingresos*

**VPE(i)**    *Valor presente egresos*

El costo beneficio es la estimación de erogaciones para la construcción, operación y mantenimiento del proyecto de acuerdo a las ventajas que

experimentará el propietario o inversionista. Nos permite establecer cuando el proyecto es factible financieramente.

**La página [www.google.com.ec](http://www.google.com.ec). Señala: “Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad. Mientras que la relación costo-beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto”. (3-06-20012)**

$$B / C = VAI / VAC$$

Es un instrumento financiero el cual busca mediar la relación entre el costo del proyecto y los beneficios del mismo con la finalidad de evaluar su rendimiento, este proyecto será rentable cuando la relación costo-beneficio es mayor que la unidad.

#### **2.5.6. Punto de equilibrio.**

(ORTEGA Y CASTRO, Alfonso 2006, 223). Señala: “El punto de equilibrio representa el volumen de operación o nivel de utilización de la capacidad instalada, en el cual los ingresos son iguales a los costos. Por debajo de este punto la empresa incurre en pérdidas y por encima obtiene utilidades”

$$PuntoEquilibrio = \frac{CostosFijosTotales}{\frac{(VolumendeVentas)CostosVariablesTotales}{totaldeVentas}}$$

El punto de equilibrio nos permite evaluar un proyecto ya sea en unidades físicas producidas o el nivel de utilización de la capacidad, en la cual son iguales los ingresos por concepto de ventas, costos de operación y de financiación. También se lo considera como una herramienta complementaria de los diferentes métodos que se emplean en el análisis de proyectos.

(STANTON, William; ETZEL, Michael y WALKER, Bruce 2007, 353); **Señala: “Es la cantidad de producción en la que el ingreso total iguala a los costos totales, lo que supone cierto precio de venta”.**

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Contribución Unitaria A los Costos Operativos.}}$$

El punto de equilibrio es donde tanto los ingresos y los gastos son iguales, este es favorable cuando hay una igualdad o es superior.

## **2.6. BOCADILLOS, PRODUCTOS ALIMENTICIOS**

El bocadillo, que tradicionalmente era contemplado como un alimento humilde por su bajo coste de elaboración, con el tiempo ha evolucionado hasta convertirse en un producto importante de la cocina y alimentación en nuestros días. Su empleo se basa según el tipo de evento y hora a realizarse, para escoger que tipo de bocadito tanto de sal como de dulce servir a sus invitados.

(HERRERA 2013). Semejante a los bocadillos, los piqueos se caracterizan por ser porciones pequeñas, para consumir varias y de diferentes tipos.(LEXUS 2013).

Bocadillos y piqueos pueden ser elaborados utilizando como materia prima principal productos vegetales, granos, cereales y semillas. En Ecuador, este tipo de productos, presentaciones y más especificaciones técnicas, están normalizados o regulados en base a Normas Técnicas (NTE), emitidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN).

### **2.6.1. BOCADILLOS DE PRODUCTOS VEGETALES.**

El Instituto Ecuatoriano de Normalización, en Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 561:2010 / 2010-10, define, regula y establece requisitos para la producción y venta de bocadillos de productos vegetales. A continuación se transcribe estas especificaciones legales.

## **1. Objeto**

Esta norma establece los requisitos que deben cumplir los bocadillos elaborados a partir de cereales, leguminosas, tubérculos o raíces tuberosas, semilla, frutas horneados o fritos listos para consumo.

## **2. Alcance**

Esta norma se aplica a los productos fritos u horneados que se comercializan envasados, tales como: hojuelas, productos extruidos, granos y cereales dilatados.

## **3. Definiciones**

Para los efectos de esta norma se adoptan las siguientes definiciones:

- 3.1. Bocadito. Son los productos alimenticios que permiten mitigar el hambre sin llegar a ser una comida completa, se los conoce como pasabocas, snacks, botanas.
- 3.2. Hojuelas. Son las láminas de un tubérculo, raíz tuberosa, fruta, semillas que se forman por moldeo de una masa.
- 3.3. Hojuelas fritas. Son los productos que se obtienen de un proceso de fritura de las hojuelas con aceites comestibles a altas temperaturas.
- 3.4. Extruidos. Son los productos que se obtienen a partir de un proceso en el que el grano, harina o subproducto de éstos es forzado a fluir, bajo una o más variedades de mezclado, calentamiento y cizallamiento, a través de una placa/boquilla diseñada para dar forma o expandir los ingredientes.
- 3.5. Cereales dilatados. Son los productos que se expanden o incrementan su volumen por aplicación de calor.

## **4. Requisitos**

### **4.1 Requisitos específicos**

- 4.1.1 La elaboración del producto debe cumplir con el Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura del Ministerio de Salud Pública y además, se deben adoptar las medidas necesarias para reducir el contenido de acrilamida, tomando como base las indicadas en la CAC/RCP 67 - 2009 (Código de prácticas para reducir el contenido de Acrilamida en los alimentos).
- 4.1.2 El producto debe presentar el color, olor, sabor y textura característicos
- 4.1.3 Se permite la adición de los aditivos y colorantes establecidos en la NTE INEN 2 074
- 4.1.4 Se permite la adición de especias y condimentos para conferir las características sensoriales deseadas.
- 4.1.5 No se permite la adición directa de antioxidantes y conservantes, su presencia se debe únicamente al efecto de transferencia.
- 4.1.6 Si se utiliza como ingrediente harina de trigo, está debe cumplir con los requisitos establecidos en la NTE INEN 616, en lo referente a fortificación.
- 4.1.7 Estos productos deben cumplir con los requisitos bromatológicos y Microbiológicos establecidos.
- 4.1.8 En los productos a base de maíz, el contenido máximo de aflatoxina será de 20 µg/kg .
- 4.1.9 El límite máximo de plaguicidas es el que establece el Codex alimentarius CAC/LMR 1.
- 4.1.10 El límite máximo de contaminantes para estos productos será el que establece el documento Codex CXS 193, Contaminantes de los alimentos.

## **4.2 Requisitos complementarios**

4.2.1 Estos productos se pueden comercializar solos o en mezcla de productos.

4.2.2 El producto se debe expender de acuerdo con la Ley del sistema Ecuatoriano de la Calidad.

## **5. Inspección**

5.1 Muestreo. El muestreo debe realizarse de acuerdo con la NTE INEN ISO 2859-1.

5.2 Aceptación o rechazo. Se acepta el producto si cumple con los requisitos establecidos en esta norma, caso contrario se rechaza.

## **6. Envasado y Embalado**

El material de envase debe ser de grado alimentario, que proteja al producto, y no altere sus características.

## **7. Rotulado se Aprueba**

El rotulado del producto debe cumplir con lo establecido en el RTE INEN 022.

## **BOCADILLOS DE GRANOS, CEREALES Y SEMILLAS.**

El Instituto Ecuatoriano de Normalización, en Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2570:2011, define, regula y establece requisitos para la producción y venta de bocadillos elaborados a bases de granos, cereales y semillas. A continuación se transcribe estas especificaciones legales.

## **1. Objeto**

Esta norma establece los requisitos que deben cumplir los bocadillos elaborados a partir de cereales, leguminosas, granos y semillas horneados o fritos listos para consumo.

## **2. Alcance**

Esta norma se aplica a los productos fritos u horneados que se comercializan envasados y enteros, tales como: tostado, maní, habas, garbanzos, semilla de zambo, entre otros.

## **3. Definiciones**

Para los efectos de esta norma se adopta la siguiente definición de Bocadillos:

Son los productos alimenticios que permiten mitigar el hambre sin llegar a ser una comida completa, se los conoce como pasabocas, snacks, botanas o piqueos.

## **4. Requisitos**

### **4.1 Requisitos específicos**

4.1.1 La elaboración del producto debe cumplir con el Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura del Ministerio de Salud Pública y además se deben adoptar las medidas necesarias para reducir el contenido de acrilamida, tomando como base las indicadas en la CAC/RCP 67 -2009 (Código de prácticas para reducir el contenido de Acrilamida en los alimentos).

4.1.2 El producto debe presentar el color, olor, sabor y textura característicos

- 4.1.3 El Aceite utilizado en la elaboración de estos productos debe cumplir con los requisitos establecidos en las NTE INEN correspondientes para aceites comestibles de acuerdo con su naturaleza.
- 4.1.4 Se permite la adición de los aditivos establecidos en la NTE INEN 2074
- 4.1.5 Se permite la adición de especias y condimentos para conferir las características sensoriales deseadas
- 4.1.6 No se permite la adición directa de antioxidantes y conservantes, su presencia se debe únicamente al efecto de transferencia.
- 4.1.7 Estos productos deben cumplir con los requisitos bromatológicos y microbiológicos establecidos.
- 4.1.8 En los productos con base de maíz, el contenido máximo de aflatoxina será de 20 g/ kg
- 4.1.9 El límite máximo de plaguicidas es el que establece el Codex alimentarius CAC/LMR 1
- 4.1.10 El límite máximo de contaminantes para estos productos es el que establece el documento Codex CXS 193, Contaminantes de los alimentos.

#### **4.2 Requisitos complementarios**

- 4.2.1 Estos productos se pueden comercializar solos o en mezcla de productos.
- 4.2.2 El producto se debe expender de acuerdo con la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad.

#### **4. Inspección**

- 5.1 Muestreo. El muestreo debe realizarse de acuerdo con la NTE INEN ISO 2859-1.
- 5.2 Aceptación o rechazo. Se acepta el producto si cumple con los requisitos establecidos en esta Norma, caso contrario se rechaza.

## **6. Envasado y embalado**

6.1 El material de envase debe ser de grado alimentario, que proteja al producto, y no altere sus Características.

## **8. Rotulado**

7.1 El rotulado del producto debe cumplir con lo establecido en el RTE INEN 022.

### **BOCADILLOS CARCHENSES**

La elaboración y venta de bocadillos, perteneciente al sector manufacturero, no está bien desarrollado, salvo el caso de papas fritas que existen empresas industriales para elaborarlas, los demás productos que esta nueva microempresa está proyectando producir se realizan de manera artesanal, más aún de tratarse de alimentos tradicionales de la zona.

- Habas de sal
- Haba de dulce
- Tostado de sal
- Tostado de dulce
- Maní de sal
- Maní de dulce
- Papas fritas
- Chifles

Según el Ministerio de Industrias, no existen empresas bien constituidas para este tipo de presentaciones de productos naturales. Por lo cual los bocadillos o piqueos a elaborar se venden en plazas, parques y calles, donde los consumidores de paso y que apetecen estos productos son muy apetecidos o degustados.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. FINALIDAD DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Antes de pasar al análisis detallado de las condiciones del mercado del o los productos a fabricar por parte de la nueva microempresa a instalarse en la ciudad de Huaca, provincia del Carchi, de acuerdo al marco teórico que permitió conocer definiciones y más particularidades del producto, se trata de elaborar los llamados bocadillos carchenses, tienen una diferenciación de los conocidos comúnmente como “bocadillos”, se trata de piqueos o bocadillos propios de esta zona, que por tradición son muy apetecidos y consumidos por la población. De acuerdo a la normativa del Instituto Ecuatoriano de Normalización, el presente estudio estará referido a bocadillos elaborados a base de granos, cereales y vegetales propios del sector.

El estudio de mercado realizado tiene la finalidad de determinar, los siguientes aspectos: valorar la cantidad de producción u oferta, la existencia real de clientes y consumidores a quienes se venderá los bocadillos de sal y de dulce a fabricarse, la disposición de ellos para pagar el precio establecido.

Por ello, el estudio de mercado sirve para tener un conocimiento claro de la cantidad de consumidores que habrán para adquirir los productos que se piensa vender, dentro de un espacio determinado, además se indica si las especificaciones y beneficios del producto corresponde a las que desea el cliente.

El estudio de mercado que a continuación se desarrolla, tiene como objetivo principal identificar el mercado para los productos a ofrecer, estimando el número de consumidores o clientes, que comprarán a

determinados precios, competencia, calidad, distribución, promociones, descuentos y publicidad de los productos.

### **3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado partió de los siguientes objetivos:

#### **3.2.1. Objetivo General**

Diseñar el estudio de mercado que permita determinar la oferta y demanda real y potencial, demanda insatisfecha, precios, competencia y canales de distribución de los productos a elaborar.

#### **3.2.2. Objetivos específicos**

- Cuantificar la oferta y la demanda de bocadillos en el mercado local.
- Determinar el método más razonable que permita efectuar las proyecciones de oferta y demanda.
- Establecer y segmentar el mercado objetivo para la comercialización y distribución de los bocadillos a fabricar.
- Identificar los precios vigentes en el mercado local y otros lugares cercanos y realizar su proyección.
- Analizar la competencia existente en el mercado de bocadillos en la ciudad de Huaca.
- Formular estrategias de comercialización que permitan el ingreso y posicionamiento en el mercado local.

En síntesis, el presente estudio se basa en la estructura actual y futura del mercado: la oferta y demanda, mercado de clientes, competidores, manejo de precios y publicidad de los productos a ofertar.

### 3.3. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para el desarrollo del presente proyecto se tomó en cuenta la población del cantón Huaca, con una totalidad de habitantes de 7624, según el Censo de 2010 realizado por el INEC.

**CUADRO N° 3.1**  
**POBLACIÓN DE HUACA**

Sexo	Casos	%
1. Hombre	3.847	50.46%
2. Mujer	3.777	49.54%
Total	7624	100,00%

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Año 2010.  
ELABORACION: Las Autoras.

#### **Determinación de la Muestra**

Para calcular la muestra de los posibles consumidores del producto a oferta por la microempresa de bocadillos, se dividió la población total para el número de miembros familiares, con el fin de aplicar una encuesta por familia, dando como resultado 1524 hogares, sobre este universo, se aplicó la siguiente fórmula de cálculo de la muestra:

#### **FÓRMULA DE CÁLCULO**

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

n =	Número de unidades a determinarse			
N =	Universo o población a estudiar	1.524		
N - 1	Corrección para muestras mayores a 30 unidades	1.523		
E =	Límite aceptable de error de muestra 5%	0,05	E2:	0,0025
Z2 =	Nivel de confianza	1,96	Z2	3,8416
d2 =	Varianza de la población, valor constante de	0,5	d2	0,25

NUMERADOR	1.463,65
DENOMIDADOR	4,87
n=	300,54
n =	<b>300</b>

El resultado del cálculo de la muestra de la población determinada, equivale a 300 familias que fueron encuestadas.

### 3.4. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN APLICADOS

- **ENCUESTA.-** Se aplicó una encuesta por familia del cantón San Pedro de Huaca.
- **ENTREVISTAS.-** Aplicadas a productores de bocadillos
- **OBSERVACIÓN DIRECTA.-** Aplicada en base el recorrido por todo el cantón.

### **3.5. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

De acuerdo a la información obtenida en las encuestas, entrevistas y de la observación directa, se puede apreciar que la mayoría de habitantes tienen preferencia por consumir bocadillos ya que les brinda satisfacción, considerando que estos productos tienen características calóricas especiales. Estos productos que se encuentran en la localidad, sin embargo, no tienen la calidad, buena presentación y en la cantidad adecuada para satisfacer la demanda local y de la gente que gusta visitar a la ciudad, especialmente en fines de semana, feriados y festivos. Además los productos tienen precios elevados y la atención de los propietarios de los negocios no satisface en su totalidad al cliente. Se puede apreciar que una microempresa debidamente constituida y legal para su funcionamiento favorecería no solamente a los consumidores sino además que brinda un aporte al desarrollo económico, social y cultural de la ciudad, por lo que es propicio instalarla en la Parroquia.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de investigación previamente probados y rediseñados.

### 3.6. RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS A LA CIUDADANIA.

1.- ¿En la ciudad de Huaca existen microempresas que se dediquen a la elaboración de bocadillos?

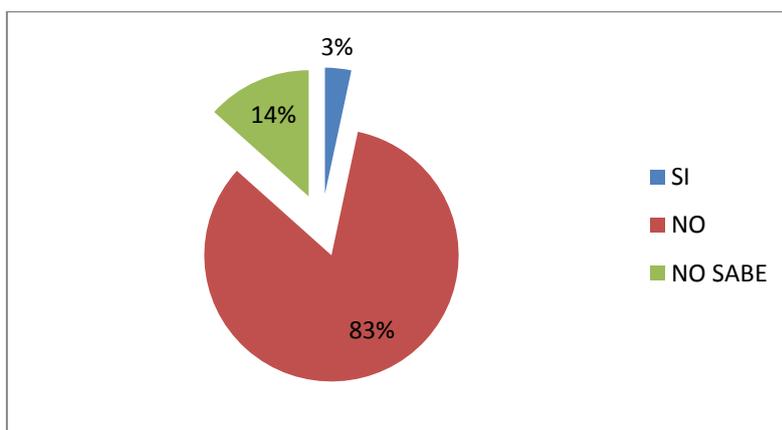
**CUADRO N° 3.2**  
**EXISTENCIA DE MICROEMPRESAS DE BOCADILLOS**

OPCIONES	N°	%
SI	10	3
NO	250	83
NO SABE	40	14
TOTAL	300	100

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.

ELABORACIÓN: Las Autoras

#### GRÁFICO



#### INTERPRETACIÓN

De los hogares encuestados en su mayoría no conocen de la existencia de microempresas dedicadas a la elaboración de bocadillos lo cual significa que el proyecto es viable, esto contribuirá al crecimiento económico de la población.

2.- ¿Le gustaría que exista una microempresa dedicada a la elaboración de bocadillos en la ciudad de Huaca?

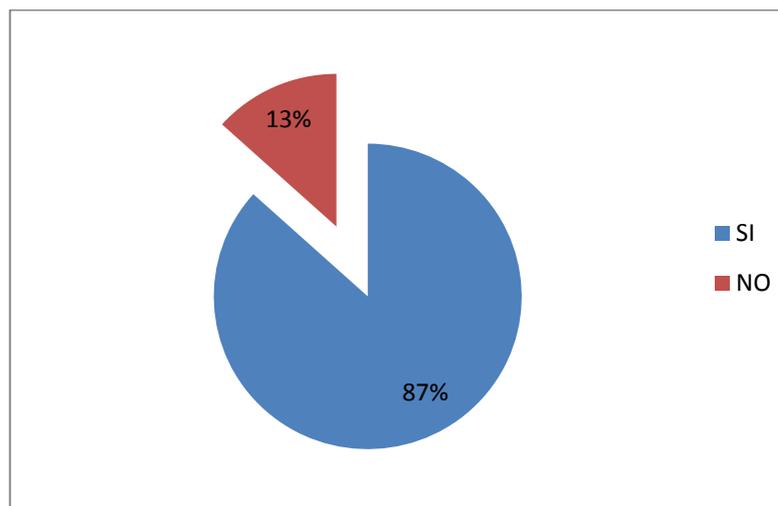
**CUADRO N° 3.3**

**GUSTARÍA QUE EXISTA MICROEMPRESA DE BOCADILLOS**

OPCIONES	TOTAL	%
SI	260	87
NO	40	13
<b>TOTAL</b>	300	100

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

**GRÁFICO**



**INTERPRETACIÓN**

Las repuestas de los encuestados arrojan como resultado que el 87% están de acuerdo que exista la microempresa de bocadillos, significando una gran aceptación de nuestro proyecto.

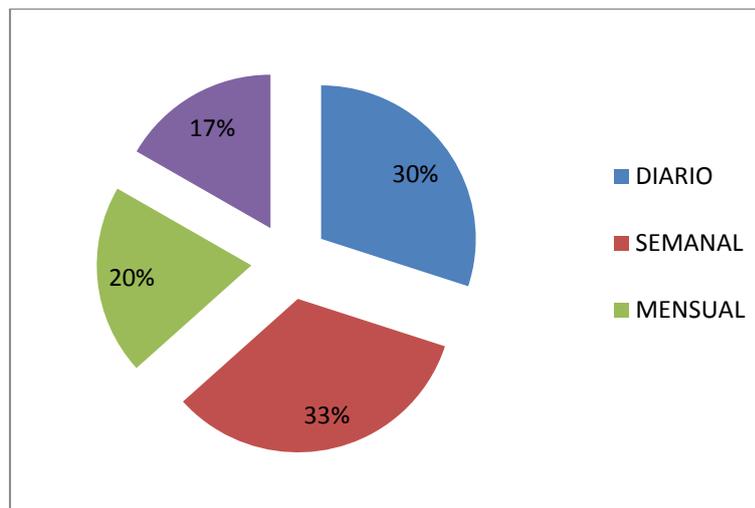
3.- ¿Cada que tiempo Ud. Compraría estos bocadillos?

**CUADRO N° 3.4**  
**FRECUENCIA DE COMPRA DE BOCADILLOS**  
**EN FUNDAS DE 50 gr.**

OPCIONES	TOTAL	%
DIARIO	90	30
SEMANTAL	100	33
MENSUAL	60	20
TRIMESTRAL	50	17
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**GRÁFICO**



### INTERPRETACIÓN

De los encuestados en mayor porcentaje expresan que prefieren adquirir en forma diaria y semanal y en menor porcentaje en forma mensual y trimestral, esto es favorable para la microempresa ya que los productos luego de ser elaborados serán distribuidos inmediatamente al consumidor final.

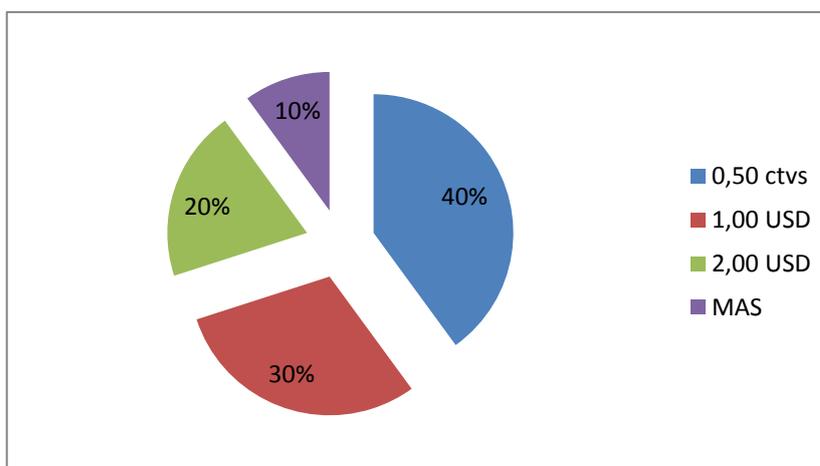
4.- ¿Indique que precio estaría dispuesto a pagar por cada uno de los bocadillos?

**CUADRO N° 3.5**  
**PRECIOS DE BOCADILLOS QUE PAGARÍA**  
**POR FUNDAS DE 50gr.**

<b>OPCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
0,50 ctvs.	120	40
1,00 USD	90	30
2,00 USD	60	20
MAS	30	10
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**GRÁFICO**



### **INTERPRETACIÓN**

Para los consumidores de bocadillos en mayor porcentaje están dispuestos a cancelar entre 0.50 ctvs. y 1.00 usd, por los productos que elaborará la microempresa, es un precio módico que está al alcance de todo tipo de consumidores desde los niños hasta los adultos mayores que no estén impedidos consumir nuestros productos.

5.- ¿Para la venta de este producto le gustaría se lo realice?

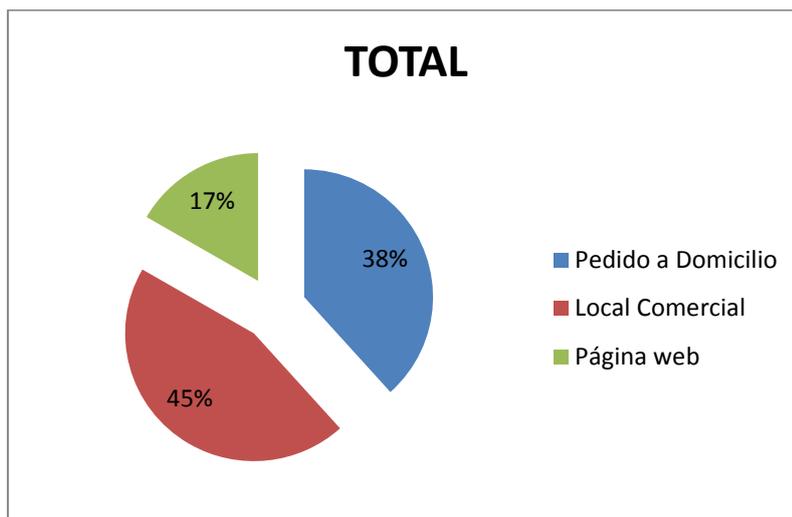
**CUADRO N° 3.6**

**FORMA DE ENTREGA DEL PRODUCTO**

<b>OPCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Pedido a Domicilio	115	38
Local Comercial	135	45
Página web	50	17
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**GRÁFICO**



**INTERPRETACIÓN**

De la población encuestada la gran mayoría se inclina por adquirir los productos en un local comercial y por pedido a domicilio, esto permitirá tener contacto con el consumidor final y recibir quejas, comentarios y sugerencias para mejorar el producto.

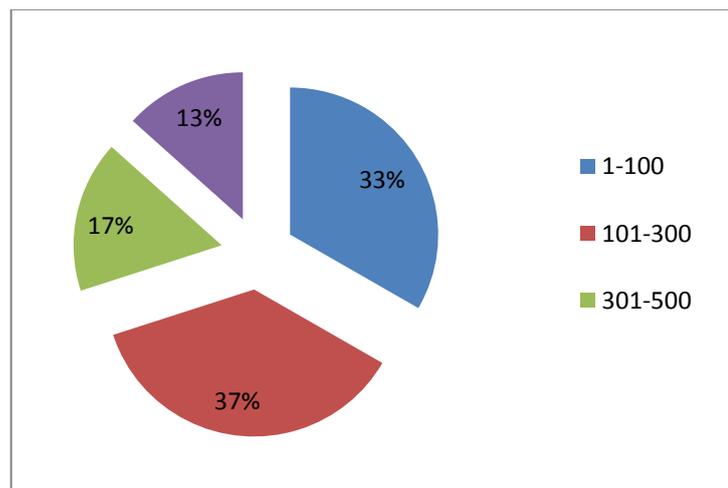
6.- ¿Cuáles son sus ingresos económicos?

**CUADRO N° 3.7**  
**INGRESOS ECONÓMICOS DE LA FAMILIA**

OPCIONES	TOTAL	%
1-100	100	33
101-300	110	37
301-500	50	17
501 en adelante	40	13
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

**GRÁFICO**



### INTERPRETACIÓN

Los ingresos económicos de la población de Huaca, de acuerdo a la encuesta oscila entre 1 y 300.00 usd, resultado favorable para nuestro proyecto si el precio de los productos es accesible permitiéndonos llegar a todos nuestros clientes.

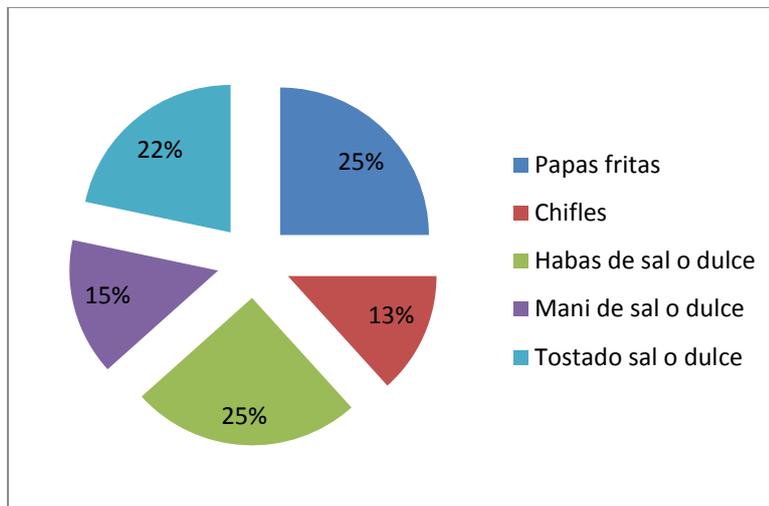
7.- ¿Qué tipo de bocadillos le gustaría que se elabore?

**CUADRO N° 3.8**  
**PREFERENCIA DE BOCADILLO**

PRODUCTO	TOTAL	%
Papas fritas	75	25
Chifles	40	13
Habas de sal o dulce	75	25
Maní de sal o dulce	45	15
Tostado sal o dulce	65	22
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**GRÁFICO**



### INTERPRETACIÓN

La población encuestada sugiere que los productos de mayor aceptación son papas fritas, habas y tostado. Dato importante que nos permite identificar los productos con los que iniciara la microempresa.

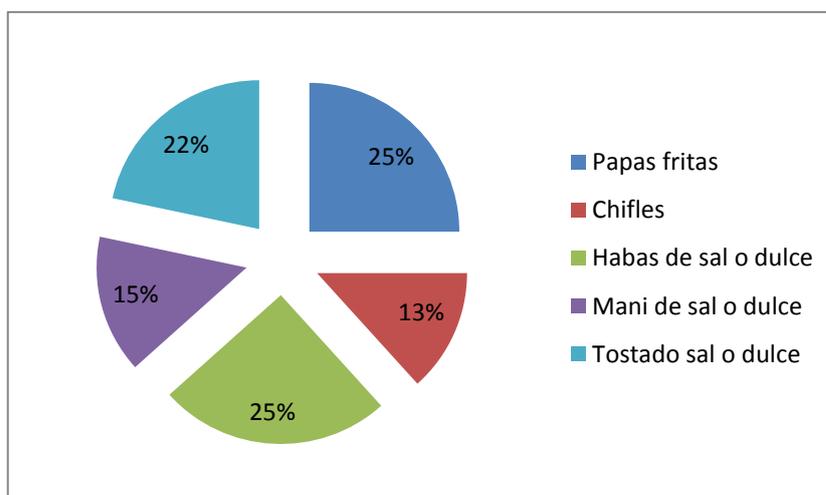
8.- ¿De los productos propuestos, cual es de su preferencia: papas fritas, habas de dulce y tostado de dulce?

**CUADRO N° 3.9**  
**PREFERENCIA DE BOCADILLOS EN FUNDAS DE 50 gr.**

PRODUCTO	TOTAL	%
Habas de dulce	102	34,00
Tostado de dulce	78	26,00
Papas Fritas	120	40,00
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100,00</b>

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.  
ELABORACIÓN: Las Autoras

### GRÁFICO



### INTERPRETACIÓN

Para los encuestados la papa frita es el producto de mayor preferencia, seguida de habas y tostado de dulce, productos que en la actualidad son elaborados en domicilios sin identificación. La microempresa propone sacar al mercado productos de calidad e higiene preparados.

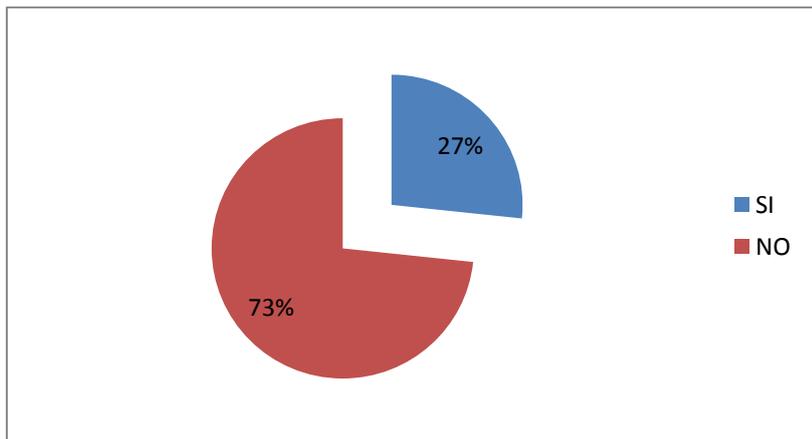
9.- ¿Conoce usted lugares donde adquirir bocadillos?

**CUADRO N° 3.10**  
**CONOCIMIENTO DE LUGARES QUE ELABOREN BOCADILLOS**

<b>OPCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
SI	80	27
NO	220	73
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

**GRÁFICO**



### **INTERPRETACIÓN**

La mayoría de nuestra población desconoce la existencia de lugares donde se elaboren bocadillos mientras que 80 personas conocen en donde encontrar estos productos. Resultado favorable para la microempresa a instalarse que mediante una adecuada estrategia de marketing se hará conocer en todo el cantón.

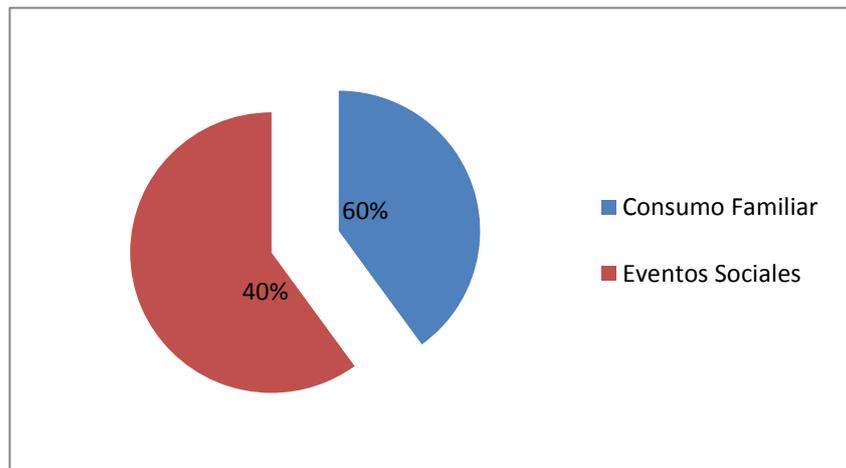
10.- Usted adquiriría bocadillos para:

**CUADRO N° 3.11**  
**USO DE BOCADILLOS**

OPCIONES	TOTAL	%
Consumo Familiar	180	60
Eventos Sociales	120	40
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**GRÁFICO**



### **INTERPRETACIÓN**

En cuanto se refiere al consumo, de las familias encuestadas la mayoría consumen este tipo de bocadillos en sus hogares, mientras que un menor porcentaje manifiestan que no lo han hecho en eventos sociales. La propuesta de la microempresa es llegar a eventos infantiles.

11.- ¿Usted cómo diferencia el producto?

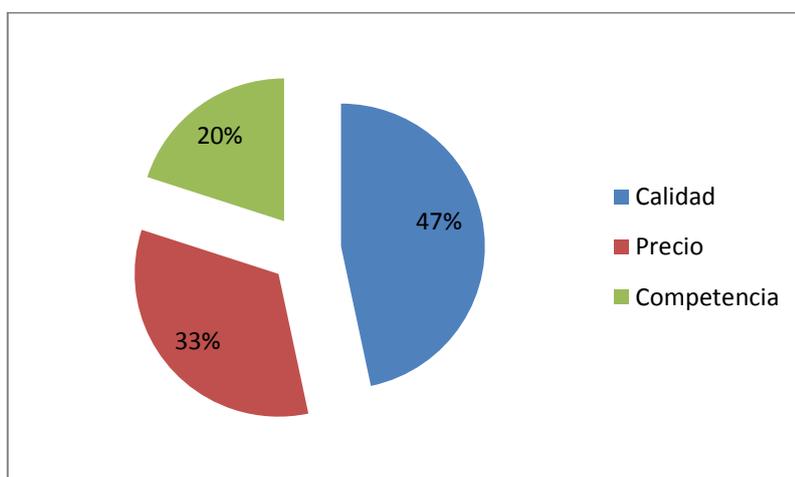
**CUADRO N° 3.12**  
**DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO**

<b>OPCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Calidad	140	47
Precio	100	33
Competencia	60	20
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.

ELABORACIÓN: Las Autoras

**GRÁFICO**



### **INTERPRETACIÓN**

Para los encuestados el sabor y la calidad de los productos es muy importante así como el precio en donde la microempresa deberá establecer adecuadamente los costos para competir en el mercado.

### **3.7. ENTREVISTA APLICADA AL PRODUCTOR DE BOCADILLOS EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA.**

**NOMBRE DEL NEGOCIO: SABROSITA**

**Pregunta 1.** ¿Cuál es la ubicación exacta de su negocio?

#### **Síntesis de respuesta**

Sin duda alguna los bocadillos son productos apetecidos por la gente por ello mi negocio se encuentra en el sector sur de la ciudad de Huaca, por motivos de logística y menores precios de arrendamiento.

**Pregunta 2.** ¿Qué productos dispone para la venta?

#### **Síntesis de respuesta**

Papas fritas, chifles, tostado de dulce, habas de dulce, maní.

**Pregunta 3.** ¿Tiene experiencia en comercialización?

#### **Síntesis de respuesta**

Tenemos 2 años en el mercado y la venta es directa con el consumidor final o las instituciones que requieren de nuestros productos.

**Pregunta 4.** ¿Cuál es la figura legal del negocio?

#### **Síntesis de respuesta**

No tiene figura legal, estamos en el mercado como un negocio familiar.

**Pregunta 5.** ¿Cuál es el área de la infraestructura física y qué tipo de maquinaria dispone?

#### **Síntesis de respuesta**

Es un área pequeña de producción, empaque, exhibición y venta que en total tiene 110 metros cuadrados, no disponemos de maquinaria industrial.

**Pregunta 6.** ¿Cuántos socios tienen su negocio?

**Síntesis de respuesta**

Es un pequeño negocio de familia y somos tres personas las que estamos al frente de la misma.

**Pregunta 7.** ¿Cuántos empleados tiene su negocio?

**Síntesis de respuesta**

Como le dije en la pregunta anterior somos tres personas las que laboramos aquí en este negocio.

**Pregunta 8.** ¿Posee un programa de capacitación para sus trabajadores?

**Síntesis de respuesta**

Es una de nuestras falencias, debido a que todo lo hacemos empíricamente y no tenemos ingresos tan elevados como para capacitarnos, aparte de que las instituciones públicas no han llegado con capacitaciones a este sector.

**ANÁLISIS**

Las entrevistas realizadas a este tipo de negocios duro aproximadamente entre 20 a 30 minutos. Sus respuestas fueron concretas por eso el poco tiempo.

Las personas a quienes se realizó la entrevista conocen del tema para dar este tipo de información.

Con lo cual se puede resumir que la fabricación de bocadillos en Huaca si tiene aceptación y existe una demanda insatisfecha.

### 3.8. OBSERVACIÓN DIRECTA

En los recorridos realizados en la aplicación de encuestas y entrevistas, se efectuó la observación directa de la actividad económica de la ciudad, poniendo atención en lugares de venta de bocadillos. Así se observó que durante todos los días y de manera especial en días feriados o festivos llegan a la ciudad de Huaca mucha gente provenientes de las comunidades aledañas y también una gran cantidad de turistas de otras partes de la provincia del Carchi y del país. Quienes realizan compras relacionadas a productos típicos del sector y también apetecen bocadillos que se expenden en pequeños locales bien ubicados y otros en veredas, parque y plaza de la ciudad. Estos bocadillos son elaborados artesanalmente y por personas que no están constituidas como empresas. De allí que queda la duda de su calidad y forma de preparación. Sin embargo se ve mucha actividad comercial sobre estos productos que son muy apreciados por la gente.

### 3.9. PRODUCTOS A OFRECER

El cuadro N° 3.13 presenta la variedad de productos que la microempresa ofrecerá a los consumidores, comerciantes minoristas y mayoristas.

**CUADRO N° 3.13**  
**PREFERENCIA DE BOCADILLOS**

PRODUCTO	TOTAL	%
Habas de dulce	102	34,00
Tostado de dulce	78	26,00
Papas Fritas	120	40,00
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100,00</b>

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

El pueblo carchense y de otras regiones del país, se ha caracterizado por mantener sus tradiciones alimenticias, con opciones de consumo por

productos naturales, sanos, nutritivos y que brinden en pequeñas porciones las suficientes calorías para la vida diaria. La empresa de Bocadillos Carchenses, ofrecerá productos elaborados con ingredientes naturales y producidos en el mismo lugar, que además de ser alimentos deliciosos, son saludables y nutritivos, consumidos por propios y visitantes de pueblos y ciudades, especialmente en fines de semana, festivos y feriados. De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a potenciales consumidores, existe gran preferencia por este tipo de bocadillos o piqueos, que se los puede encontrar fácilmente en tiendas y puestos de venta de la ciudad, siendo lo más característico es que son de consumo inmediato, listos para saborearlos.

Habas de dulce, tostado con dulce y papas fritas, según el rango de preferencia medido, serán los primeros productos que saldrán a la venta, fabricados por una microempresa que pretende elaborarlos con estándares de calidad, observando estrictas normas de salubridad, siempre frescos, dulces, suaves y crocantes, listos a satisfacer los paladares más exigentes.

Conforme la microempresa vaya posicionándose del mercado en el tiempo, la idea queda planteada para producir todos los bocadillos carchenses que prefiere la gente de estos sectores, tales como chifles, maní de sal y dulce, melcochas. Los tres productos seleccionados, serán la primera etapa de producción con los cuales arrancará el funcionamiento de la microempresa.

Las habas con dulce o de dulce, es un producto que se lo elabora utilizando como materia prima principal las habas disecadas, leguminosa de gran producción en la zona. Con ingredientes naturales y sanos como la panela, aceite vegetal, canela y vainilla.

Igualmente, el tostado con dulce o de dulce, comúnmente llamado “abejones”, es un alimento elaborado que tiene como materia prima

principal el maíz seco y como ingredientes la panela, aceite vegetal, canela y vainilla.

Las papas fritas, muy conocidas a nivel general por chicos y grandes, serán elaboradas utilizando como materia prima principal la mejor papa, de clase y calidad, producida en la zona, sumando ingredientes frescos, sanos y naturales como la sal, cebolla y aceite vegetal.

Los tres productos a fabricarse y con los cuales se hará conocer la microempresa a instalarse en la ciudad de Huaca, serán productos elaborados, como quedó enunciado, con ingredientes naturales que satisfagan las tendencias actuales de consumo por alimentos sanos, calóricos y nutritivos. Bocadillos muy apetecidos por la gente, especialmente, de lugares de clima frío, reconfortantes y muy exquisitos. Estarán empacados al vacío en fundas plásticas de diferentes presentaciones, según ello sus precios. Debidamente etiquetados, con las especificaciones nutricionales y permiso sanitario.

### **3.10. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Consiste en segmentar el mercado de acuerdo a sus características como, un grupo de clientes que se asemejan en la manera que perciben y valoran el producto. Existe algunas variables que inciden en el poder de compra de los demandantes algunos de ellos son:

#### **a) Variable geo-demográfica**

Los productos a ser fabricados, serán vendidos en el corto plazo en micro mercados, tiendas y pequeños comerciantes de la ciudad de Huaca; en el mediano plazo hacia Julio Andrade y Tulcán y a largo plazo permanecer en el mercado local y cubrir la demanda provincial. Sitios y canales de comercialización a los cuales se adaptará de publicidad y mecanismos de venta para llegar a los consumidores finales y así poder satisfacer sus gustos y preferencias por este tipo de productos.

#### **b) Por el nivel de ingreso:**

Por sus precios accesibles, de acuerdo a las porciones y presentaciones de los productos, éstos serán aptos para todas las personas, con condiciones económicas diversas, no se requiere de poderes de adquisición elevados.

#### **c) Estilo de vida:**

Es cuando el interés de la gente por ciertos productos está influido por su actitud y comportamiento que adoptan y desarrollan en forma individual o colectiva el cual se refleja en lo que compra. Según este factor de segmentación de mercado, los productos a ofertarse cubren las expectativas de consumo individual y colectivo, en forma particular, en familia o incluso para eventos sociales.

#### **d) Por beneficios:**

El consumidor busca productos de acuerdo al beneficio que prestan o sirven y son de su agrado esto nos lleva a dar a conocer los productos que tenemos con sus respectivas características y beneficios que estos productos brindan. Según este aspecto de referencia para segmentar el mercado de los productos a fabricar; estos, como quedó señalado en las definiciones productivas, son naturales, sanos, nutritivos y calóricos, listos para consumirlos en cualquier sitio y cualquier ocasión, pues se trata de bocadillos o piqueos de consumo rápido, de saborearlos al paso.

### **3.11. DEMANDA ACTUAL Y PROYECCIÓN**

#### **3.11.1. Análisis de la Demanda**

Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio accesible determinado.

### 3.11.2. Demanda actual

De acuerdo a la investigación realizada, se puede mencionar que los bocadillos en la ciudad de Huaca tiene una demanda aceptable.

En el diagnóstico inicial realizado se encontró presentaciones de bocadillos elaborados artesanalmente: tostado con dulce, habas con dulce y papas fritas, los cuales son demandados en la localidad en tiendas, puestos de venta en parques, plazas y calles de la ciudad.

La demanda actual de estos productos se determinó en base a las encuestas realizadas a los habitantes del cantón que fue una muestra de 300 jefes de familia y de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados: de acuerdo que se cree la microempresa 87% (Ver Cuadro Estadístico N° 3.4).

Como existen 1380 familias en Huaca, el 87 % que están de acuerdo a que se implante la nueva microempresa, resultan 1.201 familias potenciales consumidoras.

En cuanto a la frecuencia de compra del tipo de bocadillos que ofertará la nueva microempresa, se tiene los siguientes datos:

**CUADRO N° 3.14**  
**FAMILIAS CONSUMIDORAS, SEGÚN**  
**FRECUENCIA DE COMPRA. AÑO 2013**

<b>RESPUESTAS</b>	<b>%</b>	<b>FAMILIAS</b>
DIARIO	30	398
SEMANAL	33	438
MENSUAL	20	265
TRIMESTRAL	17	225
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>1326</b>

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013. Cuadro N° 3.4  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

Con el fin de cuantificar la demanda y bajo el supuesto de que cada familia consume diariamente 1 funda de 50 gramos de cada uno de los 3 productos a elaborar, se tendría:

**CUADRO N° 3.15**  
**DEMANDA DE FUNDAS DE 50 GRAMOS,**  
**SEGÚN FRECUENCIA DE COMPRA. AÑO 2014**

RESPUESTAS	%	FAMILIAS	FUNDAS AL AÑO
DIARIO	30	398	434616
SEMANAL	33	438	68328
MENSUAL	20	265	9540
TRIMESTRAL	17	225	2700
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>1326</b>	<b>515184</b>

FUENTE: Encuesta a familias de Huaca. Mayo de 2013.  
 ELABORACIÓN: Las Autoras.

**CUADRO N° 3.16**  
**DEMANDA DE FUNDAS DE 50 GRAMOS,**  
**SEGÚN PREFERENCIA DE COMPRA. AÑO 2014**

PRODUCTOS	%	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	TRIMESTRAL	TOTAL
Habas de Dulce	34	147769	23232	3244	918	175163
Tostado de Dulce	26	113000	17765	2480	702	133948
Papas Fritas	40	173846	27331	3816	1080	206074

FUENTE: Cuadro Estadístico 3.15  
 ELABORACIÓN: Las Autoras.

### 3.11.3. Proyección de la demanda

Para realizar la respectiva proyección se ha tomado la siguiente información:

Año base de proyección	2014
Período de proyección	5 años
Tasa de crecimiento/ Población de Huaca	1.18%

La correspondiente proyección se la realiza utilizando la fórmula del monto:  $M = C (1 + r)^n$

**CUADRO N° 3.17**  
**PROYECCIÓN DEMANDA DE FUNDAS DE 50 GRAMOS,**  
**SEGÚN PRODUCTOS DE PREFERENCIA.**

PRODUCTO	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Habas de dulce	175163	177229	179321	181437	183578	185744
Tostado de dulce	133948	135528	137128	138746	140383	142039
Papas fritas	206074	208505	210966	213455	215974	218522

FUENTE: Cuadro Estadístico 3.16

ELABORACIÓN: Las Autoras.

### 3.12. OFERTA ACTUAL Y PROYECCIÓN

#### 3.12.1. Análisis de la oferta

La elaboración y venta de bocadillos o piqueos, perteneciente al sector manufacturero, no está bien desarrollado, salvo el caso de papas fritas que existen empresas industriales para elaborarlas, los demás productos que esta nueva microempresa está proyectando producir se realizan de manera artesanal, más aún de tratarse de alimentos tradicionales de la zona.

Según el Ministerio de Industrias, no existen empresas bien constituidas para este tipo de presentaciones de productos naturales. Por lo cual los bocadillos carchenses a elaborar se venden en plazas, parques y calles, donde los consumidores de paso, que apetecen estos productos son degustados.

La Microempresa de Bocadillos Carchenses pretende dar un valor agregado a productos agrícolas como: el maíz, habas y papas; esto significa la elaboración, en una primera fase, de tostado con dulce, habas con dulce y papas fritas, en fundas de 50 gramos, bajo normas de calidad para ser más competitivos. Con esto contribuir al consumo local de este tipo de productos que gusta a la gente, contribuyendo al desarrollo económico local y generación de empleo.

### 3.12.2. Oferta Actual

Se procedió a la recopilación de datos sobre la oferta actual de bocadillos en la ciudad de Huaca, a través de la aplicación de encuestas a la población y entrevista a propietarios de bocadillos, que de forma artesanal, son producidos en la ciudad de Huaca y cuantificar en forma aproximada la oferta que realizan otras empresas o microempresas que distribuyen sus productos en esta ciudad a pequeños negocios comerciales, que cubren buena parte del mercado local de estos productos.

Según la población encuestada, solo un 3% conoce la existencia de quienes producen los bocadillos, objeto del presente estudio. Deduciendo, por lo tanto, que en la ciudad de Huaca existe una escasa oferta de estos productos.

#### CUADRO N° 3.18

##### EXISTENCIA DE NEGOCIOS DE OFERTA SIMILAR

RESPUESTAS	TOTAL	%
SI	10	3
NO	250	83
NO SABE	40	14
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuesta a familias, Cuadro Estadístico N° 3.4  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

Según la información anterior, se presentan buenas perspectivas para la creación y funcionamiento de la microempresa de producción y comercialización de bocadillos en la ciudad de Huaca.

**CUADRO N° 3.19**  
**PRODUCCIÓN U OFERTA ACTUAL POR PARTE DE NEGOCIOS**  
**FAMILIARES POR FUNDAS DE 50gr. DE CADA PRODUCTO. Año**  
**2013**

<b>FABRICANTES</b>	<b>FUNDAS DE HABAS DE DULCE (50g)</b>	<b>FUNDAS DE TOSTADO DULCE (50g)</b>	<b>FUNDAS DE PAPAS FRITAS (50g)</b>
Negocios familiares (Diario)	270	215	600
<b>TOTAL AL AÑO</b>	<b>68040</b>	<b>54180</b>	<b>151200</b>

FUENTE: Entrevista a Productores e investigación directa.  
 ELABORACIÓN: Las Autoras.

La información corresponde a la tabulación de la entrevista realizada a 4 propietarios de negocios familiares que actualmente elaboran estos productos en el cantón San Pedro de Huaca.

Para determinar la oferta actual la microempresa laborara 21 días por cada mes, dando un total de 252 días al año.

**3.12.3. Fases de producción u oferta**

- a) Corto Plazo: Fabricar el producto con características de calidad, higiene y en envase tetra pack, empacado al vacío, etiqueta clara y precisa, que permita el consumo instantáneo. Iniciar la distribución en la ciudad de Huaca.
- b) Medio Plazo: Distribuir el producto en tiendas y supermercados de la parroquia de Julio Andrade, Tulcán y San Gabriel.
- c) Largo plazo: Permanecer en el mercado local y cubrir la demanda provincial.

### **3.12.4. Ventajas y distingos competitivos**

#### a) Ventajas Competitivas:

- Consistente en un producto higiénicamente preparado, con normas de calidad, sano y natural.
- Listo para consumirse.
- Es muy nutritivo, saludable y natural, ya que está elaborado con productos de la zona.

#### b) Distingos Competitivos:

- En el empaque constará la dirección de la microempresa y teléfono para cualquier reclamo o aclaración.
- Análisis del consumidor y evaluaciones periódicas para determinar los cambios en el gusto de los consumidores.
- Alta calidad e higiénicamente preparado.

### **3.12.5. Características de la futura oferta**

Las proponentes y emprendedoras de la Microempresa *de Bocadoillos Carchenses*, tienen las siguientes características de calificación para entrar en el área productiva determinada:

- Conocimiento del área de alimentos.
- Conocimientos superiores del área de contabilidad y administración.
- Responsabilidad social sobre la calidad e higiene para la elaboración de este tipo de productos.

Se cuenta con las anteriores calificaciones debido a la preparación profesional, ya que egresan de la Carrera de Ingeniería en contabilidad y Auditoría, de la Universidad Técnica del Norte, que a través de la preparación académica se conoce debidamente sobre las condiciones

previas que tiene cada emprendedor en cuanto a plan de negocios, administración, contabilidad, análisis del mercado y comportamientos del consumidor.

### 3.12.6. Proyección de la oferta

Para la proyección se ha utilizado la siguiente información base:

**CUADRO N° 3.20**  
**CRECIMIENTO POR SECTORES DE ACTIVIDAD ECONÓMICA**

SECTORES ECONÓMICOS	CRECIMIENTO/VARIACIÓN PORCENTUAL	
	2012	2013
Agriculta., ganad., caza y pesca	4,0	3,7
Explotación de minas y canteras	1,4	4,1
<b>Industria manufacturera (Sin petrol)</b>	<b>6,8</b>	<b>3,7</b>
Suministro de electricidad y agua	7,0	3,9
Construcción y obras públicas	5,8	5,6
Comercio al por mayor y menor	5,5	3,6
Transporte y almacenamiento	5,3	5
Servicio de intermediación financiera	5,4	5,4
Otros servicios	...	...
<b>TOTAL ECONOMÍA</b>	<b>4,8</b>	<b>3,98</b>

FUENTE: INEC, Banco Central del Ecuador. Año 2013.

ELABORACIÓN: Las Autoras.

Año base de proyección                      2014  
 Período de proyección                      5 años  
 Tasa Crecimiento PIB 2013                3,70%

**CUADRO N° 3.21**  
**PROYECCIÓN DE OFERTA**

PRODUCTO	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Habas de dulce	68040	70557	73168	75875	78683	81594
Tostado dulce	54180	56185	58263	60419	62655	64973
Papas fritas	151200	156794	162596	168612	174850	181320

FUENTE: Cuadros Estadísticos 3.17 y N° 3.20

ELABORACIÓN: Las Autoras.

### 3.12.7. DETERMINACIÓN DE DEMANDA INSATISFECHA

**CUADRO N° 3.22**  
**BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA**  
**FUNDAS DE 50 GRAMOS. AÑO 2014**

PRODUCTO	OFERTA	DEMANDA	DEM. INSAT.
Habas de dulce	50400	175163	-124763
Tostado de dulce	45360	133948	-88588
Papas fritas	126000	206074	-80074

FUENTE: Cuadros Estadísticos N° 3.21  
ELABORACIÓN: Las Autoras

### 3.12.8. OFERTA DEL PROYECTO

Para determinar la oferta del proyecto se ha considerado captar el 90% de la demanda insatisfecha, estimando que el primer año se producirá el 80%, segundo año 90% y del tercer año en adelante se cubrirá el 100% de la captación proyectada.

**CUADRO N° 3.23**  
**CAPTACION DEL PROYECTO**

PRODUCTO	DEM. INSAT. AÑO 2014	CAPTACIÓN 90%
Habas de dulce	107123	96410
Tostado de dulce	79768	71791
Papas fritas	54874	49386
<b>TOTAL</b>	<b>241764</b>	<b>217588</b>

FUENTE: Cuadro estadístico 3.21  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

**CUADRO N° 3.24**  
**OFERTA DE PROYECTO**

PRODUCTO	CAPTACIÓN 90%	2015	2016	2017	2018	2019
Habas de dulce	96410	80%	90%	100%	100%	100%
Tostado de dulce	71791					
Papas fritas	49386					

FUENTE: Cuadro estadístico 3.23  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

**CUADRO N° 3.25**  
**OFERTA DE PROYECTO SEGÚN PORCENTAJE DE  
CAPTACIÓN**

PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
Habas de dulce	77.128	86.769	96.410	96.410	96.410
Tostado de dulce	57.433	64.612	71.791	71.791	71.791
Papas fritas	39.509	44.448	49.386	49.386	49.386

FUENTE: Cuadro estadístico 3.24  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

### **3.13. ANÁLISIS DE PRECIOS Y PROYECCIÓN**

El precio es un factor de gran importancia el cual puede influir en la demanda de los productos a ofertar. El pagar tal o cual precio, tiene que ver con la capacidad adquisitiva del consumidor y está en relación al nivel de ingresos.

#### **a) Diferenciación**

El producto se diferenciará por tres aspectos importantes que son:

1. La atención al cliente será muy personalizada, para así escuchar y aplicar las sugerencias y peticiones de nuestros clientes, teniendo como objetivo principal la satisfacción del cliente/consumidor.

2. Nos diferenciaremos además por la forma organizada y agilizada de la entrega de nuestro producto al cliente.
3. Precios competitivos, en el mercado local, intentando minimizar los costos sin afectar la calidad del producto, comprando grandes cantidades a nuestros proveedores.

Para la determinación del precio para cada producto en la presentación de 50 gramos se fijará los establecidos en las entrevistas a los negocios familiares, se aplicará el precio actual en el mercado, establecido mediante un análisis, según se presenta en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 3.26**  
**AÑO 2014: PRECIOS POR FUNDAS DE 50 gr.**

PRODUCTO	PRECIOS \$
Habas de dulce	0,53
Tostado de dulce	0,52
Papas fritas	0,55

FUENTE: Entrevista a productores de bocadillos.  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

**CUADRO N° 3.27**  
**EVOLUCIÓN DEL INDICE DE INFLACIÓN**

AÑOS	%
2009	3,57
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,94
2013	2,7
<b>PROMEDIO</b>	<b>3,99</b>

**CUADRO N° 3.28**  
**PROYECCIÓN DE PRECIOS**

PRODUCTO	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Habas de dulce	0,53	0,55	0,57	0,60	0,62	0,64
Tostado de dulce	0,52	0,54	0,56	0,58	0,61	0,63
Papas fritas	0,55	0,57	0,59	0,62	0,64	0,67

FUENTE: INEC, Cuadro Estadístico N° 3.25; 3.27

ELABORACIÓN: Las Autoras.

Tasa de inflación año 2013                      r =                      3.99%

### **3.14. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

El principal competidor local puede ser la Asociación 11 de enero, de la ciudad de San Gabriel, que ha logrado competitividad porque posee mayor tiempo en el mercado y por el apoyo brindado de una Corporación Internacional, por ende altas estadísticas de venta de esta clase de productos. La tecnología empleada en la elaboración es de un nivel medio.

En cuanto a costos los bocadillos a ser elaborados, son muy competitivos debido a su valor económico en relación a otros productores, y tendrá que aplicar tecnología más avanzada debido a las exigencias del cliente.

### **3.15. ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN Y ESTRATÉGIAS**

#### **3.15.1. Porcentaje de las ventas destinadas al mercado local**

Las ventas de Bocadillos Carchenses serán destinadas, inicialmente en un 100% al mercado local.

### 3.15.2. Estrategia de Mercado

**CUADRO N° 3.29  
ESTRATEGIAS DE MERCADO**

PRODUCTO	PROMOCIÓN
<p>--Los bocadillos a ser ofertados va a tener las siguientes característica, de acuerdo a las exigencias del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Sabor extra dulce.</li> <li>o Proteínas</li> <li>o Buen sabor.</li> <li>o Bajo nivel de colesterol.</li> </ul> <p>-- Nuestro producto va a estar disponible durante todo el año.</p> <p>-- Producto 100% garantizado.</p>	<p>“BOCADILLOS CARCHENSES”, para hacer frente a la competencia, utilizará como estrategia la publicidad.</p> <p>-- Envío constante de muestras comerciales, a nuevos mercados.</p> <p>-- Asistiremos a ferias, para ofertar los deliciosos bocadillos.</p> <p>-- Descuentos por compras en grandes cantidades y por temporadas.</p>
PLAZA	PRECIO
<p>-- Se logrará una mayor cobertura del producto, buscando contactos con nuevos compradores.</p> <p>-- Venta del producto preferiblemente a supermercados,</p> <p>--Venta directa al consumidor final</p>	<p>-- El valor de los bocadillos depende de la cantidad del producto.</p> <p>-- Y también depende de la cantidad comprada, ya que su valor disminuye al comprar en grandes cantidades.</p> <p>-- El precio de los bocadillos es económico en relación al de la competencia, es importante ya que es una excelente forma de introducirnos al mercado con precios bajos y con un producto de calidad.</p>

FUENTE: Investigación directa. Mayo de 2013.  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

### 3.15.3. Estrategias de ventas que se utilizarán

- Envío de muestras comerciales hacia nuevos mercados.
- Los pedidos de los bocadillos serán atendidos por teléfono
- Información detallada y profesional al cliente/ consumidor.
- Participación en ferias locales.

### 3.15.4. MARKETING MIX

#### a) Producto:

La microempresa, se enfocará básicamente en incrementar las ventas hacia mercados aledaños.

#### b) Plaza:

La microempresa de bocadillos Carchenses, ha elegido el mercado de Huaca para iniciar sus actividades.

#### c) Precio:

El precio es muy importante en un producto, por lo que la microempresa buscará e implementará los métodos necesarios para que el precio de los bocadillos no sea tan elevado y pueda ser competitivo en el mercado;

#### d) Promoción:

Los bocadillos se elaboran todo el año, lo cual es favorable porque la producción sería constante y de esta forma lograríamos satisfacer la demanda de los mercados. La microempresa realizará constantes promociones que ayudará a atraer posibles compradores y además abrirán las puertas a nuevos mercados.

### 3.15.5. DISTRIBUCIÓN

- ❖ Se utilizará el medio directo al consumidor y en el lugar que lo dispongan.

#### a) Medios de Distribución



## **3.16. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.16.1. Proveedores:**

La microempresa se ubica en un sector en donde la agricultura es una de las principales fuentes de ingreso, los productos que se cultivan son la papa, haba, maíz entre otros y es de fácil adquisición. Los proveedores de materias primas principales serán los agricultores ya que ellos son quienes directamente estarían en capacidad de suplir la demanda, para poder cumplir con las cantidades exigidas por los compradores. De esta manera la microempresa solo se encargará de la transformación y comercialización del producto disminuyendo los costos de producción.

### **3.16.2. Clientes:**

Los clientes potenciales son las personas, de edades comprendidas entre 5 a 60 años, siempre y cuando no estén limitadas para el consumo de papas fritas, habas, tostado y los demás bocadillos proyectados fabricar en una segunda etapa de la vida útil de la microempresa. En general a todos les puede llegar a gustar ya que es una manera muy fácil de consumirla sea en el lugar de trabajo, durante el viaje, compromiso social o de paseo por la ciudad, sin dejar de lado el factor nutritivo ni cambiar las propiedades del producto natural. Aprovechando que son productos de consumo masivo especialmente la papa, ya que el cliente final son todas las personas que están con la tendencia y cultura de comer lo sano, natural, nutritivo y dispensador de calorías.

### **3.16.3. Competidores:**

La particularidad con respecto a la competencia es ofrecer varios productos y en una presentación diferente a la que ya se tiene en el mercado, ya que en nuestra zona no existe una microempresa que se dediquen a la elaboración de estos productos, actualmente quienes

proveen en pequeñas cantidades son personas que lo realizan en sus hogares de manera artesanal.

#### **3.16.4. Productos sustitutos:**

El mercado al que se pretende llegar es competitivo, puesto que existen productos sustitutos elaborados por grandes empresas que distribuyen a nivel nacional e Internacional. De allí la necesidad de desarrollar todo tipo de estrategias económicas, productivas, tecnológicas y de mercadeo para ir posicionando la imagen de la microempresa a constituirse.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Las bases fundamentales para la instalación e inicio del programa de producción del Proyecto, han de encontrarse principalmente en los resultados alcanzados por el estudio de mercado realizado.

Continuando con las fases de formulación del proyecto, corresponde ahora el estudio técnico, que tiene como objetivo fundamental determinar los componentes principales para poder implementar la microempresa de producción y comercialización de bocadillos. Aquí se analizan y cuantifican aspectos técnicos de ingeniería como: localización o ubicación, tamaño o capacidad óptima de la futura unidad productiva, requerimientos en muebles y equipos, la adecuada instalación o distribución de los espacios físicos; sin dejar de lado la organización requerida; es decir, todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad física del proyecto. Aspecto importante será la valoración de las Inversiones necesarias en activos fijos, variables y diferidos, que hagan posible contar con la base material o técnica para el arranque de operaciones de la microempresa a implantarse.

Por lo tanto, el Estudio Técnico a desarrollar sabrá responder a las siguientes cuestiones relevantes: Dónde?, cuánto?, con qué? y cómo? Las respuestas las contendrán los temas a desarrollar: Localización, tamaño, procesos, recursos materiales, humanos y tecnológicos e Inversiones.

#### **4.1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO**

El principal factor que determina la capacidad productiva o tamaño de la microempresa a instalarse es la demanda potencial insatisfecha, que se visualiza de acuerdo a las cifras obtenidas en el estudio de mercado,

así como también al planteamiento de objetivos de crecimiento en función de la oferta actual existente en el mercado de bocadillos o productos similares hechos a bases de productos agrícolas.

La demanda potencial insatisfecha, se piensa cubrirla en base al criterio de dar un valor agregado a los productos agrícolas como el maíz, habas y papas; es decir, se pretende ir hacia el mejoramiento de la calidad, presentación y derivados del producto. En la actualidad, la mayor demanda de bocadillos, de acuerdo al gusto de los clientes son: habas de dulce, tostado de dulce y papas fritas.

De acuerdo a este análisis se debe tener una excelente estrategia de marketing que permita introducir y colocar en el mercado estos productos.

Con la información recolectada en el estudio de mercado se desarrolla la proyección de la producción.

#### **CUADRO Nº 4.1**

#### **CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO**

PRODUCTO	CAPTACIÓN
	90%
Habas de dulce	96410
Tostado de dulce	71791
Papas fritas	49386
Habas de dulce	217588

FUENTE: Cuadro Estadístico 3.24  
ELABORACION:Las Autoras

La nueva microempresa a implantarse tiene las condiciones económicas para captar un 90 %, dando como resultado la determinación de los productos a ofrecer por la microempresa a crearse, según información establecida en el estudio de mercado.

En promedio el porcentaje de captación, que determinaría la capacidad o tamaño de la microempresa a instalarse, es de 90% del total determinado como demanda insatisfecha. Se entiende que la producción de la nueva

microempresa, se la realizará con el sentido de ganar a lo escasa competencia artesanal y desplazar a otros ofertantes o empresas que vienen al sector.

#### 4.1.1. Tamaño del proyecto según su organización

En toda empresa es fundamental manejarse en base a la organización, en donde cada una de las personas se desempeñe correctamente en sus cargos cumpliendo eficazmente sus obligaciones lo cual sin duda debe existir una cabeza y sus partes ejecutoras que trabajen en función de un mismo objetivo, la empresa está compuesta por personal administrativo y operativo.

En lo referente a la mano de obra directa no existirán problemas ya que en el medio se encuentra fácilmente personas que conocen del procesamiento de estos productos.

**CUADRO N° 4.2**  
**CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN PROYECTADA**  
**FUNDAS DE 50GRAMOS, CADA AÑO.**

PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
Habas de dulce	77128	86769	96410	96410	96410
Tostado de dulce	57433	64612	71791	71791	71791
Papas fritas	39509	44448	49386	49386	49386

FUENTE: Cuadro Estadístico 3.25 y 4.1.  
ELABORACION: Las Autoras.

#### 4.2. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

A continuación se describe tanto la macro localización, como la micro localización, en donde se asentará el proyecto de factibilidad. Se deberá realizar un análisis de alternativas de localización, debido a que la microempresa en estudio, tiene que estar bien ubicada a fin de atender en las mejores condiciones a consumidores y proveedores.

#### 4.2.1. Macro localización

Cabe indicar que la ubicación del proyecto se efectúa a partir de una zona geográfica amplia, esto es la provincia del Carchi, dentro de la cual se puedan considerar varios emplazamientos posibles.

**GRÁFICO N° 4.1**  
**PROVINCIA DEL CARCHI**



FUENTE: Gobierno Provincial del Carchi

En esta fase de estudio correspondió seleccionar el sector donde se ubicará la microempresa, considerando los factores de estudio que inciden con más frecuencia en este tipo de actividades productivas y de comercio.

El cantón San Pedro de Huaca está ubicado en la Provincia del Carchi, Latitud: 00-38'-29" Lat. Norte, Longitud: 77-43'-35' Long. Oeste Altitud: 2952 m.s.n.m. Clima frío de altura, su temperatura varía de 3 a 18°C con un promedio de 10°C, precipitación 1100 ml anual.

En cuanto a sus límites, su localización geográfica es: **Norte:** Cantón Tulcán; **Sur:** Cantón Montúfar; **Este:** Provincia de Sucumbíos y **Oeste:** parte con el Cantón Tulcán y parte del Cantón Montúfar

Está formada por: una parroquia Urbana: San Pedro de Huaca y una parroquia Rural: Mariscal Sucre.

SUPERFICIE TOTAL: la superficie total es de 71.60 km<sup>2</sup>.

## **GRÁFICO N° 4.2**

### **CIUDAD DE HUACA**



#### **4.2.2. Microlocalización**

La Microempresa será instalada en el Cantón San Pedro de Huaca, ciudad Huaca, panamericana Norte y Alonso Guerrón s/n. Tomando en cuenta que se tiene visto un local adecuado para arriendo donde funcionará la microempresa y se garantiza las instalaciones físicas indispensables para el desarrollo de las actividades productivas de la microempresa.

#### **4.1.1. Factores determinantes de la micro localización**

Dentro de los aspectos más importantes tomados en cuenta para localizar la microempresa de fabricación y comercialización de bocadillos se tienen los siguientes:

#### **4.1.1.1. Obras de Infraestructura**

El lugar donde se va a implantar la microempresa, cuenta con los servicios básicos requeridos para poner en marcha este proyecto. En cuanto a obras de infraestructura cuenta con alcantarillado, agua potable, recolección de basura, telefonía, luz eléctrica; entre otras.

#### **4.1.1.2. Facilidad de Vías de Acceso**

El cantón San Pedro de Huaca, lugar en donde se pretende ubicar el proyecto, cuenta con vías de comunicación en buenas condiciones y acceso a la Panamericana Norte, que permitirá la comunicación con el resto de los Cantones de la Provincia del Carchi, esto es importante para la comercialización del producto.

#### **4.1.1.3. Costos y disponibilidad del espacio físico.**

Para el funcionamiento de la microempresa, se ha visto la conveniencia de arrendar un local suficientemente espacioso. En el lugar existe acceso fácil, seguridad, movimiento económico y cuenta con todos los servicios necesarios para el funcionamiento de la microempresa. El costo del arriendo será de \$ 200 cada mes.

#### **4.1.1.4. Fuentes de Abastecimiento de materia prima**

La materia prima se encuentra en el mismo Cantón, también se puede hacer contacto directo con productores de otros sectores o Cantones del Carchi.

#### **4.1.1.5. Herramientas y equipos**

Es importante contar con las herramientas, equipos y utensilios necesarios para el tratamiento adecuado de los granos y materias primas. Algunas de estos materiales se los pueden encontrar en almacenes del lugar o en la ciudad de Ipiales del vecino país Colombia.

#### **4.1.1.6. Disponibilidad de Transporte**

En cuanto a la movilización, el sector cuenta con dos rutas de buses los mismos que realizan su recorrido por donde estará ubicada la Microempresa; como también se cuenta con el servicio de las diferentes cooperativas de camionetas y taxis.

#### **4.1.1.7. Seguridad Policial**

El sector en donde se ubicará la microempresa cuenta con un retén policial, es una ventaja favorable ya que el sector si cuenta con seguridad para clientes y proveedores, como también para la misma microempresa.

#### **4.1.1.8. Disponibilidad de mano de obra**

La presencia de mano de obra es un factor primordial para el funcionamiento de la microempresa, es por esa razón que en la ciudad de Huaca existe mano de obra tanto calificada como semi calificada necesaria para llevar a cabo el presente proyecto.

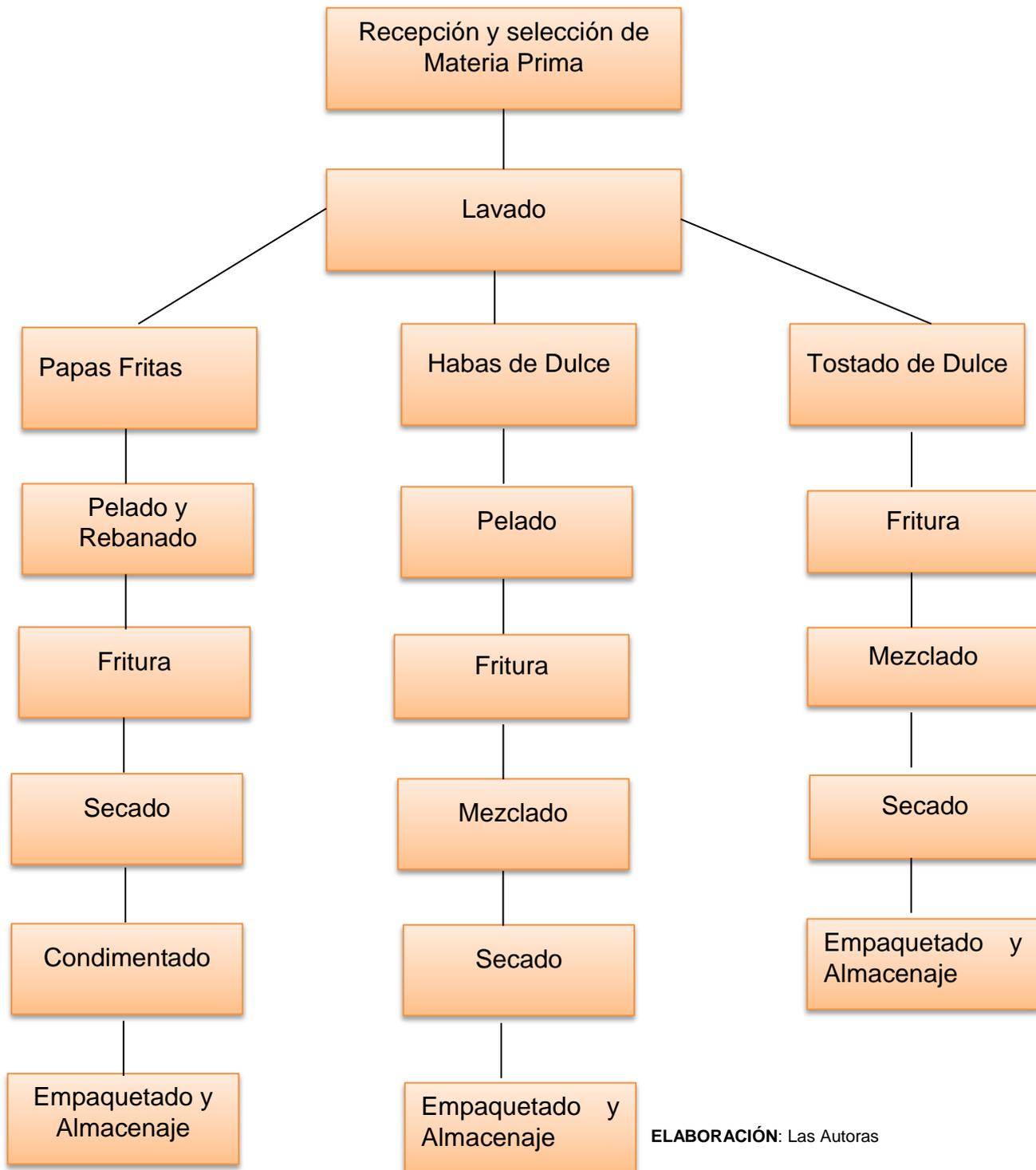
### **4.3. ASPECTOS DE INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Teniendo en cuenta que la ingeniería del proyecto tiene función directa en seleccionar el proceso de producción, las actividades y subactividades en los procesos de producción y comercialización, distribución de ambientes físicos, diagramas explicativos, productividad supuesta, rendimientos técnicos estimados en cuanto al personal, capacidad instalada, entre otros. Se determina los siguientes aspectos en el presente proyecto.

### 4.3.1. DIAGRAMAS DE PROCESOS

GRÁFICO N° 4.3

Proceso de producción de bocadillos



## **4.3.2. DESCRIPCIÓN PROCESOS DE PRODUCCIÓN**

### **Recepción y selección de materia prima**

Procedimiento en el cual se selecciona la materia prima de calidad de papas, habas y maíz, desechando los materiales que no estén aptos para ser procesados.

### **Lavado**

La materia prima es completamente lavada por razones higiénicas, en el caso de la haba permanecerá por 24 horas en remojo, lo que facilitará el pelado.

### **Pelado y rebanado de papas**

Las papas son peladas y rebanadas en rodajas.

### **Pelado de haba**

Proceso que después del tiempo de remojo consiste en pelar a mano y separar.

### **Fritura de papas, haba y maíz.**

Consiste en calentar la freidora en altas temperaturas con suficiente aceite en donde las papas, habas y maíz después del proceso de pelado y cortado flotarán debajo de la superficie del aceite hasta que ellos reciban suficiente tratamiento de calor.

### **Secado de papas, haba y tostado.**

Terminado el proceso de fritura los productos son colocados en un mesón en donde son expuestos al aire libre para su proceso de secado.

## Mezclado de haba y tostado

La panela es expuesta a altas temperaturas hasta cambiar de estado sólido a líquido para luego ser mezclado con el tostado, habas y esencias.

## Condimentado

Concluido el proceso de sacado en las papas se esparce sal en todo el producto.

## Empaquetado y Almacenado

Después de los procesos de producción los productos serán empacados en porciones de 50 gr. luego almacenados quedando listos para el consumo humano.

### 4.3.3. INVERSIONES REQUERIDAS

Los cuadros de datos que a continuación se detallan, presentan las Inversiones en activos necesarios para el montaje de la microempresa de bocadillos.

### 4.3.4. INVERSIÓN FIJA

#### 4.3.4.1. Mobiliario

##### a) Mobiliario del área administrativa:

**CUADRO Nº 4.3**  
**MUEBLES ÁREA ADMINISTRATIVA**

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	TOTAL
Escritorios	2	120,00	240
Sillas de espera	4	20,00	80
Sillas ejecutivas	2	50,00	100
Archivadores	1	130,00	130

FUENTE: Almacén SIMACOM  
ELABORACION: Las Autoras.

**b) Mobiliario área de Producción:**

**CUADRO Nº 4.4  
MUEBLES ÁREA DE PRODUCCIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	TOTAL
Sillas plásticas	3	8,00	24,00
Mesas	2	90,00	180,00
Mesón de trabajo	1	150,00	150,00

FUENTE: Almacén CONFORT  
ELABORACION: Las Autoras.

**c) Mobiliario área de ventas**

**CUADRO Nº 4.5  
MUEBLES AREA DE VENTAS**

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	TOTAL
Escritorio	1	120,00	120,00
Sillas de espera	4	20,00	80,00
Sillas ejecutivas	1	50,00	50,00
Archivadores	1	130,00	130,00

FUENTE: Almacén SIMACOM  
ELABORACION: Las Autoras.

**4.3.4.2. Equipos de Oficina**

**a) Equipos de oficina área administrativa:**

**CUADRO N° 4.6**

**EQUIPOS DE OFICINA ÁREA ADMISTRATIVA**

<b>EQUIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Computador	1	650,00	650,00
Impresora	1	90,00	90,00
Teléfono-fax	1	105,00	105,00
Celular	1	80,00	80,00

FUENTE: Almacen TECHNET  
ELABORACION:Las Autoras.

**b) Equipos de oficina área de ventas:**

**CUADRO N° 4.7**

**EQUIPOS AREA DE VENTAS**

<b>EQUIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Computador	1	650,00	650,00
Impresora	1	90,00	90,00
Teléfono-fax	1	105,00	105,00
Celular	1	80,00	80,00

FUENTE: Almacen TECHNET  
ELABORACION:Las Autoras.

**4.3.4.3. Máquinas y Herramientas**

Para la determinación de maquinaria y herramientas del proyecto se realizó una investigación local en el sector.

**CUADRO Nº 4.8  
MÁQUINAS Y HERRAMIENTAS**

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	TOTAL
Freidoras	2	550,00	1100,00
Cocina Industrial	2	400,00	800,00
Empacadora	1	200,00	200,00
Mezcladora	1	500,00	500,00
Ollas	3	40,00	120,00
Pailas	3	60,00	180,00
Cucharones y paletas	6	5,00	30,00

FUENTE: Almacen METALICAS TULCAN  
ELABORACION:Las Autoras.

**4.3.4.4. Vehículo (motocicleta)**

**CUADRO Nº 4.9  
VEHÍCULO (MOTOCICLETA)**

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	TOTAL
Moto Motor 1 250R	1	2000	2000

FUENTE: Almacen CREDIMAX  
ELABORACION:Las Autoras.

**4.3.4.5. TOTAL INVERSIÓN FIJA.**

**CUADRO Nº 4.10  
TOTAL INVERSIÓN FIJA**

DETALLE	VALOR
Muebles de oficina	1284,00
Equipos de oficina	1850,00
Máquinas y herramientas	2930,00
Vehículo (moto)	2000,00
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA:</b>	<b>8064,00</b>

FUENTE: Cuadro estadístico 4.3 ; 4.4 ; 4.5 ; 4.6 ; 4.7 ; 4.8 ; 4.9  
ELABORACION:Las Autoras.

#### 4.3.5. INVERSIÓN VARIABLE (CAPITAL DE TRABAJO)

##### a) Sueldos y Remuneraciones

En el área administrativa se cuidará de poseer personal idóneo en cuanto a manejo y análisis de costos, análisis financieros, manejo de personal, manejo de marketing y comercialización. Por lo que la estructura organizativa que adoptaría sería inicialmente de una pequeña, estructurada básicamente por un gerente, contadora, vendedor y el equipo de producción compuesto por 2 obreros.

**CUADRO N° 4.11**  
**SUELDOS Y SALARIOS**

CARGO	No.	SUELDO MENSUAL
Gerente	1	450
Contado(a)	1	380
Obreros(as)	2	340
Vendedor	1	380

FUENTE: Tabla salarial MRL  
ELABORACION: Las Autoras.

##### b) Estimación de gastos en Materiales

**CUADRO N° 4.12**  
**MATERIALES PARA PRODUCIR 1 Kg. DE HABA DE DULCE**

MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Haba seca	Kg.	1
Panela	Kg.	0,5
Aceite	Lt.	0,5
Esencias	ml	0,5
Fundas	u	20
<b>TOTAL</b>		

FUENTE: [www.sinagap.agricultura.gob.ec](http://www.sinagap.agricultura.gob.ec)  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 4.13**  
**MATERIALES PARA PRODUCIR 1 Kg.**  
**DE TOSTADO DE DULCE**

MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Maíz	Kg.	1
Panela	Kg.	0,5
Aceite	Lt.	0,5
Esencias	ml	0,5
Fundas	u	20
<b>TOTAL</b>		

FUENTE: [www.sinagap.agricultura.gob.ec](http://www.sinagap.agricultura.gob.ec)  
 ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 4.14**  
**MATERIALES PARA PRODUCIR 1 Kg. DE PAPA FRITA**

MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Papa Super Chola	Kg.	1
Aceite	Lt.	0,5
Cebolla	Kg.	0,05
Sal	Kg.	0,03
Fundas	u	20
<b>TOTAL</b>		

FUENTE: [www.sinagap.agricultura.gob.ec](http://www.sinagap.agricultura.gob.ec)  
 ELABORACIÓN: Las Autoras.

**CUADRO N° 4.15**  
**RESUMEN GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN**

MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Gas	unidad	1
Luz Eléctrica	KWH	312
Agua	m3	15
<b>TOTAL</b>		

FUENTE: GAD San Pedro de Huaca  
 ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 4.16**  
**RESUMEN DE INVERSIÓN VARIABLE**

DETALLE	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
COSTOS DE PRODUCCION	60.442,09	10.073,68
GASTOS ADMINISTRATIVOS	19.375,43	3.229,24
GASTOS DE VENTA	7.904,77	1.317,46
<b>TOTAL</b>	<b>87.722,28</b>	<b>14.620,38</b>

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**4.3.6. Inversión diferida o gastos pre-operativo**

**CUADRO N° 4.17**  
**INVERSIÓN DIFERIDA**

DETALLE	VALOR
Estudio de Factibilidad	1500,00
Gastos de Constitución	450,00
Gastos de instalación	550,00
<b>TOTAL:</b>	<b>2500,00</b>

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**4.4. RESUMEN DE INVERSIONES**

**CUADRO N° 4.18**  
**RESUMEN DE INVERSIONES DEL PROYECTO**

CONCEPTO	VALOR	%
Inversión Fija	8064,00	32,02
Inv. Variable (Capital de trab.)	14.620,38	58,05
Inversión Diferida	2500,00	9,93
<b>TOTAL:</b>	<b>25184,38</b>	<b>100,00</b>

FUENTE: Cuadros Estadísticos N° 4.10, N° 4.16, N° 4.17  
ELABORACIÓN: Las Autoras

#### 4.5. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Del total de la inversión requerida para el presente proyecto, aproximadamente un 55,49% será financiada a través de un préstamo, valor que corresponde a la inversión fija y diferida. En tanto que el restante 44,51% será proveniente de recursos propios, valor que corresponde al capital de trabajo.

**CUADRO N° 4.19  
INVERSIONES DEL PROYECTO Y SU FINANCIAMIENTO**

CONCEPTO	VALOR	%
Recursos Propios	14.620,38	58,05
Préstamo bancario	10564,00	41,95
<b>TOTAL</b>	<b>25.184,38</b>	<b>100,00</b>

FUENTE: Estudio Técnico  
ELABORACIÓN: Las Autoras

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Este capítulo presenta cifras ingresos, costos y egresos proyectados para la vida útil del proyecto; además consolidados de estados financieros, los cuales sirven para medir la rentabilidad del proyecto a través de la aplicación de diferentes herramientas financieras como: el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Costo-Beneficio, Punto de Equilibrio y el Período de Recuperación. Además respaldan y sustentan los criterios de decisión de la inversión.

#### 5.1. DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS

Para proyectar los ingresos, se realizó la debida operación de multiplicar las cantidades proyectadas de los productos a elaborar, por los respectivos precios, desde el primero al quinto año de funcionamiento; estos datos ya fueron obtenidos en el estudio de mercado y estudio técnico.

**CUADRO N° 5.1  
INGRESOS POR VENTAS PROYECTADOS  
AÑOS 2015 A 2019**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Habas de Dulce</b>						
Cantidad (unidades)		77128	86769	96410	96410	96410
Precio (unidades)		0,55	0,57	0,60	0,62	0,64
Valor		<b>42.509,00</b>	<b>49.730,75</b>	<b>57.461,12</b>	<b>59.753,81</b>	<b>62.137,99</b>
<b>Tostado de Dulce</b>						
Cantidad (unidades)		57433	64612	71791	71791	71791
Precio (unidades)		0,54	0,56	0,58	0,61	0,63
Valor		<b>31.056,70</b>	<b>36.332,84</b>	<b>41.980,58</b>	<b>43.655,60</b>	<b>45.397,46</b>
<b>Papas Fritas</b>						
Cantidad (unidades)		39509	44448	49386	49386	49386
Precio (unidades)		0,57	0,59	0,62	0,64	0,67
Valor		<b>22.596,97</b>	<b>26.435,91</b>	<b>30.545,23</b>	<b>31.763,98</b>	<b>33.031,37</b>
<b>TOTAL</b>		<b>96.162,67</b>	<b>112.499,50</b>	<b>129.986,92</b>	<b>135.173,40</b>	<b>140.566,82</b>

FUENTE: Estudio de Mercado 3.28 y Estudio Técnico 4.2

ELABORACIÓN: Las Autoras.

## 5.2. DETERMINACION DE EGRESOS

En esta sección se estimaron los costos de producción, gastos administrativos, gastos de venta Depreciaciones y gastos financieros necesarios para que el proyecto entre en operación.

### 5.2.1. Costos de producción

Según estas relaciones comprobadas de utilización de materias primas y materiales indirectos, se procede a proyectar los costos para los cinco años. Se estima que los precios de dichos materiales crecerán en los siguientes años a un ritmo de 3,99 %, que corresponde al índice promedio de inflación de los cinco últimos años en el país.

**CUADRO Nº 5.2**  
**EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE INFLACIÓN**

AÑOS	%
2009	3,57
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,94
2013	2,7
<b>PROMEDIO</b>	<b>3,99</b>

FUENTE: Banco Central del Ecuador.  
ELABORACIÓN: Las Autoras

#### a) Materia Prima Directa

A continuación se detallan los factures técnicos estimados para determinar la materia prima a utilizarse en la elaboración de habas de dulce, tostado de dulce y papas fritas.

**CUADRO Nº 5.3**  
**COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA PROYECTADO**  
**HABAS DE DULCE**

<b>AÑOS RUBROS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Haba seca</b>						
Cantidad (en qq)	90	94	97	101	105	109
Precio (en qq)	79,99	83,18	86,50	89,95	93,54	97,28
<b>Valor</b>	<b>7.194,52</b>	<b>7.780,10</b>	<b>8.413,34</b>	<b>9.098,12</b>	<b>9.838,63</b>	<b>10.639,42</b>
<b>Panela</b>						
Cantidad (en qq)	90	94	97	101	105	109
Precio (en qq)	16,82	17,49	18,19	18,91	19,67	20,45
<b>Valor</b>	<b>1.512,48</b>	<b>1.635,59</b>	<b>1.768,71</b>	<b>1.912,67</b>	<b>2.068,35</b>	<b>2.236,70</b>
<b>Aceite</b>						
Cantidad (en lt)	4088	4251	4421	4597	4780	4971
Precio (en lt)	0,97	1,00	1,04	1,09	1,13	1,17
<b>Valor</b>	<b>3.944,72</b>	<b>4.265,79</b>	<b>4.612,99</b>	<b>4.988,46</b>	<b>5.394,48</b>	<b>5.833,54</b>
<b>Ecencia</b>						
Cantidad (en ml)	2044	2125	2210	2298	2390	2486
Precio (en ml)	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
<b>Valor</b>	<b>40,88</b>	<b>44,21</b>	<b>47,80</b>	<b>51,69</b>	<b>55,90</b>	<b>60,45</b>
<b>Fundas</b>						
Cantidad (en qq)	81756	85018	88410	91938	95606	99421
Precio (en qq)	0,10	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
<b>Valor</b>	<b>8175,59</b>	<b>8841,02</b>	<b>9560,61</b>	<b>10338,77</b>	<b>11180,26</b>	<b>12090,24</b>
<b>TOTAL</b>	<b>20.868,20</b>	<b>22.566,71</b>	<b>24.403,46</b>	<b>26.389,70</b>	<b>28.537,62</b>	<b>30.860,35</b>

FUENTE: Cuadro estadístico 3.25; 4.12

ELABORACIÓN: Las Autoras.

**CUADRO Nº 5.4**  
**COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA PROYECTADO**  
**TOSTADO DE DULCE**

<b>AÑOS RUBROS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Maiz</b>						
Cantidad (en qq)	67	70	72	75	78	81
Precio (en qq)	77,27	80,35	83,55	86,89	90,35	93,96
<b>Valor</b>	<b>5174,70</b>	<b>5595,88</b>	<b>6051,34</b>	<b>6543,87</b>	<b>7076,49</b>	<b>7652,46</b>
<b>Panela</b>						
Cantidad (en qq)	67	70	72	75	78	81
Precio (en qq)	16,82	17,49	18,19	18,91	19,67	20,45
<b>Valor</b>	<b>1.126,26</b>	<b>1.217,93</b>	<b>1.317,06</b>	<b>1.424,25</b>	<b>1.540,18</b>	<b>1.665,53</b>
<b>Aceite</b>						
Cantidad (en lt)	3.044	3.165	3.292	3.423	3.560	3.702
Precio (en lt)	0,97	1,00	1,04	1,09	1,13	1,17
<b>Valor</b>	<b>2.937,40</b>	<b>3.176,48</b>	<b>3.435,02</b>	<b>3.714,61</b>	<b>4.016,95</b>	<b>4.343,89</b>
<b>Ecencia</b>						
Cantidad (en ml)	1.522	1.583	1.646	1.712	1.780	1.851
Precio (en ml)	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
<b>Valor</b>	<b>30,44</b>	<b>32,92</b>	<b>35,60</b>	<b>38,49</b>	<b>41,63</b>	<b>45,01</b>
<b>Fundas</b>						
Cantidad (en qq)	60879	63308	65834	68461	71192	74033
Precio (en qq)	0,10	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
<b>Valor</b>	<b>6087,88</b>	<b>6583,39</b>	<b>7119,22</b>	<b>7698,67</b>	<b>8325,28</b>	<b>9002,89</b>
<b>TOTAL</b>	<b>15356,68</b>	<b>16606,59</b>	<b>17958,24</b>	<b>19419,89</b>	<b>21000,52</b>	<b>22709,79</b>

FUENTE: Cuadro estadístico 3.25; 4.13  
 ELABORACIÓN: Las Autoras.

**CUADRO N° 5.5**  
**COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA PROYECTADO**  
**PAPAS FRITAS**

<b>AÑOS RUBROS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Papa</b>						
Cantidad (en qq)	46	48	50	52	54	56
Precio (en qq)	20,41	21,23	22,07	22,95	23,87	24,82
<b>Valor</b>	<b>940,42</b>	<b>1016,97</b>	<b>1099,74</b>	<b>1189,25</b>	<b>1286,04</b>	<b>1390,72</b>
<b>Sal</b>						
Cantidad (en kg)	63	65	68	71	73	76
Precio (en kg)	1,50	1,56	1,62	1,69	1,75	1,82
<b>Valor</b>	<b>94,23</b>	<b>101,90</b>	<b>110,19</b>	<b>119,16</b>	<b>128,86</b>	<b>139,35</b>
<b>Cebolla</b>						
Cantidad (en kg)	105	109	113	118	122	127
Precio (en kg)	1,50	1,56	1,62	1,69	1,75	1,82
<b>Valor</b>	<b>157,05</b>	<b>169,83</b>	<b>183,65</b>	<b>198,60</b>	<b>214,77</b>	<b>232,25</b>
<b>Aceite</b>						
Cantidad (en lt)	2094	2178	2264	2355	2449	2546
Precio (en lt)	0,97	1,00	1,04	1,09	1,13	1,17
<b>Valor</b>	<b>2.020,69</b>	<b>2.185,16</b>	<b>2.363,01</b>	<b>2.555,34</b>	<b>2.763,32</b>	<b>2.988,24</b>
<b>Fundas</b>						
Cantidad (en qq)	41880	43551	45288	47095	48974	50928
Precio (en qq)	0,10	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
<b>Valor</b>	<b>4.187,95</b>	<b>4.528,82</b>	<b>4.897,43</b>	<b>5.296,04</b>	<b>5.727,10</b>	<b>6.193,24</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7.400,34</b>	<b>8.002,67</b>	<b>8.654,02</b>	<b>9.358,39</b>	<b>10.120,09</b>	<b>10.943,78</b>

FUENTE: Cuadro estadístico 3.25; 4.14

ELABORACIÓN: Las Autoras.

b) Mano de Obra Directa

**CUADRO Nº 5.6  
EVOLUCIÓN DEL SALARIO BÁSICO**

AÑO	SBU	VAR. %
2007	170	
2008	200	17,65
2009	218	9,00
2010	240	10,09
2011	264	10,00
2012	292	10,61
2013	318	8,90
2014	340	6,92
<b>VAR. %</b>		<b>10,45</b>

FUENTE: Ministerio de Relaciones laborales.  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

**CUADRO Nº 5.7  
PROYECCIÓN S.B.U.**

AÑOS PERSONAL	2014	2015	2016	2017	2018	2019
2 Obreros	340	376	415	458	506	559

FUENTE: Cuadro estadístico 5.6.  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

**CUADRO Nº 5.8  
COSTO MANO DE OBRA DIRECTA PROYECTADA**

Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldo Básico Unificado	8.160,00	9.012,72	9.954,55	10.994,80	12.143,76	13.412,78
Aporte Patronal	991,44	1.095,05	1.209,48	1.335,87	1.475,47	1.629,65
Fondos de Reserva		751,06	829,55	916,23	1.011,98	1.117,73
Décimo Tercer Sueldo	680,00	751,06	829,55	916,23	1.011,98	1.117,73
Décimo Cuarto Sueldo	680	751	830	916	1.012	1.118
<b>Mano de Obra Directa</b>	<b>10.511,44</b>	<b>12.360,95</b>	<b>13.652,66</b>	<b>15.079,37</b>	<b>16.655,16</b>	<b>18.395,63</b>

FUENTE: Cuadro estadístico 5.7  
ELABORACIÓN: Las Autoras

### c) GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN PROYECTADOS

**CUADRO Nº 5.9**  
**GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑOS</b>					
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Gas</b>						
Cantidad (unidad)	203	211	220	228	237	247
Precio (unidad)	2,50	2,60	2,70	2,81	2,92	3,04
<b>Valor</b>	<b>507,47</b>	<b>548,77</b>	<b>593,43</b>	<b>641,73</b>	<b>693,97</b>	<b>750,45</b>
<b>Luz Electrica</b>						
Cantidad (KWH)	3744	3893	4049	4210	4378	4553
Precio (KWH)	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10
<b>Valor</b>	<b>299,52</b>	<b>323,90</b>	<b>350,26</b>	<b>378,77</b>	<b>409,60</b>	<b>442,94</b>
<b>Agua</b>						
Cantidad (m3)	180	187	195	202	210	219
Precio (m3)	0,17	0,17	0,18	0,19	0,20	0,20
<b>Valor</b>	<b>30,06</b>	<b>32,51</b>	<b>35,15</b>	<b>38,01</b>	<b>41,11</b>	<b>44,45</b>
<b>TOTAL</b>	<b>837,05</b>	<b>905,17</b>	<b>978,85</b>	<b>1.058,52</b>	<b>1.144,67</b>	<b>1.237,84</b>

FUENTE: Cuadro estadístico 3.25; 4.15

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO Nº 5.10**  
**RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Materia Prima y Materiales Indirectos	47.175,97	51.015,72	55.167,99	59.658,22	64.513,93
Mano de Obra Directa	12.360,95	13.652,66	15.079,37	16.655,16	18.395,63
GGF	905,17	978,85	1.058,52	1.144,67	1.237,84
<b>Total</b>	<b>60.442,09</b>	<b>65.647,23</b>	<b>71.305,88</b>	<b>77.458,06</b>	<b>84.147,39</b>

FUENTE: Cuadros Estadísticos Nº 5.3; 5.4 ; 5.5 ; 5.8 y 5.9

ELABORACIÓN: Las Autoras.

#### 5.2.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos representan a los sueldos y beneficios sociales del personal administrativo y todos aquellos valores que se

necesitan para que el área administrativa opere de la mejor manera. Se considera un 3% de imprevistos.

### 5.2.2.1. Sueldos al Personal Administrativo

**CUADRO Nº 5.11**  
**PROYECCIÓN S.B.U.**

AÑOS PERSONAL	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gerente	450	497	549	606	670	740
Contador	380	420	464	512	566	625

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborables.  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO Nº 5.12**  
**REMUNERACIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO**

Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldo Básico Unificado	9960,00	11000,82	12150,41	13420,12	14822,53	16371,48
Aporte Patronal	1210,14	1336,60	1476,27	1630,54	1800,94	1989,13
Fondos de Reserva		916,74	1012,53	1118,34	1235,21	1364,29
Décimo Tercer Sueldo	830,00	916,74	1012,53	1118,34	1235,21	1364,29
Décimo Cuarto Sueldo	680	751	830	916	1012	1118
<b>Salario Administrativo</b>	<b>12680,14</b>	<b>14921,95</b>	<b>16481,29</b>	<b>18203,59</b>	<b>20105,86</b>	<b>22206,93</b>

FUENTE: Cuadro estadístico 5.11.  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

**CUADRO Nº 5.13**  
**ARRIENDO**

INMUEBLE	VALOR MES	VALOR ANUAL
Arriendo del local	200	2.400,00
<b>TOTAL:</b>	<b>200</b>	<b>2.400,00</b>

FUENTE: Estudio Técnico  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

**CUADRO Nº 5.14**  
**SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA**

Detalle:	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Suministros de oficina	150,00	155,99	162,21	168,68	175,41	182,41
Materiales de limpieza	130,80	136,02	141,45	147,09	152,96	159,06
<b>TOTAL:</b>	<b>280,80</b>	<b>292,00</b>	<b>303,65</b>	<b>315,77</b>	<b>328,37</b>	<b>341,47</b>

FUENTE: Estudio Técnico  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO Nº 5.15**  
**GASTO EN SERVICIOS BÁSICOS**

Detalle:	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Servicios Básicos	516,00	536,59	558,00	580,26	603,41	627,49

FUENTE: Estudio Técnico  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO Nº 5.16**  
**TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS**

Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Remuneraciones	12680,14	14921,95	16481,29	18203,59	20105,86	22206,93
Arriendo	2400,00	2495,76	2595,34	2698,89	2806,58	2918,56
Suministros de oficina	280,80	292,00	303,65	315,77	328,37	341,47
Servicios básicos	516,00	536,59	558,00	580,26	603,41	627,49
Movilización	240,00	249,58	259,53	269,89	280,66	291,86
<b>Subtotal</b>	<b>16116,94</b>	<b>18495,88</b>	<b>20197,82</b>	<b>22068,41</b>	<b>24124,89</b>	<b>26386,31</b>
(+) Imprevistos 3%	483,51	554,88	605,93	662,05	723,75	791,59
<b>Gasto Administración</b>	<b>16600,45</b>	<b>19050,75</b>	<b>20803,76</b>	<b>22730,46</b>	<b>24848,63</b>	<b>27177,90</b>

FUENTE: Cuadro Estadístico 5.12; 5.13; 5.14; 5.15  
LABORACIÓN: Las Autoras.

La vida útil de un equipo de computación es de 3 años; por lo que en el año 2018 deberá adquirirse nuevos equipos.

### 5.2.3. GASTOS DE VENTA

Los Gastos de Venta están conformados por los sueldos y beneficios sociales de la persona que atenderá el local comercial y demás gastos relacionados con la venta de los productos “Bocadillos Carchenses”

#### 5.2.3.1. Sueldo al Personal de Ventas

**CUADRO Nº 5.17  
S.B.U. PROYECTADO**

AÑOS PERSONAL	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Vendedor	380	420	464	512	566	625

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborables.  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO Nº 5.18  
SUELDO BÁSICO UNIFICADO VENDEDOR**

Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldo Básico Unificado	4560,00	5036,52	5562,84	6144,15	6786,22	7495,38
Aporte Patronal	554,04	611,94	675,88	746,51	824,53	910,69
Fondos de Reserva		419,71	463,57	512,01	565,52	624,61
Décimo Tercer Sueldo	380,00	419,71	463,57	512,01	565,52	624,61
Décimo Cuarto Sueldo	340	376	415	458	506	559
<b>Salario Ventas</b>	<b>5834,04</b>	<b>6863,41</b>	<b>7580,63</b>	<b>8372,81</b>	<b>9247,77</b>	<b>10214,16</b>

FUENTE: Cuadro estadístico 5.17  
ELABORACIÓN: Las Autoras.

**CUADRO N° 5.19**  
**PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS**

Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Remuneraciones	5834,04	6863,41	7580,63	8372,81	9247,77	10214,16
Promoción y Publicidad	300,00	311,97	324,42	337,36	350,82	364,82
Combustible y manten. Vehículo	480,00	499,15	519,07	539,78	561,32	583,71
<b>Subtotal</b>	<b>6614,04</b>	<b>7674,53</b>	<b>8424,12</b>	<b>9249,95</b>	<b>10159,91</b>	<b>11162,69</b>
(+) 3% Imprevistos	198,42	230,24	252,72	277,50	304,80	334,88
<b>Gasto Ventas</b>	<b>6812,46</b>	<b>7904,77</b>	<b>8676,84</b>	<b>9527,45</b>	<b>10464,70</b>	<b>11497,57</b>

FUENTE: Cuadro estadístico 5.18 y Estudio Técnico  
ELABORACIÓN: Las Autoras

Los costos de publicidad y movilización tienen un incremento anual del 3,99% según la tasa inflacionaria promedio. Se incluye un 3% de imprevistos.

### 5.3. GASTOS FINANCIEROS

Para la ejecución del proyecto se obtendrá un crédito, en la Corporación Financiera Nacional a un plazo de 5 años, con una tasa de interés del 11%.

Capital	<b>10.564,00</b>	
Banco	CFN	
Plazo	5	años
Tasa de interés	11%	0,11
Comisión	<b>0</b>	
Pagos por año		

**CUADRO N° 5.20**  
**TABLA DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO**

No.	VALOR PRESENTE	INTERESES 0,11	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
0	0	0	0	10564,00
1	2858,30	1162,04	1696,26	8867,74
2	2858,30	975,45	1882,85	6984,88
3	2858,30	768,34	2089,97	4894,91
4	2858,30	538,44	2319,86	2575,05
5	2858,30	283,26	2575,05	0,00
<b>TOTAL:</b>	<b>14291,52</b>	<b>3727,52</b>	<b>10564,00</b>	

FUENTE: Estudio Técnico  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 5.21**  
**FLUJO DE PAGOS DE PRÉSTAMO**

Concepto	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Interés	1.162,04	975,45	768,34	538,44	283,26	3.727,52
Amort. De capital	1696,26	1882,85	2089,97	2319,86	2575,05	10564,00

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 5.20  
ELABORACIÓN: Las Autoras

#### 5.4. DEPRECIACIONES

Con información del estudio técnico se determinan las siguientes depreciaciones para cada departamento.

**CUADRO Nº 5.22**  
**GASTO DEPRECIACIÓN ÁREA DE PRODUCCIÓN**

Descripción	Deprec. %	Valor a Deprec.	Deprec. Anual
Equipo y Maquinaria	0,1	2.930	293,00
Moviliario	0,1	354	35,40
		3.284	<b>328,40</b>

FUENTE: Estudio Técnico  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO Nº 5.23**  
**GASTO DEPRECIACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA**

Descripción	Deprec. %	Valor a Deprec.	Deprec. Anual
Muebles de Oficina	0,1	550,00	55,00
Equipo de cómputo	0,33	925,00	305,25
		1475,00	<b>360,25</b>

FUENTE: Estudio Técnico  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO Nº 5.23**  
**DEPRECIACIÓN AREA DE VENTAS**

Descripción	Deprec. %	Valor a Deprec.	Deprec. Anual
Muebles de oficina	0,1	380,00	38,00
Computadora	0,33	925,00	305,25
Deprec. Ventas		1305,00	<b>343,25</b>

FUENTE: Estudio Técnico  
ELABORACIÓN: Las Autoras

El equipo de computación que se utilizará para el área de ventas tiene una vida útil de 3 años; lo que significa que para el año 2018 se adquirirá un nuevo equipo.

**CUADRO Nº 5.24  
DEPRECIACIÓN ANUAL**

Descripción	Deprec. Anual
Área de producción	328,40
Área Administrativa	360,25
Área Ventas	343,25
<b>TOTAL</b>	<b>1.031,90</b>

FUENTE: Cuadro estadístico 5.21; 5.22; 5.23  
ELABORACIÓN: Las Autoras

#### 5.5. RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS

**CUADRO Nº 5.25  
RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS**

AÑOS RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gasto Administrativo	16600,45	19050,75	20803,76	22730,46	24848,63	27177,90
Gasto de Ventas	6812,46	7904,77	8676,84	9527,45	10464,70	11497,57
Depreciaciones		1031,90	1031,90	1031,90	1031,90	1031,90
Gasto financiero		1.162,04	975,45	768,34	538,44	283,26
<b>Total</b>	<b>23412,91</b>	<b>29149,46</b>	<b>31487,95</b>	<b>34058,14</b>	<b>36883,68</b>	<b>39990,63</b>

FUENTE: Cuadros Estadísticos Nº 5.16, 5.19; 5.21 y 5.24  
ELABORACIÓN: Las Autoras

## 5.6. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El siguiente balance presenta la situación inicial que tendrá el proyecto.

**CUADRO N° 5.26**  
**MICROEMPRESA “BOCADILLOS CARCHENSES”**  
**Estado de Situación Financiera al 1° de Enero de 2015**

<b>ACTIVOS</b>	<b>VALOR PARCIAL</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>CORRIENTE</b>		
Bancos	14566,27	
<b>TOTAL REALIZABLE</b>		<b>14566,27</b>
<b>FIJO</b>		
Vehículo	2000,00	
Maquinaria y Equipo	2930,00	
Muebles y Enseres	1284,00	
Equipo de Computación	1850,00	
<b>TOTAL FIJO</b>		<b>8064,00</b>
<b>DIFERIDO</b>		
Estudios y Diseños	1500,00	
Gastos de Instalación	550,00	
Gastos de constitución	450,00	
<b>TOTAL DIFERIDO</b>		<b>2500,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>25130,27</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>		
Préstamo Bancario	10564,00	
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>10564,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Inversión Propia	14566,27	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>14566,27</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>25130,27</b>

FUENTE: Estudio Financiero  
ELABORACIÓN: Las Autoras

## 5.7. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

El Estado de Pérdidas y Ganancias, detalla los ingresos y egresos que tendrá el proyecto en cada uno de los años de vida útil. Estos datos dieron un resultado positivo en los cinco años; lo cual, es conveniente para la implantación de la Microempresa.

**CUADRO Nº 5.27**  
**MICROEMPRESA “BOCADILLOS CARCHENSES”**  
**Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado 2015 – 2019**

<b>AÑOS RUBROS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>96.162,67</b>	<b>112.499,50</b>	<b>129.986,92</b>	<b>135.173,40</b>	<b>140.566,82</b>
<b>EGRESOS</b>					
<b>(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	60.442,09	65.647,23	71.305,88	77.458,06	84.147,39
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>35.720,58</b>	<b>46.852,27</b>	<b>58.681,05</b>	<b>57.715,34</b>	<b>56.419,43</b>
<b>(-) OTROS GASTOS</b>					
Gastos Administrativos	19.050,75	20.803,76	22.730,46	24.848,63	27.177,90
Gastos de Venta	7.904,77	8.676,84	9.527,45	10.464,70	11.497,57
Gastos Financieros	1.162,04	975,45	768,34	538,44	283,26
Depreciaciones	1.031,90	1.031,90	1.031,90	1.031,90	1.031,90
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>6.571,12</b>	<b>15.364,32</b>	<b>24.622,90</b>	<b>20.831,67</b>	<b>16.428,80</b>
(-) 15% Part. de Trabajadores	985,67	2.304,65	3.693,44	3.124,75	2.464,32
<b>(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>5.585,45</b>	<b>13.059,67</b>	<b>20.929,47</b>	<b>17.706,92</b>	<b>13.964,48</b>
(-) Impuesto a la Renta	1.284,65	2.873,13	4.604,48	3.895,52	3.072,19
<b>(=) SUPERÁVIT O DÉFICIT</b>	<b>4.300,80</b>	<b>10.186,55</b>	<b>16.324,99</b>	<b>13.811,39</b>	<b>10.892,30</b>

FUENTE: Estudio Financiero  
 ELABORACIÓN: Las Autoras

## 5.8. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

**CUADRO Nº 5.28**  
**MICROEMPRESA “BOCADILLOS CARCHENSES”**  
**Estado de Flujo de efectivo Proyectado 2015 – 2019**

<b>AÑOS RUBROS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Inversion	25130,27					
Utilidad Operacional		6571,12	15364,32	24622,90	20831,67	16428,80
(+) Depreciaciones		1031,90	1031,90	1031,90	1031,90	1031,90
(+) Amortización Activo Diferido		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
(-) Reinversión de Activos					1480,00	
(-) 15% Participación de trabajadores		985,67	2304,65	3693,44	3124,75	2464,32
(-) Impuesto a la Renta		1284,65	2873,13	4604,48	3895,52	3072,19
(+) Recuperación Venta de Activos						5032,10
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>25130,27</b>					
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>		<b>5832,70</b>	<b>11718,45</b>	<b>17856,89</b>	<b>13863,29</b>	<b>17456,30</b>

FUENTE: Estudio Financiero  
 ELABORACIÓN: Las Autoras

## 5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.9.1. Determinación del Costo de Oportunidad

Para determinar la tasa de redescuento se realiza la siguiente operación:

**CUADRO Nº 5.29**  
**CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO**

<b>RUBROS</b>	<b>Estructura</b>	<b>% de Composición</b>	<b>Tasa de Rendimiento</b>	<b>Valor Ponderado</b>
Inversión Financiada	10564,00	42,04%	11,00%	4,62%
Inversión Propia	14566,27	57,96%	5,00%	2,90%
<b>Total Inversión</b>	<b>25130,27</b>	<b>100,00%</b>		<b>7,52%</b>

FUENTE: Estudio Financiero  
 ELABORACIÓN: Las Autoras

Donde:

**CK = Costo de Oportunidad del capital** 7,52%  
**I= Inflación** 3,99%

$$i=(1+CK)(1+I)-1$$

$$i=(1+0,0845)(1+0,0399)-1$$

**i=** **0,1181**

**Tasa de rendimiento medio** **11,81%**

### 5.9.2. Valor Actual Neto (VAN)

En base a los flujos de caja se obtiene el valor presente aplicando la tasa de redescuento del 11.81%. Este indicador genera el criterio de si es o no factible realizar el proyecto. Si el VAN es mayor o igual a cero el proyecto es factible de llevarlo a cabo, caso contrario se rechaza.

**CUADRO Nº 5.30  
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO**

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (11.81%)	Flujos Actualizados Netos
0	25130,27		
1	5832,70	1,1181	<b>5216,50</b>
2	11718,45	1,2502	<b>9373,25</b>
3	17856,89	1,3979	<b>12774,28</b>
4	13863,29	1,5630	<b>8869,67</b>
5	17456,30	1,7476	<b>9988,57</b>
<b>∑ FNA</b>			<b>46222,27</b>

FUENTE: Estudio Financiero  
 ELABORACIÓN: Las Autoras

$$VAN = \sum FNA - Inversión$$

$$VAN = 46222,27 - 25130,27$$

$$VAN = \mathbf{21092,00}$$

El Valor Actual Neto es mayor a cero; por lo que, se puede afirmar la rentabilidad del negocio durante los 5 años. Entonces, al invertir \$ 25130,27 dólares en 5 años se obtendrá \$ **46222,27** dólares más la inversión realizada.

### 5.9.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

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

**CUADRO Nº 5.31  
CÁLCULO DEL VAN CON TASA INFERIOR**

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (11,81%)	Flujos Netos Actualizados
0	25130,27		
1	5832,70	1,1181	<b>5216,50</b>
2	11718,45	1,25020025	<b>9373,25</b>
3	17856,89	1,39787833	<b>12774,28</b>
4	13863,29	1,56300066	<b>8869,67</b>
5	17456,30	1,74762783	<b>9988,57</b>
<b>ΣFNA</b>			<b>46222,27</b>
<b>VAN TASA INFERIOR</b>			<b>21092,00</b>

FUENTE: Estudio Financiero  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO Nº 5.32  
CÁLCULO DEL VAN CON TASA SUPERIOR**

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO (33.5%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	25130,27		
1	5832,70	1,370	<b>4257,44</b>
2	11718,45	1,87690	<b>6243,51</b>
3	17856,89	2,57135	<b>6944,55</b>
4	13863,29	3,52275	<b>3935,36</b>
5	17456,30	4,82617	<b>3617,01</b>
<b>ΣFNA</b>			<b>24997,87</b>
<b>VAN TASA SUPERIOR</b>			<b>-132,40</b>

FUENTE: Estudio Financiero  
ELABORACIÓN: Las Autoras

ITERPOLACIÓN:

Tasa Inferior	11,81
Tasa Superior	37,00
VAN Tasa Inferior	21092,00
VAN Tasa Superior	-132,40

$$TIR = Tasa Inferior + \frac{(Tasa Superior - Tasa Inferior)(VAN Tasa Inferior)}{VAN Tasa Inferior - VAN Tasa Superior}$$

**TIR: 33 %**

La tasa interna de retorno es de 33% mayor que la tasa del Costo de Oportunidad, confirmando la factibilidad del proyecto.

#### 5.9.4. Relación Costo - Beneficio

Este método refleja el retorno de los ingresos en relación a los egresos, este cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\sum \text{FNE Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

<b>Costo - Beneficio =</b>	<table border="1"><tr><td>46222,27</td></tr><tr><td>25130,27</td></tr></table>	46222,27	25130,27
46222,27			
25130,27			
<b>C/B</b>	<table border="1"><tr><td><b>1,84</b></td></tr></table>	<b>1,84</b>	
<b>1,84</b>			

El Costo- Beneficio es mayor que uno; por lo tanto, se puede señalar que el proyecto es aceptable. Entonces, por cada dólar invertido, se recupera \$1.84 dólares o también, por cada dólar se obtiene un superávit de \$0,25 centavos de dólar.

### 5.9.5. Relación Ingresos- Egresos

**CUADRO N° 5.33  
INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS**

Años	Ingresos	Egresos	Tasa de Redescuento (11,81%)	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
2015	96162,67	89591,55	1,11812	86003,61	80126,70
2016	112499,50	97135,18	1,25020	89985,19	77695,70
2017	129986,92	105364,02	1,39788	92988,73	75374,24
2018	135173,40	114341,74	1,56300	86483,27	73155,27
2019	140566,82	124138,02	1,74763	80432,93	71032,30
<b>∑ Ingresos y Egresos Actualizados</b>				<b>435893,72</b>	<b>377384,21</b>

FUENTE: Estudio Financiero  
ELABORACIÓN: Las Autoras

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

Ingresos / Egresos=	De los 5 años			
	Ingresos	Egresos	UTILIDAD	Inversión
	435893,72	377384,21	55516,02	25130,27
<b>Y/E=</b>	<b>1,16</b>		<b>RELACION B/INV.</b>	<b>2,21</b>

El 1,16 que resultó de la relación Ingresos y Egresos; quiere decir, que por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de \$ 1,16 o también, que por cada dólar se obtiene un superávit de 0,16 dólares respecto al gasto.

### 5.9.6. Punto de Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se determinará costos fijos y costos variables. Se tomará el precio de venta promedio, al por mayor en los tres primeros años y en los dos años restantes el precio de venta al por menor de los diferentes productos; debido a que las ventas al consumidor final aumentarán.

**CUADRO Nº 5.34**  
**COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES**

<b>AÑOS RUBROS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Habas de dulce	28.444,76	30.886,50	33.540,20	36.424,50	39.559,69
Tostado de dulce	20.983,63	22.785,77	24.744,44	26.873,41	29.187,68
Papas fritas	11.013,70	11.974,96	13.021,24	14.160,15	15.400,03
<b>TOTAL</b>	<b>60.442,09</b>	<b>65.647,23</b>	<b>71.305,88</b>	<b>77.458,06</b>	<b>84.147,39</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Habas de dulce	12.915,76	13.951,91	15.090,73	16.342,69	17.719,34
Tostado de dulce	9.617,60	10.389,16	11.237,18	12.169,44	13.194,54
Papas fritas	6.616,10	7.146,88	7.730,24	8.371,55	9.076,74
<b>TOTAL</b>	<b>29.149,46</b>	<b>31.487,95</b>	<b>34.058,14</b>	<b>36.883,68</b>	<b>39.990,63</b>

FUENTE: Estudio Financiero  
ELABORACIÓN: Las Autoras

Fórmula Punto de Equilibrio en Dólares.

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{Vtas}\right)}$$

$$PEu = \frac{PE\$}{PVu}$$

**CUADRO N° 5.35**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO - HABAS DE DULCE**

<b>AÑOS RUBROS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Ventas	42.509,00	49.730,75	57.461,12	59.753,81	62.137,99
Precio Unitario	0,55	0,57	0,60	0,62	0,64
Costos Fijos	12.915,76	13.951,91	15.090,73	16.342,69	17.719,34
Costos Variables	28.444,76	30.886,50	33.540,20	36.424,50	39.559,69
PE\$	39037,71	36819,66	36249,87	41858,83	48765,59
PEu	70830	64242	60821	67537	75662

FUENTE: Estudio Financiero  
ELABORACION: Las Autoras

**CUADRO N° 5.36**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO - TOSTADO DE DULCE**

<b>AÑOS RUBROS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Ventas	31.056,70	36.332,84	41.980,58	43.655,60	45.397,46
Precio Unitario	0,54	0,56	0,58	0,61	0,63
Costos Fijos	9.617,60	10.389,16	11.237,18	12.169,44	13.194,54
Costos Variables	20.983,63	22.785,77	24.744,44	26.873,41	29.187,68
PE\$	29652,42	27863,43	27369,43	31656,42	36952,91
PEu	54836	49551	46804	52059	58437

FUENTE: Estudio Financiero  
ELABORACION: Las Autoras

**CUADRO Nº 5.37**

**PUNTO DE EQUILIBRIO - PAPAS FRITAS**

<b>AÑOS RUBROS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Ventas	22.596,97	26.435,91	30.545,23	31.763,98	33.031,37
Precio Unitario	0,57	0,59	0,62	0,64	0,67
Costos Fijos	6.616,10	7.146,88	7.730,24	8.371,55	9.076,74
Costos Variables	11.013,70	11.974,96	13.021,24	14.160,15	15.400,03
PE\$	12906,89	13065,13	13474,20	15105,45	17004,79
PEu	22567	21967	21785	23486	25424

FUENTE: Estudio Financiero  
ELABORACIÓN: Las Autoras

**5.9.7. Período de Recuperación de la Inversión**

Para determinar el tiempo de recuperación de la inversión se plantea el siguiente cálculo:

**CUADRO Nº 5.38**

**PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

<b>AÑO</b>	<b>Flujo de Efectivo Actualizado</b>	<b>Flujos Netos Acumulados</b>	<b>periodo</b>
0	25130,27		
1	5216,50	5216,50	
2	9373,25	14589,76	2
3	12774,28	27364,04	
4	8869,67	36233,70	
5	9988,57	<b>46222,27</b>	
	<b>46222,27</b>		

FUENTE: Estudio Económico - Financiero  
ELABORACIÓN: Las Autoras

Su cálculo es:

CÁLCULO TIEMPO DE RECUPERACION DE LA INVERSION:

Suma flujos netos	46222	5	Años
Total de inversión	25.130,27	X	

2,72

2 años, 4 mes, 18 día

La inversión inicial que se realizará en la microempresa, se recuperará en 2 años, 4 meses, 18 días; es decir el negocio es rentable.

### 5.9.8. Resumen de Indicadores

CUADRO N° 5.39

#### RESUMEN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Indicador	Detalle	CONCLUSIÓN
VAN	21.092,00	Viable
TIR	33,00	Rentable
COSTO-BENEFICIO	1,84	Viable
RELACIÓN INGRESOS - EGRESOS	1,16	Viable
RELACIÓN UTILIDAD - INVERSIÓN	2,21	Viable
PUNTO DE EQUILIBRIO DÓLARES	81.597,02	Viable
PUNTO DE EQUILIBRIO U.PROD.DIA.HABAS	281	Viable
PUNTO DE EQUILIBRIO U. PROD.DIA. TOSTADO	218	Viable
PUNTO DE EQUILIBRIO U. PROD.DIA. PAPA	90	Viable
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	2 años, 4 mes, 18 día	Factible

FUENTE: Estudio Económico - Financiero

ELABORACIÓN: Las Autoras

## CAPÍTULO VI

### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

#### 6.1. DENOMINACIÓN, NATURALEZA Y CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA

##### 6.1.1. Nombre

Con el fin de ubicar el nombre más adecuado para la microempresa, se realizó una valoración entre cuatro posibles denominaciones, a través de seis indicadores, obteniendo mayor puntaje el de “Bocadillos Carchenses”

#### CUADRO N° 6.1

#### GENERACIÓN Y EVALUACIÓN DE IDEAS PARA EL NOMBRE DE LA EMPRESA

N°	NOMBRE	DESCRIPTIVO	ORIGINAL	ATRACTIVO	CLARO	SIGNIFICATIVO	AGRADABLE	TOTAL
1	Bocadillos Carchenses	4	4	4	4	4	4	24
2	Dulces Carchenses	3	2	3	3	3	3	17
3	Crocantito	3	2	2	3	3	3	16
4	Nutridulces	4	3	3	3	2	2	17

Tomando en cuenta el barrio o sector donde operará la nueva microempresa, la denominación queda de la siguiente manera:

**“BOCADILLOS CARCHENSES SAN FRANCISCO”**

### 6.1.2. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La microempresa, estará ubicada en la ciudad de Huaca; capital de la Provincia del cantón Huaca.

La ciudad de Huaca se encuentra a tan solo 40 minutos de la frontera con Colombia y a 30 minutos de Tulcán.

### 6.1.3. Logotipo



### 6.1.4. Perfil de la Empresa

La creación de la microempresa “*BOCADILLOS CARCHENSES SAN FRANCISCO*”, está enfocada en la elaboración y comercialización de bocadillos: tostado de dulce, habas de dulce y papas fritas.

### 6.1.5. Tipo de empresa

“*BOCADILLOS CARCHENSES SAN FRANCISCO*” será una microempresa manufacturera, perteneciente al sector industrial alimenticio, enfocada a la fabricación de bocadillos o piqueos, tomando en cuenta que elaborará tostado de dulce, habas de dulce y papas fritas, que según el estudio de mercado son los productos más apetecidos por la gente.

### 6.1.6. Constitución Legal de la microempresa

“BOCADILLOS CARCHENSES SAN FRANCISCO”, es una **Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada**, debido a que va a ser constituida por una sola persona.

PASOS DE CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA
ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN
MINUTA ABOGADO
INSCRIPCIÓN SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
AFILIACIÓN CAMARA DE COMERCIO
CAMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA
MARGINACIÓN DE ESCRITURA
REGISTRO DE ESCRITURA INSCRIPCIÓN

#### 6.1.6.1. Obtención del RUC

- ✓ Original y copia de la cedula vigente.
- ✓ Original del certificado de votación.
- ✓ Planilla de Servicios Básicos actualizada.
- ✓ Estado de cuenta bancario, tarjeta de crédito o telefonía celular.
- ✓ Factura por el servicio de televisión pagada o de internet.
- ✓ Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección del contribuyente.
- ✓ Contrato de arrendamiento.

#### 6.1.6.2. Patente Municipal

- ✓ Copia de la cedula vigente.
- ✓ Copia del certificado de votación.
- ✓ Copia de planilla de Servicios Básicos actualizada.

- ✓ Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica.

#### **6.1.6.3. Permisos de funcionamiento Ministerio de Salud**

- ✓ Copia del registro único del contribuyente (RUC).
- ✓ Copia de la cedula de identidad y copia del certificado de votación. del propietario del establecimiento
- ✓ Permiso del cuerpo de bomberos.
- ✓ Copia del certificado de salud conferido por el Centro de Salud del MSP.
- ✓ Pago de tasa.

#### **6.1.6.4. Trámites en el IESS**

Posteriormente se da a conocer los requisitos que debe cumplir el empleador para la afiliación pertinente al Instituto de Seguridad Social.

#### **6.1.6.5. Requisitos del Empleador**

- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de cedula vigente.
- ✓ Copia del certificado de votación.
- ✓ Copia de Planilla de servicios Básicos actualizada.

Una vez que el patrono haya abierto el historial laboral de su actividad económica en el IESS, es obligación del mismo afiliar a sus trabajadores desde el primer día que empiezan a desempeñar las funciones laborales a ellos encomendadas.

#### **6.1.6.6. Requisitos para la afiliación de los trabajadores**

- ✓ Copia de la cedula vigente.
- ✓ Copia del certificado de votación.

- ✓ Algún tipo de documento donde se identifique la dirección y el teléfono del trabajador.

Requisitos que son indispensables para el funcionamiento de la actividad económica según lo dispone la ley, sin que se efectuara ningún impedimento de labor de la misma.

## **6.2. ELEMENTOS ADMINISTRATIVOS ESTRATÉGICOS**

### **6.2.1. Misión**

La microempresa BOCADILLOS CARCHENSES SAN FRANCISCO se dedicará a la producción y comercialización de habas y tostado de dulce y papas fritas, brindando a sus clientes productos de excelente calidad, con un alto contenido en nutrientes, aportando efectivamente a la salud y bienestar de los consumidores.

### **6.2.2. Visión**

Para el año 2019, la Empresa BOCADILLOS CARCHENSES SAN FRANCISCO, estará posicionada en el mercado local y provincial, logrando satisfacer las necesidades alimenticias con productos sanos y nutritivos, con rangos de alta calidad, personal idóneo y trabajo en equipo.

### **6.2.3. Objetivos**

La microempresa se ha planteado los siguientes objetivos, ya que de estos depende su rápido y buen desarrollo:

### **6.2.3.1. Objetivo General:**

Posesionarse en el mercado a nivel nacional con la innovación de nuevos productos cumpliendo los estándares de calidad para contribuir al desarrollo socio económico generando fuentes de trabajo y rentabilidad a la empresa.

### **6.2.3.2. Objetivos específicos:**

- Producir semanalmente la cantidad y variedad de los productos para satisfacer las necesidades del consumidor en base a pedidos.
- Ofrecer productos a precios económicos sin disminuir la calidad y generar rentabilidad a la microempresa.
- Innovar la presentación de los productos
- Planear con responsabilidad y anticipación todas las actividades a realizar en la microempresa.
- Mantener en orden todos los recursos en la microempresa, ya sea el de personal, materia prima, maquinaria y materiales.
- Hacer una evaluación a la microempresa para verificar el cumplimiento de los objetivos propuestos.
- Ofrecer una nueva alternativa de consumo en el mercado, posicionando el producto como saludable, nutritivo y de fácil preparación, contenido en un envase práctico biodegradable e higiénico siendo económicamente alcanzable para todos los grupos socioeconómicos.
- Elevar cada año la productividad, optimizando la utilización de recursos y tecnologías disponibles, sin excesivos costos adicionales para llegar a ubicarse dentro de los productos más vendidos en el mediano plazo en el Territorio Provincial.

- Analizar al mercado al que se va a ofertar el producto, para conocer sus expectativas, requerimientos y exigencias acerca de bocadillos y con esto la factibilidad en la negociación.
- Generar empleo a personas de la zona donde va a estar ubicada la microempresa, para aportar al desarrollo cantonal y provincial.
- Capacitar constantemente a la fuerza laboral, para estar a la vanguardia con tecnología, nuevos métodos y procesos comerciales, para un desarrollo y crecimiento acelerado de “BOCADILLOS CARCHENSES SAN FRANCISCO”.
- Realizar investigaciones continuas que permitan el ingreso a nuevos mercados.

#### **6.2.4. Políticas generales**

- El uso de ropa adecuada: gorros, mascarillas para la elaboración de los diferentes productos.
- Para el ingreso de nuevos empleados solicitar exámenes médicos. A los proveedores de la materia prima e insumos se les cancela contra entrega.
- Los insumos y materiales para la elaboración de los productos se adquieren de acuerdo a la capacidad de producción.
- Dar al conocer al cliente: propiedades, nutrientes y beneficios, de los bocadillos aportando en su salud, para incrementar el interés y consumo del mismo.
- Capacitar constantemente al personal, para brindar al cliente una atención de calidad y personalizada.

- Optimizar costos de los bocadillos, mediante la compra de insumos en grandes cantidades a proveedores cumplidos.
- Abastecer al mercado de destino.

## 6.2.5. Principios y valores

### 6.2.5.1. Principios

- **La responsabilidad:** Será uno de los principios más importantes de la microempresa, ya que mediante esta se cumplirá la puntualidad en la producción, entrega de pedidos y pago de cuentas.
- **Mejoramiento continuo:** Tanto en procesos como en el producto a fin de que vaya acorde con la actualidad según las necesidades y exigencias del mercado.
- **Una buena atención al cliente:** En todas sus interrogantes, crear una alternativa ágil para la solución de problemas o quejas, permitirá obtener una buena relación con los clientes.
- **Eficiencia en las actividades:** A desarrollarse en todas las áreas de la empresa, mediante un trabajo conjunto y con buena comunicación a fin de obtener un trabajo y producto de calidad.
- **Cuidar la imagen de la empresa:** Con un buen desempeño de labores, cumplimiento de obligaciones, respetando políticas y valores, con transparencia en el desarrollo de las mismas.

### 6.2.5.2. Valores

- **Honestidad.** - Honestidad en las negociaciones con clientes y proveedores de materias primas e insumos.

- **Responsabilidad.-** Asumir las consecuencias de las decisiones tomadas, responsabilidad en los despachos a los clientes, entregando a tiempo un producto de calidad.
- **Equidad.-** Al interior de la empresa se fomentará la equidad como base para una relación armoniosa entre todos y se considera indispensable la cooperación para sacar adelante todos los procesos operativos.
- **Transparencia.-** Implica asumir y nunca evadir responsabilidades y llamar las cosas por su nombre; es ponerse en evidencia ante sí mismo y ante los demás con sus propios actos, es ser éticos y congruentes con los principios de vida y de realidad.
- **Ética:** Los trabajadores deberán trabajar con eficiencia, con un trato respetuoso para sus compañeros como para los clientes, desempeñando sus funciones con rectitud y disciplina.
- **Cooperación:** Es importante la ayuda y compañerismo dentro de la empresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en conjunto.
- **Calidad:** En el desempeño administrativo, organizacional y de producción ya que esto se reflejará en el producto y en la satisfacción del cliente.

### 6.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 6.3.1. Niveles Jerárquicos

La Estructura Orgánica está conformada por los siguientes niveles administrativos:

- Nivel Directivo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Operativo

**Nivel Directivo.-** El nivel directivo está compuesta por el Gerente – Propietario, quien representa la máxima autoridad siendo el responsable de la planificación, normativa y toma de decisiones de la microempresa.

**Nivel Ejecutivo.-** Este nivel ejecutivo está comprendido por las secciones de contabilidad y de ventas, mismos que trabajarán conjuntamente para dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las actividades a realizar, en vista de lograr los objetivos planteados.

**Nivel Operativo.-** Nivel que lo integra la sección de producción, la cual es la responsable de la producción y actividades acordes de este, garantizándose la calidad de los productos. A este nivel corresponde en realidad la responsabilidad de la ejecución directa del proyecto.

### **6.3.2. Requerimiento de Personal**

El recurso humano es muy importante para el buen desarrollo de la microempresa, por tal razón BOCADILLOS CARCHENSES SAN FRANCISCO, contará con personal profesional y con el número adecuado y oportuno para la microempresa, lo cual se detalla más adelante en el organigrama.

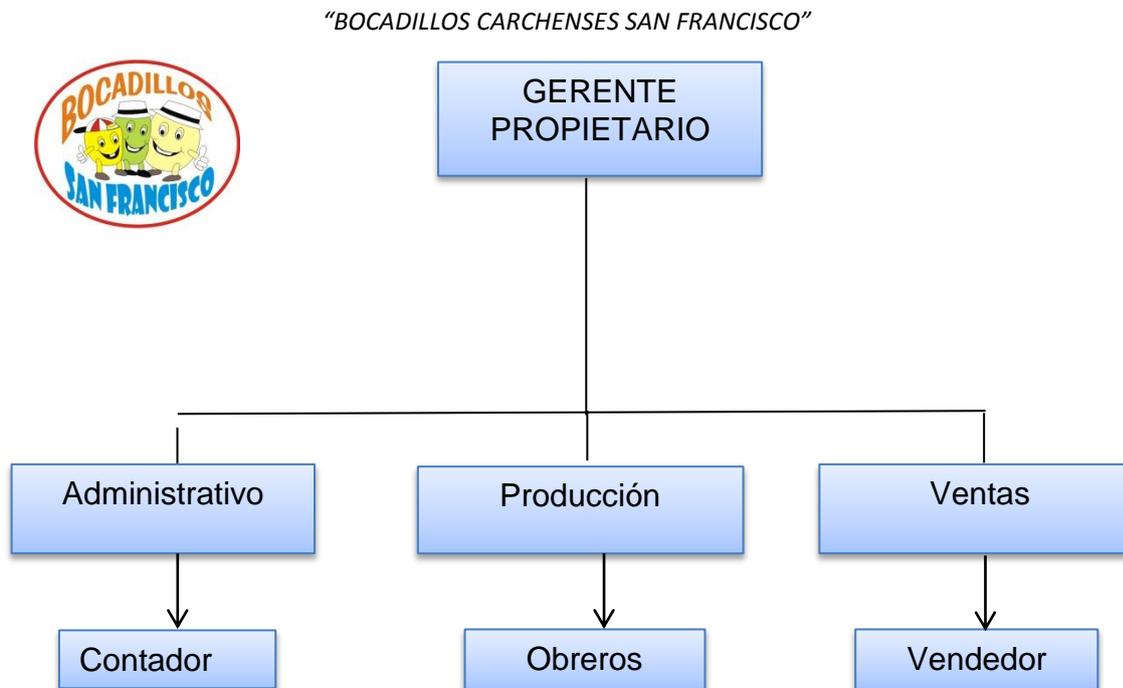
### **6.3.3. Organigrama estructural**

La estructura organizacional de una organización marca la división de las distintas actividades y requerimientos administrativos que se aplicarán con el propósito de que todas las funciones y procesos estén correctamente esquematizados.

La estructura administrativa "BOCADILLOS CARCHENSES SAN FRANCISCO", estará representada a través del organigrama estructural, el cual facilitará el conocimiento de secciones o departamentos, niveles de autoridad, líneas de mando, etc. Como se anotó anteriormente, la microempresa requerirá de poco personal en sus operaciones iniciales,

debido a las características del proyecto, puntualizando de esta manera la siguiente estructura administrativa:

#### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Esta forma de organización se basa en una gestión por procesos, siendo fundamental el fortalecimiento de la coordinación interna y un ambiente de fluidez de comunicaciones, en procura de otorgar una atención integral y de calidad a los clientes.

La microempresa iniciará, en la primera fase del proyecto, con pocos empleados y por supuesto en los departamentos más indispensables, optimizando recursos y gastos; en un futuro de estabilidad para la empresa se analizará qué personal se necesita para su crecimiento.

El personal será debidamente calificado y preparado para aportar de manera objetiva en el desarrollo de la microempresa.

Esta organización constará de cinco cargos: un directivo, dos ejecutivos y dos operativos o de planta, como se muestra en el respectivo organigrama estructural.

La selección y contratación del personal se realizará en base a un proceso simple, el cual involucra recomendación de conocidos y en caso de que no sean idóneos, se procederá a colocar avisos en medios de comunicación masivos (Radio, Prensa).

La selección de una administración competente es de crucial importancia para el éxito de la empresa, por lo anterior se deberán seleccionar a las personas que tengan las aptitudes adecuadas para operar en este tipo de proyecto, cabe destacar que el cargo de administrador puede ser desempeñado por el mismo Inversionista.

#### **6.4. ESTRUCTURA FUNCIONAL**

La Microempresa a implantarse contará con tres niveles de gestión administrativa que son: directivo, ejecutivo y operativo.

EL siguiente esquema de manual, en forma sintética, describe las funciones que debe realizar cada una de las personas que trabajarán dentro de la microempresa, con la finalidad de llevar a cabo la consecución de los objetivos y metas.

##### **6.4.1. Descripción de Unidades, funciones**

###### **GERENTE**

La microempresa estará representada por un gerente el mismo que tendrá la responsabilidad de dirigir y administrar la Microempresa, cumplir la misión, visión, valores y objetivos, en el marco de estrategias fijadas así como, los deberes y atribuciones señalados en el Estatuto de fundación de la microempresa.

NOMBRE DEL PUESTO	GERENTE
REQUISITOS DE PUESTO	Instrucción: Estudios superiores en administración de empresas, economía, contabilidad y auditoría. Capacitación en administración y gestión del talento humano. Experiencia en labores afines.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ordenar compra de materiales e insumos.</li> <li>✓ Seleccionar y contratar personal.</li> <li>✓ Programar la producción.</li> <li>✓ Ejecutar transacciones comerciales con los clientes.</li> <li>✓ Planificar, organizar dirigir, controlar y evaluar la gestión financiera, de mercado, producción y recursos humanos de la microempresa para garantizar la toma de decisiones.</li> <li>✓ Representar a la empresa ante el gobierno, la banca, el comercio y demás entidades que se requiera.</li> <li>✓ Revisar cuidadosamente las cuentas.</li> <li>✓ Responsabilizarse sobre las obligaciones fiscales que implique el funcionamiento de la microempresa.</li> <li>✓ Ejecutar las demás actividades de su cargo.</li> </ul>
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Capacidad administrativa y de gestión</li> <li>*Liderazgo y motivación</li> <li>*Habilidad para interrelacionarse con las personas</li> <li>*Responsabilidad</li> <li>*Juicio y toma de decisiones</li> <li>*Habilidad para solucionar conflictos</li> <li>*Ética moral</li> <li>*Confiabilidad</li> <li>*Honradez</li> </ul>

## CONTADOR

Se encargara de pprocesar y proveer a la Microempresa de la información financiera, contable y presupuestaria para la toma de decisiones al nivel directivo y ejecutivo, así como asegurar el cumplimiento de la normativa contable y de control interno contenidas en leyes, reglamentos y otros instrumentos expedidos por autoridad competente.

NOMBRE DEL PUESTO	CONTADOR
REQUISITOS DE PUESTO	Instrucción: Estudios superiores en Contabilidad y Auditoría. Experiencia en labores afines.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"><li>✓Recopilar toda la información financiera efectuada, que se originan en un documento legalmente constituido y aprobado.</li><li>✓Llevar un registro cantable y financiero de las operaciones efectuadas dentro y fuera de la organización, que permita observar su situación económica.</li><li>✓Emplear todos los principios, normas y leyes que sustenten el proceso contable y económico al que se sujetará la microempresa.</li><li>✓Presentar los estados financieros pertinentes en el lapso comprendido.</li></ul>
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"><li>*Responsabilidad.</li><li>*Habilidad para solucionar conflictos.</li><li>*Ética moral.</li><li>*Confiabilidad.</li><li>*Honradez.</li></ul>

## VENDEDOR

Contribuir en la venta oportuna y eficaz de los productos, en los puntos de venta y a clientes externos, para lograr plena satisfacción de las expectativas de clientes, el crecimiento en el volumen de comercialización y el cumplimiento de las normas, políticas y reglamentos.

NOMBRE DEL PUESTO	VENDEDOR
REQUISITOS DE PUESTO	Instrucción: Bachiller técnico con conocimientos en ventas. Estudios superiores iniciados. Experiencia en labores afines.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"><li>✓Garantizar la entrega del producto.</li><li>✓Llevar el control sobre las ventas realizadas y las que se han cancelado para dar un informe de actividades y novedades al gerente.</li><li>✓Identificar las razones o problemas que se susciten o puedan suscitarse que disminuyan las ventas del producto.</li><li>✓Cuidar el buen estado del vehículo</li></ul> Ejecutar la presentación y venta de nuestro producto en nuevos clientes.
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"><li>*Habilidad de interrelacionar con las personas.</li><li>*Responsabilidad.</li><li>*Paciencia.</li><li>*Ética moral.</li><li>*Confiabilidad.</li><li>*Honradez.</li></ul>

## OBREROS

Garantizar la producción artesanal, cumpliendo normas de calidad e higiene. Optimizar recursos y materiales y asegurar el volumen de productos requeridos. Deberá además, velar por el buen uso de las maquinarias e instrumental a lo largo de todo el proceso de producción.

NOMBRE DEL PUESTO	OBREROS
REQUISITOS DE PUESTO	Instrucción: Artesanos con conocimientos en elaboración de bocadillos. Experiencia en labores afines.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Elaborar en forma higiénica los productos planificados por la microempresa.</li><li>✓ Operar máquinas, equipos y herramientas, en la ejecución de las diversas operaciones que demanda la elaboración y empaquetado de los productos determinados por la microempresa.</li><li>✓ Ejecutar el empaquetado y etiquetado de las fundas plásticas con los productos elaborados, con procedimientos y técnicas señaladas.</li><li>✓ Seleccionar y preparar los materiales.</li><li>✓ Ejecutar el mantenimiento preventivo de equipos y herramientas de producción.</li><li>✓ Capacidad para resolver problemas técnicos.</li></ul>
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"><li>*Responsabilidad.</li><li>*Ética moral.</li><li>*Confiabilidad.</li><li>*Honradez.</li><li>*Puntualidad.</li></ul>

## **CAPÍTULO VII**

### **7. ANÁLISIS DE IMPACTOS**

#### **7.1. ANTECEDENTES**

El presente capítulo tiene que ver con un análisis detallado de los impactos o efectos, positivos o negativos que generará la puesta en marcha del proyecto de ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADILLOS EN BASE A FRUTOS SECOS Y LA PAPA, por parte de una microempresa a implantarse en el cantón San Pedro de Huaca, provincia del Carchi.

Se sabe que la puesta en marcha de un proyecto económico-productivo, generará reacciones o impactos que se desatan como consecuencia de los cambios que éste involucre, y que pueden presentarse en el momento de la implantación o durante el desarrollo del proyecto. A estos impactos se los debe evaluar de forma cualitativa y cuantitativamente.

La evaluación de impactos o posibles consecuencias que puede generar el proyecto, es importante para determinar la incidencia positiva o negativa del proyecto en el entorno en que se desarrollará.

#### **7.2. OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS**

De las variables metodológicas existentes para realizar el análisis de impactos, se ha escogido las que más se adapta al contexto del presente proyecto de factibilidad, además tiene la ventaja de que operativamente es de fácil desarrollo y fundamentalmente es efectiva, real y de posible interpretación. De esta forma, el método utilizado para el

análisis de impactos, consiste en determinar los ámbitos o áreas de influencia y un rango o escala de niveles de impacto.

A continuación se construye una matriz para cada ámbito con sus respectivos indicadores y se procede a asignar el nivel de impactos para cada uno de ellos, al final de lo cual se realizara la sumatoria respectiva y se divide para el número de indicadores de cada área seleccionada.

N°	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1									
2									
3									
4									
5									
	TOTAL								Σ

$$IMPACTO = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{Número de Indicadores}}$$

Bajo cada una de las matrices se realiza un análisis, en que se indicara la razón o circunstancia que conllevaron a la asignación del nivel de impacto de cada uno de los indicadores.

Para finalizar el presente análisis, se realizará una matriz global en que se ubicará los ámbitos seleccionados y el promedio obtenido en el análisis individual, determinando de esta forma, el nivel de impacto general que tiene el proyecto.

Los principales ámbitos o impactos identificados con el presente proyecto son: ECONÓMICO, SOCIAL, TECNOLÓGICO Y AMBIENTAL. Los cuales se evaluarán de acuerdo a la siguiente escala o rango:

- a) En primer lugar se ha creído conveniente establecer un rango de nivel de impacto que va desde -3 hasta 3 con la valoración de la siguiente tabla:

**TABLA 7.1**  
**TABLA DE PONDERACIÓN**

NIVEL DE IMPACTO	PONDERACIÓN
Alto Negativo	-3
Medio Negativo	-2
Bajo Negativo	-1
No hay impactos	0
Bajo Positivo	1
Medio Positivo	2
Alto Positivo	3

ELABORACIÓN: Las Autoras

- b) Se coloca en cada matriz los rangos de impactos en forma horizontal, mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que darán información a cada una de las áreas o ámbitos seleccionados anteriormente.
- c) Se asigna un nivel de impacto a cada uno de los indicadores sobre la base de la tabla del literal (a).

- d) Se determina matemáticamente el nivel de impacto de áreas o ámbitos, para lo cual se obtienen la sumatoria de los indicadores establecidos y este resultado se lo divide para el número de los indicadores.

Para el cálculo de la valoración de los impactos se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{IMPACTO} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de Indicadores}}$$

- e) Bajo cada matriz se realiza un breve análisis de indicador por indicador, en el cual se argumenta o se explica las razones por las que se asignó determinado nivel de impacto a cada indicador.
- f) Una vez realizadas las matrices de cada área o ámbito se plantea una matriz general de impactos; que, utilizando los ítems mencionados anteriormente, permiten establecer el impacto global del proyecto, lógicamente en la primera columna se sustituyen los indicadores por las áreas o ámbitos.

Dentro de la presente investigación tenemos impactos económicos, sociales, empresariales y ambientales, los mismos que se han cuantificado de la siguiente manera.

### 7.3. IMPACTO ECONÓMICO

TABLA 7.2

MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
<b>Calidad de los productos</b>							x	3
<b>Productividad</b>							x	3
<b>Competitividad</b>						x		2
<b>Optimización de recursos</b>							x	3
<b>Generación de empleo</b>						x		2
<b>Mayores ingresos económicos</b>							x	3
<b>TOTAL</b>							9	$\Sigma = 16$

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$IMPACTO ECONÓMICO = \frac{16}{6} = 2.7$$

El resultado del impacto económico tiende a ser alto positivo.

La calidad de los productos a elaborar, bajo el criterio de eficacia, se refiere a los resultados en relación con las metas y cumplimiento de los objetivos productivos y de comercialización. Para ser eficaz se deben priorizar las tareas y realizar ordenadamente aquellas que permiten alcanzarlos mejor y más rápidamente todos los procesos productivos.

La productividad de las operaciones de la microempresa, bajo el criterio de la eficiencia, es la capacidad de hacer correctamente las cosas, es

decir, lograr resultados de acuerdo a la inversión, es decir, optimizando todos los recursos disponibles.

La competitividad es un concepto que no tiene límites precisos; sin embargo, una definición operativa aplicada al presente proyecto, significa la capacidad de la microempresa a implantarse para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado local y provincial en medio de la competencia con empresas similares. La competitividad, como indicador de impacto económico-empresarial es una medida de la capacidad inmediata y futura del proyecto, para producir y vender cuyos atributos logren formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores.

El manejo adecuado de los recursos, tendiendo a la optimización en el uso de los mismos, tiene la finalidad de generar el mínimo desperdicio y ahorro de materiales, esto es aportar efectivamente al plan de producción y comercialización de la microempresa, con métodos y procedimientos productivos eficientes, lo cual producirá mayores rendimientos económicos, utilidades y recuperación efectiva de las Inversiones realizadas.

El indicador de generación de empleo, influirá positivamente en el incremento de la actividad económica, generando nuevas fuentes de trabajo proporcionando un ingreso adicional a las familias del sector, involucradas directas o indirectamente a las actividades de la microempresa.

Además, se mejoraría las condiciones de vida de la población, del sector, generaría fuentes de trabajo directa e indirecta y se mejorarían las condiciones de vida e ingresos de la gente, con ello también se está aportando al desarrollo socio-económico del sector.

## 7.4. IMPACTO SOCIAL

TABLA 7.3

MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
<b>Estabilidad laboral</b>							X	3
<b>Desarrollo Socioeconómico de la ciudad</b>						X		2
<b>Mejores oportunidades de vida</b>							X	3
<b>Clima o ambiente laboral</b>							X	3
<b>Surgimiento familiar</b>							X	3
<b>Responsabilidad social</b>							X	3
<b>TOTAL</b>						4	6	$\Sigma = 17$

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$IMPACTO SOCIAL = \frac{17}{6} = 2,8$$

El resultado del impacto social tiende a ser alto positivo.

La estabilidad laboral que se logre en la microempresa, se revertirá en la continuidad de la generación de empleo, que motivará a los trabajadores al mejorar su nivel de vida y estabilidad económica.

Con la producción y comercialización de los productos seleccionados por el proyecto, se incrementará el desarrollo socio económico de la ciudad de Huaca.

El mejoramiento de las oportunidades de vida, se logrará con la implementación de la microempresa, dinamizando las Relaciones sociales entre las amas de casa del sector.

Respecto al indicador de impacto: Clima o ambiente laboral, se puede afirmar que una organización bien estructura conlleva a obtener un ambiente laboral agradable, gracias a la determinación clara de funciones y responsabilidades. Con todos los procesos bien definidos se propiciará un mejor rendimiento individual y colectivo, en un espacio en armonía que permita que los empleados vean a la Institución como un medio para desarrollarse.

Surgimiento familiar: por tratarse de una microempresa de carácter unipersonal, se incorporarán a la gestión productiva y de comercialización todos los recursos y personas de la familia, que por el emprendimiento realizado podrán tener la expectativa de surgir a nivel económico, social y empresarial.

Responsabilidad social: tiene que ver con el compromiso de la microempresa de elaborar y comercializar productos con características naturales, sanos y alimenticios, que satisfarán los gustos y preferencias de los consumidores.

## 7.5. IMPACTO EMPRESARIAL

TABLA 7.1  
MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
<b>Gestión Administrativa-financiera</b>							X	3
<b>Cultura empresarial</b>							X	3
<b>Toma de decisiones</b>							X	3
<b>Estructura organizacional</b>						X		2
<b>Experiencia y capacitación</b>						X		2
<b>TOTAL</b>						2	9	$\Sigma = 13$

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$IMPACTO EMPRESARIAL = \frac{13}{5} = 2,6$$

El resultado del impacto social tiende a ser alto positivo.

El indicador de gestión administrativa y financiera, tiene relación con la gestión interna de la microempresa, con la puesta en marcha se podrá canalizar de mejor manera las fases administrativas de planeación, organización, dirección y control, a la vez que los recursos humanos, materiales y financieros serán utilizados de forma correcta y eficaz.

Es importante entender que con la implementación de este tipo de microempresas se puede generar e ir creando una verdadera cultura empresarial, con ello se logra mejorar las condiciones de vida del sector y de las familias involucradas en las actividades del proyecto.

La toma de decisiones, surgirá de las necesidades de gestión operativa de la microempresa, La estructura organizacional es importantísima para poder valorar el desempeño de cada una de las áreas existentes en la empresa, evitar la duplicidad de funciones y tomar las decisiones y correctivos pertinentes a tiempo.

La gestión organizacional, bajo el criterio de la efectividad, es la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos, o sea permite medir el grado de cumplimiento de los objetivos planificados. Solo aumentando la efectividad económica pueden garantizarse los recursos y medios suficientes para asegurar simultáneamente un incremento considerable del bienestar de los trabajadores y el desarrollo sucesivo de la micro-empresa.

El personal a incorporarse a las actividades de la microempresa quizá no cuenta con la suficiente experiencia en dicho campo laboral, por tanto se le debe brindar la oportunidad de capacitarse en las áreas en las que mejor se desempeñan y de esta manera se motivará para la gestión empresarial por parte de los propietarios con conocimientos técnicos para elevar la calidad de liderazgo.

## 7.6. IMPACTO AMBIENTAL

TABLA 7.5

### MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
<b>Daños al ambiente</b>				X				0
<b>Sostenibilidad ambiental</b>							X	3
<b>Buen manejo de desechos</b>							X	3
<b>Contaminación auditiva</b>				X				0
<b>TOTAL</b>						2	9	$\Sigma = 6$

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$IMPACTO EMPRESARIAL = \frac{6}{4} = 1,5$$

El resultado del impacto social tiende a ser medio positivo.

En lo que respecta a posibles daños al ambiente, se puede observar un impacto nulo, debido a que no genera daños ambientales, y por ello se sustenta el mismo, aparte de ello que al realizar los bocadillos con responsabilidad social no genera ningún impacto negativo al ambiente, así como también que cada día contribuir al mejoramiento ambiental de la zona.

El proyecto al utilizar como materias principales productos del agro (el maíz, habas y papas), se estará contribuyendo al sostenimiento

productivo del agro y sus habitantes, que podrán mejorar sus técnicas de cultivo y hacer sosteniblemente ostensible la producción.

Una adecuada forma de manejar los desechos sólidos que podría generar las actividades de producción y comercialización no se estaría afectando al ambiente.

El producto elaborado y ofertado en la microempresa será realizado de tal forma que el proceso de elaboración evite en lo posible emanar una contaminación auditiva, es decir reducir el ruido que la maquinaria ocasionaría hacia los pobladores cercanos.

## 7.7. IMPACTO GENERAL

TABLA 7.6  
MATRIZ DE IMPACTO GENERAL

INDICADOR	TOTAL
<b>IMPACTO ECONÓMICO</b>	2.7
<b>IMPACTO SOCIAL</b>	2.8
<b>IMPACTO EMPRESARIAL</b>	2.6
<b>IMPACTO AMBIENTAL</b>	1.5
TOTAL	$\Sigma = 9.6$

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$IMPACTO GENERAL = \frac{9.6}{4} = 2.4 \Rightarrow \textit{Impacto Medio Positivo}$$

Por lo expuesto, en relación a los impactos que tendría la implantación y funcionamiento de la MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADILLOS "SAN FRANCISCO", su impacto general ha resultado ser MEDIO POSITIVO, valorado con 2,4 puntos como promedio en la matriz general. El estudio de impactos da como resultado un Impacto Positivo Medio, por lo que se crea una expectativa segura de implantar el proyecto y la importancia del indicado emprendimiento económico-productivo, para beneficio de todos los involucrados y de los potenciales consumidores de los productos, generando ingresos económicos, con administración eficaz, eficiente y efectiva; en base a la normativa vigente.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Después de haber finalizado la investigación que permitió la formulación del presente proyecto de factibilidad económica, para la creación de la Microempresa de “Bocadillos Carchenses San Francisco”; se puede afirmar que, se han alcanzado los objetivos propuestos, a través del desarrollo de todas las fases del proceso investigativo que se contempla cuando de proyectos económico-productivos se trata. A continuación se exponen los principales logros y hallazgos alcanzados, en las siguientes conclusiones:

### **CONCLUSIONES:**

- ✓ De acuerdo al diagnóstico realizado sobre las distintas variables del mercado de bocadillos en la ciudad de Huaca, se concluye que en la real factibilidad de producir bocadillos o piqueos y si es posible su venta a potenciales consumidores que gustan de los productos determinados en el plan de producción de la microempresa. El proyecto tiene más aliados que oponentes y grandes oportunidades de crecer y tener éxitos económicos, aunque no se descarta de algún posible riesgo.
- ✓ Con la realización del marco teórico se ha profundizado los conocimientos de los temas principales de la presente investigación, aplicados y desarrollados a lo largo del proceso de formulación o diseño del proyecto.
- ✓ La investigación de campo realizada, permitió estudiar el mercado de productos similares a los que se destinará la microempresa y se consiguió buenos resultados con respecto a potenciales consumidores, determinándose unas 1.525 familias que gustan de

productos como habas, tostado de dulce y papas fritas; que respecto a la oferta actual de 237.420 fundas al año de bocadillos mayormente de habas de dulce, tostado de dulce y papas fritas, se logró determinar una demanda insatisfecha de 241.764 funditas de bocadillos o piqueos de habas y tostado de dulce y papas fritas.

- ✓ Del estudio técnico realizado, se desprendieron algunos indicadores importantes de ubicación, tamaño, aspectos de ingeniería e Inversiones necesarias para la implantación de la microempresa “Bocadillos Carchenses San Francisco”. La indicada microempresa estará ubicada en la ciudad de Huaca, barrio San Francisco, para funcionar en un local adecuado y que dispone de todos los servicios indispensables, cercano a los lugares de expendio al por menor. Para el año 2015, año de arranque del proyecto, se empezaría captando un 90 % de la demanda insatisfecha; esto es, con una capacidad de producción de unas 174.070 fundas de 50 gramos al año, con una inversión total en capital fijo, capital de trabajo y gastos pre operativos de \$ 25.130,27. Se cuenta con calidad de recursos humanos y un ambiente adecuado de desarrollo y crecimiento de la microempresa.
  
- ✓ Se elaboró el estudio económico financiero, en base a la información del estudio de mercado y estudio técnico, donde se estimaron los ingresos, costos, gastos y proformas de estados financieros de situación inicial, de resultados, flujo de caja y costo de oportunidad. Con esta valiosa información se procedió a realizar la evaluación financiera, con el fin de determinar la factibilidad económica del proyecto de microempresa, dando los siguientes resultados favorables para concretar el proyecto de emprendimiento: VAN de \$ 21.092, una TIR de 33%, Relación costo/beneficio de \$ 1.84, punto de equilibrio de 148.233 fundas de

los productos al año y un PRI de 2 año, 4 meses, 18 días. Indicadores de evaluación financiera que demuestran la viabilidad de mercado, la sustentabilidad técnica y la factibilidad económica del proyecto.

- ✓ Se ha analizado los principales impactos que generaría la puesta en marcha y funcionamiento de la microempresa; económicos, sociales, empresariales y ambientales; en los cuales se destaca lo factible que será la creación de la microempresa, debido a las consecuencias positivas como son la generación de empleo, experiencia y capacitación de personal, competitividad, productividad, mejoramiento de ingresos familiares, etc. Factores importantes que aportan significativamente al desarrollo socio-económico del sector y la región.

## **RECOMENDACIONES:**

El proceso de formulación del proyecto permitió analizar cuidadosamente cada uno de los objetivos específicos, contenidos en cada uno de los capítulos elaborados, destacando información valiosa que debe ser tomada en consideración para decidir realizar la inversión, de las estimaciones financieras se puede afirmar que el proyecto es rentable; por lo que se formulan las siguientes recomendaciones para la correcta implantación del presente proyecto.

- ✓ Las microempresa de bocadillos carchenses SAN FRANCISCO, al cabo de los cinco años iniciales de operación debería pensar en la ampliación de producción a productos como: habas de sal, tostado de sal y maní preparado, con la incorporación de nuevas tecnologías, para así crecer, presentar productos de calidad y

satisfacer las expectativas de los consumidores, tanto del Cantón Huaca, así como a nivel provincial y porque no para exportar.

- ✓ Es importante el análisis de cada aspecto principal del marco teórico, ya que es más palpable la situación del proyecto y nos prepara de forma innata para la defensa del mismo.
- ✓ Hacer de la Investigación de Mercado una política permanente, ya que de esta manera se podrá obtener información sobre los cambios de mercado, gustos y preferencias, así como la dinámica de la competencia. La investigación de nuevos mercados, es importante para el desarrollo comercial del sector manufacturero, para hacer factible una negociación con beneficio recíproco de esta actividad.
- ✓ Para un mejor posicionamiento de la microempresa en el mercado se cree conveniente aprovechar todos los beneficios y apoyo Estatal, ahora impulsados la política del cambio de la matriz productiva, así alcanzar el sustento financiero que permita tener los suficientes recursos de capital para invertir en el mejoramiento empresarial.
- ✓ El desarrollo y adecuación constante de la estructura organizacional y funcional, permitirá trabajar con altos niveles de eficiencia y eficacia, lo que influirá a futuro de un alto porcentaje de utilidades.
- ✓ La realización de proyectos deben aportar al bien común de la nación, es decir no solo con fines de lucro personales, sino también brindando apoyo y soporte a los que necesitan, ser como un motor de crecimiento y desarrollo del país.

- ✓ Según el análisis de impactos realizado, es recomendable reforzar y ampliar los aspectos positivos que tendría el proyecto, al igual que se considera al máximo atenuar los impactos negativos que podrían producir efectos nocivos para el medio ambiente.
  
- ✓ Por tales razones, las perspectivas de desarrollo para el presente proyecto son buenas, quedando las posibilidades futuras de expansión de operaciones de la planta a otros segmentos del mercado.

## BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA, Alberto, “Breve Historia Económica del Ecuador”, Corporación Editora Nacional, Quito – 2001;
- BALLESTEROS ROMÁN, Alfonso J. Comercio Exterior: Teoría y Práctica. 2005
- BURBANO GARCÍA, Gonzalo. Diccionario de Términos Usuales en el Comercio Exterior Ecuatoriano. 1995
- CORPEI, “Como exportar?”, Quito – 2008
- CORPEI, “Como investigar Mercados de Exportación”, Quito – 2006
- CORPEI, “Guía para exportar a Chile”, Quito – 2004
- CORPEI, “Manual Costos de Exportación”, Quito – 2007
- CORPEI, “Nuevos productos de Exportación”, Serie Cultura Exportadora Tomo IV,
- ESTRADA, Patricio, “Exportar es el reto”, Quito – 2006;
- KINNEAR, Tomas; TAYLOR, James; “Investigación de Mercados”, McGraw-Hill – 1998;
- KRUGMAN, Paul, “Economía Internacional, Teoría y Política”, McGraw-Hill – 1999;
- LASO, Isidro – IGLESIAS, Marta. Internet Colaborativo: Nuevos Modelos de Negocio. 2002
- LIDON CAMPILLO, Jesús J., Conceptos Básicos de la Economía. 1998
- PONCE LEIVA, XAVIER, “Comercio Exterior: alternativas para Ecuador”, Abya- Yala, Quito – 2005;
- RIVERA CAMINO, Jaime. Dirección de Marketing: Fundamentos y Aplicaciones. 2007
- TAMAMES, Ramón, “Estructura Económica Internacional”, Alianza Editorial, Madrid -1999;
- Estadísticas Banco Central del Ecuador

# *ANEXOS*

**ENTREVISTA APLICADA AL PRODUCTOR DE BOCADILLOS EN EL  
CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA.**

EMPRESA: .....

NOMBRE: .....

CARGO: .....

FECHA: .....

1. ¿Cuál es la ubicación exacta de su negocio?

.....

2. ¿Qué productos dispone para la venta?

.....

3. ¿Tiene experiencia en comercialización?

.....

4. ¿Cuál es la figura legal de su negocio?

.....

5. ¿Cuál es el área de la infraestructura física y qué tipo de  
maquinaria dispone?

.....

6. ¿Cuántos socios tienen su negocio?

.....

7. ¿Cuántos empleados tiene su negocio?

.....

8. ¿Posee un programa de capacitación para sus trabajadores?

.....

**GRACIAS**

