



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

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA
EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE MERMELADA DE BABACO EN LA COMUNIDAD DE
CHILCAPAMBA DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE
IMBABURA.**

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

AUTORA:

ALENCASTRO PÁEZ ANGÉLICA ANDREA

DIRECTOR:

ING. MARCELO VALLEJOS

**IBARRA,
MAYO DEL 2014**

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto tiene como principal objetivo la creación de una pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de mermelada de babaco en la comunidad de Chilcapamba del cantón Cotacachi, para lo cual se realizó el respectivo análisis de todos los factores que intervienen en esta investigación. Inmediatamente después de conocer la situación actual se procedió a desarrollar el estudio de mercado en el cual se analizó las condiciones y niveles de producción y comercialización de mermelada; así como también el comportamiento de la demanda, oferta, precios y políticas de venta de la misma, para llevar adelante el estudio también es importante tener en claro las conceptualizaciones de los asuntos que abordan este tema los que permitirán contar con un criterio sólido de los mismos. Conocidos los resultados y sabiendo que estos son positivos se procedió a determinar la macrolocalización y microlocalización así como el tamaño y la ingeniería del proyecto de esta manera se hizo el respectivo presupuesto de las inversiones que se requerirán. Seguidamente éstas fueron evaluadas y comparadas con los ingresos mediante un análisis financiero el que permitió observar la viabilidad del proyecto. Posteriormente se procedió a determinar la organización en la que se detallan las diferentes áreas que existirán dentro de la empresa según los niveles jerárquicos que se visibilizan en el organigrama estructural así también se detallan las funciones de cada individuo que conformarán esta empresa administrativa. Como punto final se hace un análisis tanto de aspectos sociales, económicos, educativos y ambientales para poder determinar los impactos que tiene este proyecto. Con la estructura antes mencionada y con todos los pasos aplicados de manera efectiva se justifica la elaboración de este estudio de factibilidad así como también se justifica la necesidad de emprender el mismo.

SUMMARY

The Project's main objective is the creation of a small company dedicated to the development and commercialization of jam babaco in the community of Chilcapamba in conducted. Immediately after the current situation we proceed to develop the market studies in which the conditions and levels of production and marketing of jam was analyzed; as well as the behavior of the demand, supply, sales prices and policies to continue the study is also important to understand the conceptualizations of the issues addressed this project which allow us to have a strong judgment of this project.

Know results and knowing that these are positive proceeded to determine the Macro Trace and microlocalization as well the size and project engineering thus became the budget, investments that will be required. Then were evaluated and compared with revenues through a financial analysis that allowed us to observe the viability to the jam babaco project. Then we proceeded to determine the organization in which the different areas that will exist within the company are listed according to the hierchical levels that become visible in structural organizational well as the functions of each individual that will make this management company are detailed. And finally an analysis of both social, economic, educational and environmental aspects is done to determine the impacts that have this project. Whit the above structure and with all steps applied effective development of feasibility study is warranted and the need to undertake the same is also justified.

DECLARACIÓN

Yo, Angélica Andrea Alencastro Páez ,portadora de la cédula de ciudadanía número 1003112966, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito , portador de la cédula de ciudadanía número 1002959979, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA DE BABACO EN LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”** es de mi autoría que no ha sido previamente presentado para ningún grado de ni calificación profesional y que consultado e investigado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento



ANGÉLICA ANDREA ALENCASTRO PÁEZ

C.I 1003112966.

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la estudiante, Angélica Andrea Alencastro Páez, para optar por el Título de Ingeniera Comercial, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA DE BABACO EN LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”** Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



Ing. Marcelo Vallejos

DIRECTOR DE TESIS

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

Yo **ANGÉLICA ANDREA ALENCASTRO PÁEZ** con cédula de ciudadanía N° **1003112966** manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA DE BABACO EN LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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



ANGÉLICA ANDREA ALENCASTRO PÁEZ

C.I 1002959979

En la ciudad de Ibarra, 26 de Febrero de 2015



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
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003112966		
APELLIDOS Y NOMBRES:	ANGÉLICA ANDREA ALENCASTRO PÁEZ		
DIRECCIÓN:	Chilcapamba – vía antigua a la laguna de Cuicocha		
EMAIL:	Angelica7531@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062916484	TELÉFONO MÓVIL:	0959503388
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA DE BABACO EN LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”		
AUTOR (ES):	ANGÉLICA ANDREA ALENCASTRO PÁEZ		
FECHA: AAAAMMDD	2014-05-23		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA COMERCIAL		
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Marcelo Vallejos		

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Angélica Andrea Alencastro Páez con cédula de ciudadanía N° 1003112966 en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

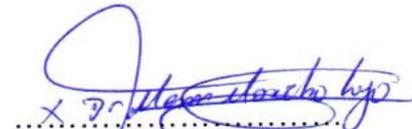
En la ciudad de Ibarra el 26 de febrero de 2015.

LA AUTORA:



.....
Angélica Andrea Alencastro
1003112966

ACEPTACIÓN:



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

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Dedico este proyecto al creador de todas las cosas quien con su sabiduría e inmenso amor supo guiarme por el buen camino y darme fuerzas cuando estuve a punto de caer, por eso con toda mi humildad se lo dedico en primera instancia a mi Dios todo poderoso.

De igual manera dedico este proyecto a mi padre Miguel Alencastro, a mi madre Blanca Páez quienes me han formado con buenos hábitos, valores y sentimientos; también a mis hermanas en especial a mi hermana Fátima quien aún no comprende todo esto por su corta edad pero me da fuerzas para seguir adelante con el solo hecho de existir.

Angélica Alencastro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a toda mi familia por su, cariño, comprensión, preocupación y constante e incondicional apoyo.

También a todos y cada uno de mis maestros quienes me compartieron todos sus conocimientos con gran paciencia durante toda mi etapa estudiantil, en especial al Ingeniero Marcelo Vallejos director del proyecto, por su incondicional apoyo en el desarrollo del presente trabajo.

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas que supo acogerme durante mi etapa estudiantil, que de cierta manera hicieron posible que este proyecto se finalice

Angélica Alencastro

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA DE BABACO EN LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, fue desarrollado bajo la modalidad de proyecto productivo. A continuación se expone una síntesis de lo tratado en cada capítulo:

En el primer capítulo se desarrolla el diagnóstico situacional y contiene los antecedentes históricos, geográficos, climáticos, demográficos, económicos, sociales, la matriz AOR, con el propósito de conocer la situación actual y los elementos favorables para la ejecución del proyecto.

El segundo capítulo presenta el marco teórico mismo que está enmarcado en la recopilación de la información bibliográfica, relativa a conceptos básicos que respalden teórica y científicamente la investigación del proyecto.

En el tercer capítulo se hace mención al estudio de mercado, determinando la oferta y demanda de mermelada de babaco, precios y competencia de los productos, estudio que fue sustentado con encuestas, entrevistas y fichas de observación.

En el cuarto capítulo se realizó un estudio técnico y hace referencia a la ubicación de la planta, capacidad de producción, materia prima, flujograma del proceso productivo, detalle de maquinarias y equipos que se emplearán en la producción y en general los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

El quinto capítulo se refiere al estudio económico realizado, aquí están los ingresos y egresos, balances y evaluadores financieros para saber si el proyecto es factible o no.

En el capítulo seis se detalla la estructuración de la pequeña empresa.

En el capítulo siete se detallan los impactos que se generarán en el proyecto en el entorno, las conclusiones y recomendaciones que surgen del proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO.....	II
SUMMARY.....	III
DECLARACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	¡Error! Marcador no definido.
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
PRESENTACIÓN.....	XI
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	XIII
ÍNDICE DE CUADROS	XXI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXIV
INTRODUCCIÓN	XXV
JUSTIFICACIÓN.....	XXVI
OBJETIVOS DEL PROYECTO	XXVII

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

ANTECEDENTES.....	29
Aspectos geográficos.....	29
Aspectos climáticos.....	29
Aspectos demográficos	30
Aspectos económicos.....	30
Aspectos sociales	30
OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS.....	31
Objetivo General	31
Objetivos específicos.....	31
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	33
MECÁNICA OPERATIVA	35

Identificación de la población	35
Técnicas e instrumentos	35
Información primaria	35
Información secundaria	36
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	37
Entrevista aplicada a productores de babaco	37
Información bibliográfica	39
MATRIZ AOR.....	45
DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN	47

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

MERMELADA	48
Historia de la mermelada	49
Definición de mermelada	49
COMPONENTES DE LA MERMELADA	49
Fruta.....	49
Azúcar.....	50
Ácido Cítrico.....	50
Pectina.....	50
Conservantes.....	50
EL BABACO.....	50
Beneficios del babaco	51
Diversidad genética del babaco	51
PROCESO DE ELABORACIÓN DE MERMELADA	52
Recepción y Selección	52
Pesado.....	52
Lavado.....	52
Pelado.....	52
Pulpeado.....	52
Cocción de la fruta y Envasado	52
Enfriado.....	53
Etiquetado y Almacenado	53
Conservantes.....	53
ESTUDIO DE MERCADO	53
Mercadotecnia	54

Mercado.....	54
Producto.....	54
Publicidad.....	55
Precio.....	55
Fijación de precios.....	55
Demanda.....	55
Oferta.....	56
Comercialización	56
ESTUDIO TÉCNICO	56
Tamaño del proyecto	57
Localización.....	57
Macrolocalización	
.....	
...57	
Microlocalización.....	57
Ingeniería del proyecto	58
ESTUDIO FINANCIERO	58
Capital de trabajo	58
Ingresos.....	58
Egresos.....	59
Costos.....	59
Costos de producción.....	59
Materia prima	60
Mano de obra.....	60
Gastos Generales de Fabricación	60
GASTOS.....	60
Gastos Administrativos	60
Gastos Financieros	61
Estados Financieros.....	61
Balance general.....	61
Flujo de caja.....	61
INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	62
Valor actual neto	62
Tasa interna de retorno	62
Costo beneficio.....	62
Periodos de recuperación de la inversión	62

Punto de equilibrio.....	63
LA PEQUEÑA EMPRESA.....	63
La Importancia de la Pequeña Empresa	63
Características de la pequeña empresa	63
Ventajas.....	64
Desventajas.....	64
CONSTITUCIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA	65
RUC.....	65
Requisitos legales para el funcionamiento	65
Trámites Municipales	65
Permisos de funcionamiento sanitarios.....	65
ESTRUCTURA LEGAL	66
Persona Jurídica66	
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	66
Planificación.....	67
Organización.....	67
Dirección.....	67
Control.....	68
Organigrama estructural	68
IMPACTOS	68

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

PRESENTACIÓN	70
OBJETIVOS	70
Objetivo general.....	70
Objetivos específicos.....	70
MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO	71
MECÁNICA OPERATIVA	73
Identificación de la población	73
CALCULO DE LA MUESTRA	73
Información primaria	76
ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN	77
Encuesta dirigida a gerentes y propietarios de los diferentes supermercados, comisariatos y tiendas de la ciudad de Cotacachi	77
Entrevista dirigida a la Ing. Verónica Acosta gerente de Sumak Mikuy.	87

IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	90
Características físicas	90
Características estructurales	90
Presentación del producto	92
SEGMENTO DE MERCADO	92
DEMANDA	92
Proyección de la demanda	93
OFERTA.....	94
Proyección de la oferta	95
PRECIOS.....	96
PROYECCIÓN DEL PRECIO	96
COMERCIALIZACIÓN	97
Producto.....	97
Precio.....	97
Plaza.....	98
Promoción.....	98

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

LOCALIZACIÓN	99
Macrolocalización	99
Microlocalización	99
Diseño de Instalaciones.....	101
TAMAÑO DEL PROYECTO.....	103
Capacidad instalada	103
La demanda.....	104
Disponibilidad de materia prima.....	104
Disponibilidad de tecnología	104
Financiamiento.....	104
INGENIERÍA DEL PROYECTO	104
Proceso productivo de mermelada de Babaco	105
PRESUPUESTO TÉCNICO	107
Inversión Fija	
.....	
....107	
Terreno.....	107

Infraestructura civil	108
Maquinaria y Equipo de producción	108
Muebles y Enseres.....	109
Equipos de cómputo	110
Equipo de oficina.....	110
Vehículo.....	110
Resumen de la inversión fija	111
COSTOS DE PRODUCCIÓN	111
Materia prima directa	111
Mano de Obra Directa.....	112
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	112
GASTOS ADMINISTRATIVOS	114
Sueldos Administrativos.....	114
Gastos de constitución	114
Suministros de oficina	114
Gastos de ventas.....	115
Sueldo de ventas.....	115
Gastos publicidad	
.....	
.116	
CAPITAL DE TRABAJO	116

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

DETERMINACIÓN DE INGRESOS	119
DETERMINACIÓN DE EGRESOS	119
Costos de producción.....	119
GASTOS ADMINISTRATIVOS	123
GASTOS DE VENTAS	124
GASTOS FINANCIEROS	125
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS	126
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL	127
PROYECCIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS	128
FLUJO DE EFECTIVO	129
COSTO DE RECUPERACIÓN	130
CÁLCULO DE LA TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	131

CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	131
CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	132
RELACIÓN COSTO BENEFICIO	133
PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	134
PUNTO DE EQUILIBRIO	134

CAPÍTULO VI

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

ESTABLECIMIENTO DE LA PEQUEÑA EMPRESA	136
IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	136
MISIÓN.....	136
VISIÓN.....	137
ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA	137
Valores de la Organización	138
Políticas.....	138
FUNCIONES Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	139
Gerencia General	139
Jefe de Comercialización	140
Jefe de Producción	141
Contador.....	142
Bodeguero.....	144
Obrero.....	146
CONFORMACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA PEQUEÑA EMPRESA	147
Nombre de la Pequeña Empresa.....	147
Marco Legal.....	148
Documentación de la Pequeña empresa	148

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

IMPACTOS	151
DETERMINACIÓN DE LA ZONA DE INFLUENCIA	151
Impacto Social	151
Fuentes de Trabajo.....	151
Mejora de la calidad de vida	152
Contribución al Desarrollo Socio-Económico de la comunidad	152
IMPACTO ECONÓMICO	152

Rentabilidad del proyecto	152
Costo de producción	153
EMPRESARIAL.....	153
Generación de conocimientos	153
Investigación.....	153
IMPACTO AMBIENTAL.....	154
Contaminación del aire	154
Contaminación del suelo.....	154
CONCLUSIONES.....	155
RECOMENDACIONES.....	156
Bibliografía.....	157
Lincografía:	158
ANEXOS.....	160

ÍNDICE DE CUADROS

<i>CUADRO N° 1 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE COTACACHI.....</i>	<i>39</i>
<i>CUADRO N° 2 PARROQUIAS URBANAS DEL CANTÓN COTACACHI</i>	<i>40</i>
<i>CUADRO N° 3 PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN COTACACHI.....</i>	<i>40</i>
<i>CUADRO N° 4 COMUNIDADES DE LA PARROQUIA SAN FRANCISCO... </i>	<i>41</i>
<i>CUADRO N° 5 PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DE IMBABURA</i>	<i>42</i>
<i>CUADRO N° 6 PRODUCTORES DE BABACO DE LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA</i>	<i>44</i>
<i>CUADRO N° 7 NOMBRES DE PROPIETARIOS Y GERENTES DE LOCALES DE COTACACHI</i>	<i>75</i>
<i>CUADRO N° 8 COMPRA DE MERMELADA</i>	<i>77</i>
<i>CUADRO N° 9 PREFERENCIA DE MERMELADA</i>	<i>78</i>
<i>CUADRO N° 10 MARCAS DE MERMELADA.....</i>	<i>79</i>
<i>CUADRO N° 11 PRECIO DE COMPRA DE MERMELADA.....</i>	<i>80</i>
<i>CUADRO N° 12 SUSTITUTOS DE MERMELADA</i>	<i>81</i>
<i>CUADRO N° 13 PRESENTACIÓN DE MERMELADA.....</i>	<i>82</i>
<i>CUADRO N° 14 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</i>	<i>83</i>
<i>CUADRO N° 15 CANTIDADES DE MERMELADA.....</i>	<i>84</i>
<i>CUADRO N° 16 ACEPTACIÓN DE MERMELADA DE BABACO.....</i>	<i>85</i>
<i>CUADRO N° 17 PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DE CONSUMO DE MERMELADA</i>	<i>86</i>
<i>CUADRO N° 18 DEMANDA ACTUAL DE MERMELADA EN KILOGRAMOS.....</i>	<i>93</i>
<i>CUADRO N° 19 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE MERMELADA DE 300 GR</i>	<i>94</i>
<i>CUADRO N° 20 OFERTA ACTUAL DE MERMELADA KILOGRAMOS</i>	<i>94</i>
<i>CUADRO N° 21 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE MERMELADA</i>	<i>95</i>
<i>CUADRO N° 22 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER.....</i>	<i>95</i>
<i>CUADRO N° 23 PROYECCIÓN DE PRECIOS DE MERMELADA.....</i>	<i>97</i>
<i>CUADRO N° 24 MATRIZ DE PONDERACIÓN DE FACTORES</i>	<i>100</i>

<i>CUADRO Nº 25 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....</i>	<i>101</i>
<i>CUADRO Nº 26 REQUERIMIENTO DE TERRENO.....</i>	<i>107</i>
<i>CUADRO Nº 27 INFRAESTRUCTURA.....</i>	<i>108</i>
<i>CUADRO Nº 28 MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN.....</i>	<i>108</i>
<i>CUADRO Nº 29 MUEBLES Y ENSERES.....</i>	<i>109</i>
<i>CUADRO Nº 30 EQUIPOS DE CÓMPUTO.....</i>	<i>110</i>
<i>CUADRO Nº 31 EQUIPOS DE OFICINA.....</i>	<i>110</i>
<i>CUADRO Nº 32 VEHÍCULO.....</i>	<i>110</i>
<i>CUADRO Nº 33 RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA.....</i>	<i>111</i>
<i>CUADRO Nº 34 MATERIA PRIMA DIRECTA.....</i>	<i>111</i>
<i>CUADRO Nº 35 MANO DE OBRA DIRECTA.....</i>	<i>112</i>
<i>Cuadro Nº 36 MATERIALES E INSUMOS.....</i>	<i>112</i>
<i>CUADRO Nº 37 MANO DE OBRA INDIRECTA.....</i>	<i>113</i>
<i>CUADRO Nº 38 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....</i>	<i>113</i>
<i>CUADRO Nº 39 SUELDOS ADMINISTRATIVOS.....</i>	<i>114</i>
<i>CUADRO Nº 40 GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....</i>	<i>114</i>
<i>CUADRO Nº 41 SUMINISTROS DE OFICINA.....</i>	<i>114</i>
<i>CUADRO Nº 42 SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRATIVO.....</i>	<i>115</i>
<i>CUADRO Nº 43 GASTOS SUELDO VENTAS.....</i>	<i>115</i>
<i>CUADRO Nº 44 GASTOS PUBLICIDAD.....</i>	<i>116</i>
<i>CUADRO Nº 45 CAPITAL DE TRABAJO.....</i>	<i>116</i>
<i>CUADRO Nº 46 INVERSIÓN TOTAL.....</i>	<i>117</i>
<i>CUADRO Nº 47 FINANCIAMIENTO.....</i>	<i>118</i>
<i>CUADRO Nº 48 INGRESOS POR VENTAS PROYECTADAS.....</i>	<i>118</i>
<i>CUADRO Nº 49 MATERIA PRIMA EN CANTIDADES.....</i>	<i>119</i>
<i>CUADRO Nº 50 MATERIA PRIMA PROYECTADA.....</i>	<i>120</i>
<i>CUADRO Nº 51 ROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA.....</i>	<i>120</i>
<i>CUADRO Nº 52 ENVASES.....</i>	<i>121</i>
<i>CUADRO Nº 53 ETIQUETAS.....</i>	<i>121</i>
<i>CUADRO Nº 54 PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA INDIRECTA.....</i>	<i>122</i>
<i>CUADRO Nº 55 OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....</i>	<i>122</i>
<i>CUADRO Nº 56 RESUMEN CIF PROYECTADOS.....</i>	<i>123</i>

<i>CUADRO Nº 57 RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN</i>	<i>123</i>
<i>CUADRO Nº 58 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</i>	<i>123</i>
<i>CUADRO Nº 59 RESUMEN PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS</i>	<i>124</i>
<i>CUADRO Nº 60 PROYECCIÓN SUELDO DE VENTAS.....</i>	<i>125</i>
<i>CUADRO Nº 61 RESUMEN PROYECCIÓN.....</i>	<i>125</i>
<i>CUADRO Nº 62 TABLA DE AMORTIZACIÓN.....</i>	<i>125</i>
<i>CUADRO Nº 63 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....</i>	<i>126</i>
<i>CUADRO Nº 64 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....</i>	<i>128</i>
<i>CUADRO Nº 65 FLUJO DE CAJA</i>	<i>129</i>
<i>CUADRO Nº 66 COSTO DE RECUPERACIÓN</i>	<i>130</i>
<i>CUADRO Nº 67 CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN).....</i>	<i>131</i>
<i>CUADRO Nº 68 CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (INFERIOR)</i>	<i>132</i>
<i>CUADRO Nº 69 CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (SUPERIOR)...</i>	<i>132</i>
<i>CUADRO Nº 70 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....</i>	<i>134</i>
<i>CUADRO Nº 71 PUNTO DE EQUILIBRIO.....</i>	<i>135</i>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO Nº 1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE CHILCAPAMBA	43
GRÁFICO Nº 2 COMPRA DE MERMELADA	77
GRÁFICO Nº 3 PREFERENCIA DE MERMELADA.....	78
GRÁFICO Nº 4 MARCAS DE MERMELADA.....	79
GRÁFICO Nº 5 PRECIO DE COMPRA DE MERMELADA.....	80
GRÁFICO Nº 6 SUSTITUTOS DE MERMELADA	81
GRÁFICO Nº 7 PRESENTACIÓN DE MERMELADA.....	82
GRÁFICO Nº 8 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	83
GRÁFICO Nº 9 CANTIDADES DE MERMELADA	85
GRÁFICO Nº 10 ACEPTACIÓN DE MERMELADA DE BABACO	85
GRÁFICO Nº 11 PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DE CONSUMO DE MERMELADA	87
GRÁFICO Nº 12 MAPA DE LA UBICACIÓN DE COTACACHI	99
GRÁFICO Nº 13 MAPA DE LA UBICACIÓN DE LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA	101
GRÁFICO Nº 14 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	103
GRÁFICO Nº 15 FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE.....	105

INTRODUCCIÓN

El Ecuador ha sido un país que se ha dedicado a la exportación de materias primas como el petróleo, plátano, cacao, entre otros; pero con el cambio en la matriz productiva se pretende fomentar la constitución de empresas grandes o pequeñas que brinden servicios y transformen productos tradicionales y no tradicionales.

Cotacachi cuenta con una población económicamente activa de 13.195 personas, las mismas que están divididas entre las parroquias urbanas y rurales entre las parroquias urbanas tenemos la parroquia San Francisco a la cual pertenece la comunidad Chilcapamba en la cual se instalará la planta de mermelada de babaco

Tanto en Cotacachi como en la comunidad antes mencionada no existen empresas que se dediquen a la producción y comercialización de mermelada de babaco a excepción de Sumak Mikuy que elabora mermelada de uvilla mora, y otros productos que son exportados hacia otros países.

La iniciativa de crear una pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de mermelada de babaco nació de la necesidad de que los pobladores del lugar consuman un producto diferente y con alto grado nutricional y de agradable sabor.

La empresa estará ubicada en la comunidad de Chilcapamba coo anteriormente se mencionó un lugar estratégico donde se disminuya el efecto de la contaminación y la adquisición del producto sea factible. El producto se elaborara con la tecnología necesaria para cubrir la demanda existente y será en una presentación de 300 gr en un envase de vidrio con su respectiva etiqueta y logotipo; para la elaboración de este producto se utilizar la materia prima que se produce en la comunidad.

JUSTIFICACIÓN

Las razones por las cuales se justifica la realización de esta investigación son entre otras las siguientes:

Por cuanto en el sector existe suficiente producción de esta fruta que hasta el momento se la consume en estado natural y no se la ha industrializado, la idea es aprovechar este producto para darle un valor agregado y producir mermelada de alta calidad.

Por cuanto en la actualidad la mayoría de la población está dedicada a la confección de artesanías elaboradas con el cuero, no se ha diversificado la creación de otros productos; esto ha provocado que haya mano de obra subutilizada.

Por cuanto beneficiará a los agricultores de Chilcapamba y sus alrededores que cultivan babaco, a través de la generación de empleo que generará el emprendimiento empresarial, mejorando de esta manera su calidad de vida así como también el progreso sustentable y sostenible de la zona, y de esta manera seguir en el camino hacia el buen vivir.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Generales

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de mermelada de babaco en la comunidad Chilcapamba del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto
- Elaborar el marco teórico- científico, que permita sustentar el proyecto, mediante la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del proyecto.
- Elaborar el Estudio Técnico para determinar el tamaño, localización, procesos productivos, tecnología inversiones y el talento humano del proyecto.
- Desarrollar el Estudio Financiero para determinar si el proyecto es factible o no.
- Diseñar la estructura organizacional de la empresa, la misma que identifica las funciones política y valores de la empresa.
- Determinar los posibles impactos que genere el proyecto, a través de una investigación de campo.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

1.1.1 Aspectos geográficos

Cotacachi ubicada en la zona norte del Ecuador, se ubica a 80 kilómetros al norte de Quito y 25 kilómetros al sur de Ibarra. Su temperatura oscila entre 14° 18° y 19°, geográficamente es una ciudad dividida en 5 partes principales, el volcán Cotacachi, la Laguna de Cuicocha, el macizo verde, la zona de Intag y la llanura de Imantag, todos estos componentes son parte importantes que modifican el clima de la ciudad.

La geografía del cantón es muy variada encontrándose alturas que van desde los 4.939 metros sobre el nivel del mar hasta los 1.600 m.s.n.m. en la zona de Nangulví y 200 m.s.n.m. en la parte más occidental. Las características topográficas y climáticas del cantón permiten diferenciar claramente dos zonas la zona andina y la zona subtropical. La zona andina está ubicada en las faldas orientales del Volcán Cotacachi conformado por las parroquias urbanas San Francisco y El Sagrario y las parroquias rurales Imantag y Quiroga, dentro de la parroquia San Francisco están ubicadas diez comunidades entre ellas Chilcapamba donde se pretende realizar el proyecto; Chilcapamba (Chilca: planta medicinal usada por los yachaks y pamba: valle), muy cerca de la parroquia Quiroga a 10 minutos en vehículo desde la parroquia Quiroga y a 15 minutos de la ciudad Otavalo con una altitud de 2560 msnm.

1.1.2 Aspectos climáticos

El clima de la ciudad es templado, dado que Cotacachi se halla en un valle y es modificado tanto por los vientos que llegan desde los valles y

que son vientos cálidos y secos, como por los vientos que llegan desde los Andes y las partes altas que son vientos frescos y fríos, que le dan a Cotacachi un clima templado y agradable. Cotacachi tiene una temperatura promedio de 18 grados, temperaturas que pueden descender o aumentar dependiendo de la época del año.

1.1.3 Aspectos demográficos

Cotacachi es la cabecera cantonal del cantón Cotacachi y es también donde están ubicados los principales organismos gubernamentales, culturales, financieros, y comerciales, su población es de 20.900 hombres y 19.946 mujeres sumando un total de 40.036 habitantes de acuerdo con el último censo de población y vivienda ecuatoriano, efectuado el 28 de Noviembre del 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

1.1.4 Aspectos económicos

Cotacachi, no cuenta con una gran diversidad de empresas de producción, comercialización o de prestación de servicios, las actividades que son más conocidas son la producción y comercialización de artículos de cuero, y la gastronomía, con la ayuda de las estadísticas se observó la población económicamente activa es 13.195 personas.

1.1.5 Aspectos sociales

En la actualidad en el Ecuador la actividad agrícola tiene mucho valor y trascendencia, se ha convertido en una actividad económica que se forja fuertemente y marca índices importantes en la producción de productos agrícolas exóticos y no tradicionales, uno de éstos es el babaco.

El babaco se cultiva en Ecuador desde antes de la conquista española y se ha convertido en una fruta de consumo tradicional en la serranía del país, dándole algunos usos. Las ventajas agro-ambientales que nos ofrece el Ecuador, tales como prolongados períodos de luminosidad, la temperatura estable y la altura de las zonas de cultivo son factores que inciden para lograr una fruta deliciosa que se produce durante todo el año en forma continua y naturalmente, libre de insectos y plagas. Las plantaciones de babaco se manejan con insumos ecológicos y se están incrementando los cultivos en proceso de certificación orgánica.

En cuanto a la producción de babaco la mayor parte de agricultores de la ciudad de Cotacachi lo hace al por mayor pero también existen comunidades en las cuales su cultivo es solo para el autoconsumo, en el caso de quienes lo hacen al por mayor comercializan sus productos hacia las grandes ciudades como Quito, Guayaquil.

Se puede lograr que la gente de la comunidad de Chilcapamba reconozca los beneficios del babaco y que se pueden obtener diversos productos del mismo es por eso que se encuentra la oportunidad de la creación de una pequeña empresa que elabore mermelada de babaco de esta manera se aporta al desarrollo local de la comunidad de Chilcapamba y de la ciudad de Cotacachi

1.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto

1.2.2 Objetivos específicos

- Investigar la producción de babaco en la comunidad de Chilcapamba.
- Determinar los aspectos socio económicos y sociodemográficos de la ciudad de Cotacachi.

1.3 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTOS	PÚBLICO A INVESTIGAR
· Investigar la producción de babaco en la comunidad de Chilcapamba.	Producción	· Hectáreas cultivadas con babaco	Primaria	Entrevista	Presidente de la asociación de agricultores de la comunidad (Sr. Alfredo Albuja)
		· Tiempo de cosecha del babaco	Primaria	Entrevista	Presidente de la asociación de agricultores de la comunidad (Sr. Alfredo Albuja)
		· Tipo de suelo necesario para el cultivo de la fruta	Primaria	Entrevista	Presidente de la asociación de agricultores de la comunidad (Sr. Alfredo Albuja)
· Determinar los aspectos socio económico y sociodemográficos de la ciudad de Cotacachi.	Aspecto socio económico y demográfico	- Actividades económicas	Primaria	Entrevista	Presidente de la asociación de agricultores de la comunidad (Sr. Alfredo Albuja)
		· Sectores productores de babaco	Primaria	Entrevista	Presidente de la asociación de agricultores de la comunidad (Sr. Alfredo Albuja)
		· Hábitos alimenticios	Secundaria	Documento	Casa de las culturas de la ciudad de Cotacachi Libro(Desarrollo con identidad:

					comunidad, cultura y sustentabilidad en los Andes Folleto(Cotacachi: historia, territorio e identidad)
--	--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------

Autora: Angélica Alencastro

Año:2014

1.4 MECÁNICA OPERATIVA

El presente diagnóstico se lo realizó en base a la información obtenida de la entrevista.

1.4.1 Identificación de la población

Fueron motivo de diagnóstico los agricultores del sector de Chilcapamba que cuenta con un total de 350 personas de las cuales 15 son las familias que se dedican a la producción de babaco y quienes conforman una asociación y están representados por un presidente el señor Alfredo Albuja.

También fueron parte del diagnóstico folletos y libros que fueron facilitados por la Lic. Sonia Elizabeth Meza Acosta bibliotecaria de la casa de las culturas de la ciudad de Cotacachi además la información que se facilitó por parte de la Sr. Irma Torosina presidenta de la Asamblea de Unidad Cantonal de Cotacachi.

1.4.2 Técnicas e instrumentos

Para la recolección de información primaria y secundaria se utilizaron los instrumentos que se detallan a continuación según el tipo de información pretendida.

1.4.3 Información primaria

Para recopilar información necesaria para el proyecto, se aplicó la técnica de la entrevista realizada al presidente de la asociación de agricultores de la comunidad en la mayoría de los campos de investigación.

a) Entrevista

La entrevista se la realizó al presidente de la asociación de agricultores de babaco de la comunidad, ya que los conocimientos del Sr. Alfredo Albuja eran amplios en el campo de la agricultura, proporcionó datos sobre hectáreas cultivadas con babaco, tiempo de cosecha del babaco, tipo de suelo necesario para el cultivo de la fruta, actividades económicas y sectores productores de babaco

1.4.4 Información secundaria

La información secundaria que se obtuvo para la investigación del proyecto fue de las siguientes fuentes:

- **Libros especializados:** Desarrollo con identidad: comunidad, cultura y sustentabilidad en los Andes (Robert E. Rhoades)
- **Folletos de Información:** (Cotacachi: historia, territorio e identidad)

La información obtenida de estas fuentes recalca que; la dieta se basa principalmente en los cultivos nativos, sutilmente sazonados y cocinados lentamente en diversos potajes y sopas alimentos preparados con productos cultivados en las chagras y huertos familiares; pero su dieta no solamente contiene dichos alimentos, también consumen productos industrializados como mermelada, atún, tallarines, fideos entre otros que los adquieren en los mercados.

Además de la página web se obtuvo información de la población económicamente activa de Cotacachi.

1.5 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.5.1 Entrevista aplicada a productores de babaco

Objetivo: El objeto de esta encuesta es conocer la producción de babaco y posibles proveedores del producto.

Nombre del entrevistado: Sr. Alfredo Albuja (presidente de la asociación de productores de babaco de la comunidad Chilcapamba)

Día: 04 de Marzo del 2014

Hora: 10:00

GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE BABACO

Indicador:(Hectáreas cultivadas con babaco)

1. ¿Qué cantidad de babaco produce por hectárea?

La cantidad de babaco que se cultiva por hectárea es de 3000 babacos pero que al ser una comunidad pequeña los productores deciden no cultivar la hectárea completa sino cierta parte de la misma, porque cosecharían demasiado y no tendrían en donde vender la fruta la misma que se cosecha cada mes y perderían su inversión, cada familia productora de la comunidad produce de 3 a 5 cajas de babaco en promedio y en cada caja se suele ubicar 12 unidades por precautelar la integridad física de la fruta cada unidad pesa entre 500 y 600 gramos pero lo más común es que la mayoría de las frutas pesen 500 gramos porque son el resultado de una producción natural es decir si fertilizantes químicos.

Indicador:(Tiempo de cosecha del babaco)

2. ¿Cada que tiempo se cosecha el babaco?

La planta comienza a producir entre los 8 y 9 meses de cultivada y rinde entre un año y medio y dos años más. Luego, es recomendable practicar una poda en el transcurso del año se cosecha semanalmente para vender en los mercados o en las casas de la comunidad.

Indicador: (Tipo de suelo necesario para el cultivo de la fruta)

3. ¿Qué tipo de suelo es necesario para el cultivo de la planta?

El tipo de suelo es arenoso-arcilloso, pero también se adapta también fácilmente a los suelos limosos o arenosos de fácil drenaje se prefiere suelos profundos.

Se debe tener un especial cuidado con el exceso de agua en el suelo para evitar pudriciones en la raíz.

Indicador:(Actividades económicas)

4. ¿Qué actividades económicas se realizan en la comunidad?

La mayoría de los habitantes se dedica a la agricultura siembran maíz frejol, arveja, tomate de árbol, aguacates, y babaco el resto se dedica a las artesanías especialmente las mujeres.

Indicador:(Actividades económicas)

5. ¿Le gustaría proveer con su producción de babaco a una empresa dedicad a la elaboración de mermelada de dicha fruta?

Sí, porque de esa manera nos ahorraríamos los gastos del traslado del producto hacia los mercados de la ciudad de Cotacachi obtendríamos más rentabilidad

Indicador:(Actividades económicas)

6. ¿Le gustaría que en la comunidad se implemente una empresa dedicada a la elaboración de mermelada de babaco?

Sí, porque de esa manera la mano de obra no tendría que emigrar hacia las ciudades aledañas para buscar trabajo.

Indicador: (Sectores productores de babaco)

7. ¿Conoce de más sectores productores de babaco?

Si, en Otavalo existen productores de babaco en Peguche en Atuntaqui también pero no son grandes productores son como nosotros solo son pequeños productores

1.5.2 Información bibliográfica

CUADRO Nº 1 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE COTACACHI

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE COTACACHI	
PAIS	
CANTÓN	
Cotacachi	13.195
PARROQUIAS	
Cotacachi	5.374
Apuela	674
García Moreno	1.726
Imantag	1.533
Peñaherrera	665
Plaza Gutiérrez	283
Quiroga	1.945
6 de Julio de Cuellaje	651

Fuente: libro Cotacachi: historia, territorio e identidad

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

En base a la información extraída del libro Cotacachi: historia, territorio e identidad; podemos determinar que Cotacachi tiene una población económicamente activa que asciende a 13.195 personas.

CUADRO N° 2 PARROQUIAS URBANAS DEL CANTÓN COTACACHI

PARROQUIAS URBANAS DEL CANTÓN COTACACHI
PARROQUIA SAGRARIO
PARROQUIA SAN FRANCISCO

Fuente: AUCC

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

CUADRO N° 3 PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN COTACACHI

PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN COTACACHI
PARROQUIA 6 DE JULIO
PARROQUIA APUELA

PARROQUIA GARCÍA MORENO
PARROQUIA IMANTAG
PARROQUIA PEÑAHERRERA
PARROQUIA PLAZA GUTIÉRREZ
PARROQUIA QUIROGA
PARROQUIA VACAS GALINDO

Fuente: AUCC

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

CUADRO Nº 4 COMUNIDADES DE LA PARROQUIA SAN FRANCISCO

COMUNIDADES PARROQUIA SAN FRANCISCO
LA CALERA
LA VICTORIA DON BOSCO
MORALES CHUPA
MOROCHOS

SUAREZ DÁVILA CHILCAPAMBA
ELOY ALFARO
SAN MARTÍN
SAN MARTÍN DE CEVALLOS
TOPO
TURUCU

Fuente: AUCC

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

La información obtenida en la asamblea de unidad cantonal refleja la existencia de 10 comunidades pertenecientes a la parroquia urbana San Francisco entre ellas la comunidad de Chilcapamba donde se pretende iniciar el proyecto.

CUADRO Nº 5 PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DE IMBABURA

IMBABURA	
Cultivo	Superficie Cosechada (Has)
Caña de azúcar para azúcar	3.272
Plátano	738
Naranja	372

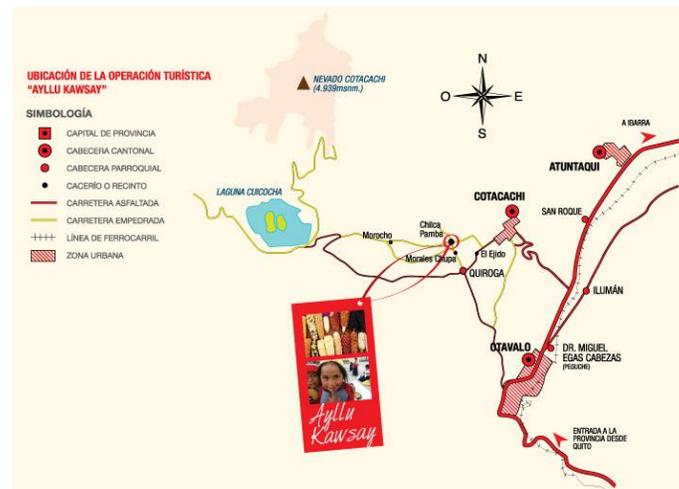
Caña de azúcar otros usos	293
Cabuya	236
babaco	700
Cabuya	106
Mandarina	59
Aguacate	59
Limón	64
Aguacate	62
Tomate de árbol	26

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

GRÁFICO Nº 1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE CHILCAPAMBA



Fuente: www.imbaburaturismo.gob.ec

El gráfico muestra la ubicación de la comunidad en donde se pretende establecer el proyecto; muestra también que el acceso a ella es una carretera empedrada y que está cerca de la laguna de Cuicocha que es un atractivo turístico además de no estar tan alejada de las zonas urbanas.

**CUADRO Nº 6 PRODUCTORES DE BABACO DE LA COMUNIDAD DE
CHILCAPAMBA**

FAMILIAS	METROS CUADRADOS	UBICACIÓN
Familia Santillán	2.263	Chilcapamba
Familia Haro	2.289	Chilcapamba
Familia Michelena	2.254	Chilcapamba
Familia Albuja	3.333	Chilcapamba
Familia Morocho	3.350	Chilcapamba
Familia Álvarez	2.262	Chilcapamba
Familia Terán	2.296	Chilcapamba
Familia Andrade	3.328	Chilcapamba
Familia Morales	3.369	Chilcapamba
Familia Ruiz	2.257	Chilcapamba
Familia Albarán	2.264	Chilcapamba
Familia Tuquerez	2.245	Chilcapamba
Familia Guitarra	3.140	Chilcapamba
Familia Vásquez	2.150	Chilcapamba
Familia Tituaña	3.200	Chilcapamba
TOTAL	40.000	

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

1.6 MATRIZ AORR

<p style="text-align: center;">ALIADOS</p> <ul style="list-style-type: none">• Terreno propio para la construcción de la planta• Productores de babaco• Entidades crediticias.• Producto con alto contenido nutricional.• Las condiciones climáticas son favorables para el cultivo de la fruta.• La comunidad.	<p style="text-align: center;">OPONENTES</p> <ul style="list-style-type: none">• Productores de babaco de otros sectores(Peguiche, San Pablo, Atuntaqui)• Empresas industrializadoras de mermelada (Sumak Mikuy).• Existencia de competencia de marcas reconocidas en el mercado(Gustadina, Arcor, Facundo, Guayas)• No existe la cultura de comer productos saludables.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Tendencia del mercado por el consumo de productos saludables y nutritivos.• La demanda del producto se sitúa al consumo de alimentos naturales y nutritivos• Mercado en aumento para el producto.• Factible certificación de calidad del producto	<p style="text-align: center;">RIESGOS</p> <ul style="list-style-type: none">• Bajo nivel de conocimiento de los productores de la calidad del producto procesado.• Poca disponibilidad de maquinaria y equipo.• Fluctuación de precios de materia prima del mercado.• Escasa inversión en productos agroindustriales.• Créditos micro empresariales a altas tasas de interés.• Presencia de plagas que afecten a la producción de babaco.• Prolongadas fases climáticas que afectan a los cultivos como las sequias o lluvias.

	<ul style="list-style-type: none">• Migración de los pobladores por la falta de empleo en la zona.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

1.7 DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

Existe la oportunidad de crear una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de mermelada de babaco en la comunidad de Chilcapamba en la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura, ya que la comunidad cuenta con un clima idóneo para la producción de la materia prima “Babaco” y los productores de la fruta están dispuestos a proveer la materia prima para la empresa; además dentro de la comunidad ni dentro de la ciudad existe una empresa que brinde este tipo de producto excepto la empresa Sumak Mikuy quien elabora productos como mermelada de mora de uvilla y semillas deshidratadas pero que exporta su producción a otros países, por lo que sería innovadora única en el mercado, brindando un producto acorde a las expectativas del consumidor y sobre todo para fortalecer y desarrollar una cultura de alimentación saludable.

El babaco es una fruta muy demandada por su gran contenido nutricional es por eso que se buscó una actividad de producción que permita obtener valor agregado y ofertarla al mercado para obtener mayor rentabilidad tanto para los productores en un constante trabajo que permita crear confianza en ellos para que en un futuro por medio de la organización todos lleguen a acuerdos en beneficio propio. Así mismo luego de haber realizado el diagnóstico situacional se llegó a la conclusión de que es necesaria la implementación de una pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de mermelada de babaco en la comunidad de Chilcapamba del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura porque de una u otra manera ayudara a la economía del país y de las familias ya que se creará nuevas fuentes de trabajo.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 MERMELADA

2.1.1 Historia de la mermelada

(BORDÓN Eduarda, 2011, pág. 52), declara, El origen de lo que hoy conocemos como dulces, tuvo lugar en la época de los romanos, en aquellos años se comenzó a conservar la fruta añadiendo su peso en miel (primer edulcorante natural) y haciéndola hervir hasta que tenga su consistencia deseada. Tuvieron que pasar varios siglos para que, con la llegada de los árabes a la península Ibérica se introdujera a Europa el azúcar de caña.

Los árabes añadían a la fruta el mismo peso en azúcar y mantenían en el fuego hasta que obtenían la densidad deseada. De esta manera se puede elaborar mermeladas tanto industrial como artesanal teniendo en cuenta el mismo fundamento y principios de utilización los distintos procesos e ingredientes.

2.1.2 Definición de mermelada

De acuerdo a las normas oficiales del país se entiende por mermelada el producto obtenido de la cocción y concentración de la pulpa de alguna fruta determinada, misma que debe estar sana, limpia con un grado de madures aceptable de la fruta.

La mermelada luego de ser procesada ya como producto final este sigue manteniendo su esencia es decir las características organolépticas, pues es un alimento nutritivo proveniente de la fruta, que aporta una buena dosis de energía al ser consumida, es un producto complementario que puede ser consumido en desayunos o meriendas acompañado de pan, galletas, tostadas, en lugares como panaderías, restaurantes, hoteles etc., es decir está orientado para toda la familia.

2.2 COMPONENTES DE LA MERMELADA

2.2.1 Fruta

Lo primero que se debe tener en cuenta es la fruta que se va utilizar y buscar la más fresca posible, normalmente se utiliza una combinación de fruta madura con fruta que ha empezado recién su maduración, ya que si se escoge la fruta demasiado madura la mermelada no gelificará bien.

2.2.2 Azúcar

El azúcar juega el papel más importante en el proceso de gelificación cuando se combina con la pectina. Es importante saber equilibrar la cantidad de azúcar ya que si se le echa poca cantidad hay más probabilidad de que fermente y si se le echa mucha cantidad se puede cristalizar. Es preferible utilizar azúcar blanca, porque permite que se mantengan las características propias del color y el sabor de la fruta.

2.2.3 Ácido Cítrico

El ácido cítrico es importante tanto para la gelificación de la mermelada como para darle brillo al color de la mermelada, mejorar el sabor, ayudar a evitar la cristalización del azúcar y prolongar su tiempo de vida útil. El ácido se añade antes de cocer la fruta ya que ayuda a extraer la pectina de la fruta.

2.2.4 Pectina

La fruta contiene en las membranas de sus células una sustancia natural gelificante llamada pectina, la cantidad depende de la maduración de la fruta. La primera fase de la preparación consiste en reblandecer la fruta para poder extraer la pectina

2.2.5 Conservantes

Son sustancias que se añaden a los alimentos para prevenir su deterioro, así evitar el desarrollo de microorganismos como hongos y levaduras, los usados son: sulfato de potasio y el benzoato de sodio.

2.3 EL BABACO

(FABARA Jorge, 2013, pág. 36): El babaco es una fruta nativa del noreste de Suramérica, específicamente del valle de Cusubamba, Loja, Imbabura y se cree que es un híbrido natural entre el toronche y el chamburo. Es un arbusto que no se ramifica y puede alcanzar 5 a 8 metros de altura, su fruto se distingue de la papaya por ser más angosto se cultiva por su fruto comestible y por el jugo de su fruta.

2.3.1 Beneficios del babaco

(ACUÑA, Estela, 2013), dice, Esta fruta, pariente de la papaya, tiene vitaminas y minerales claves para el cuerpo humano.

- Un vaso de jugo de babaco o un pedazo de esta fruta, además de nutrirte, puede ayudarte con la digestión, a impedir que subas de peso e incluso a mantenerte joven.
- El babaco es considerado una fruta antioxidante, pues contiene vitaminas A, C y E, las cuales contribuyen a reducir el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares y degenerativas, y, además, desintoxican el organismo.
- Estas mismas vitaminas también son consideradas de 'antienvjecimiento', ya que favorecen la formación y mantenimiento del colágeno que posee la piel, lo cual retarda el apareamiento de las arrugas.
- El babaco es pariente de la papaya, y contiene un alto porcentaje de papaína, que al ser ingerida favorece la digestión, especialmente de las proteínas.
- Un mineral que se destaca en el babaco es el calcio, que interviene en la formación y fortalecimiento del sistema óseo. Por eso es importante que esta fruta sea consumida por niños y adolescentes en etapa de crecimiento.

2.3.2 Diversidad genética del babaco

De acuerdo a informes de la Universidad Nacional de Medellín, hasta la actualidad no se conoce con exactitud las variedades que pueda tener el babaco. Los que se encuentran en el mercado son plantas que

normalmente presentan uniformidad. Los viveros presentan un tipo denominado 'clase diferente', que es distinto del normal por poseer cierta cantidad de azúcar. También se conocen especies 'pyrus communis', que comprenden variedades europeas, y 'pinus serotina' de origen asiático.

2.4 PROCESO DE ELABORACIÓN DE MERMELADA

2.4.1 Recepción y Selección

Consiste en receptor la materia prima, eliminar las frutas en estado de podredumbre.

2.4.2 Pesado

En este proceso se determinan rendimientos y se calcula la cantidad de los demás ingredientes.

2.4.3 Lavado

Al lavar la fruta se elimina cualquier tipo de partículas extrañas, suciedad y restos de tierra. Esta operación se puede realizar por inmersión, agitación o aspersion. Luego se usa una solución desinfectante como la lejía.

2.4.4 Pelado

Este proceso se puede hacer manualmente utilizando cuchillos o en forma mecánica con máquinas.

2.4.5 Pulpeado

Consiste en obtener la pulpa, libre de cáscaras y pepas. Se pueden utilizar licuadoras o pulpeadoras. En este paso es importante pesar la pulpa porque de esto dependerá el cálculo del resto de ingredientes.

2.4.6 Cocción de la fruta y Envasado

Una vez lista la fruta, se realiza la cocción, en esta etapa consiste a agregándole una tercera parte de azúcar luego otro de los tercios y casi al final de la cocción se le agrega la pectina con la última parte del azúcar. Luego se añade el ácido cítrico para ajustar el pH y por último los perseverantes. Luego de la cocción se realiza el envasado mientras la preparación este más o menos a 85°C.

2.4.7 Enfriado

Este proceso se puede realizar por inmersión, aspersion o rociada.

2.4.8 Etiquetado y Almacenado

El etiquetado se lo realiza para indicar a los clientes el nombre del producto, ingredientes, fecha de caducidad y elaboración y la calidad del producto. El producto se debe almacenar en un lugar fresco y seco (bajo sombra) evitando la luz directa.

2.4.9 Conservantes

Los conservantes son sustancias que se añaden a los alimentos para prevenir su deterioro, evitando de esta manera el desarrollo de microorganismos, principalmente hongos y levaduras. Los conservantes químicos más usados son el sorbato de potasio y el benzoato de sodio.

El sorbato de potasio tiene mayor espectro de acción sobre microorganismos. Su costo es aproximadamente 5 veces más que el del benzoato de sodio.

El benzoato de sodio actúa sobre hongos y levaduras, además es el más utilizado en la industria alimentaría por su menor costo, pero tiene un mayor grado de toxicidad.

2.5 ESTUDIO DE MERCADO

(BACA, Gabriel, 2010, pág. 7), menciona; “Se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y

cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de la comercialización”.

En el estudio de mercado es posible analizar todos los factores que nos permiten dar a conocer el producto, además de establecer el precio al cual será vendido así como también se pueden determinar posibles compradores al igual que la competencia.

2.5.1 Mercadotecnia

(KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary, 2013, pág. xix), sostienen que; “El marketing o mercadotecnia es la reunión de negocios que identifica las necesidades de los clientes; determina los mercados meta que mejor pueden servir a esos mercados. Es una filosofía que guía a la organización con la meta de crear satisfacción de los clientes”.

La mercadotecnia tiene como principal meta atraer nuevos clientes y fidelizar a los actuales procurando en todo momento su satisfacción.

2.5.2 Mercado

(KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary, 2013, pág. 10), mencionan que; “El mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta.

El mercado es el conjunto de personas que ofrecen y demandan bienes o servicios para satisfacer sus necesidades.

2.5.3 Producto

(TOCA Torres Claudia Eugenia , 2009, pág. 71), manifiesta que; “Es el conjunto de atributos físicos, propiedades y beneficios reunidos en una

forma identificable, ofrecido al comprador para su uso, consumo o comercialización”.

El producto es un objeto creado, producido o inventado para satisfacer la necesidad del cliente o consumidor.

2.5.4 Publicidad

(KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary, 2013); Conceptualizan a la publicidad como “cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”

La publicidad es la manera de hacer que un producto sea reconocido valiéndose de varios medios como la prensa escrita, internet entre otros.

2.5.5 Precio

(KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary, 2013, pág. 353), señalan: “El precio es en el sentido más estricto la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”

El precio es el dinero que se puede cuantificar y que a su vez se establece para el intercambio y uso de un producto o servicio.

2.5.6 Fijación de precios

(Wikipedia, 2014): “La fijación de precios es una estrategia económica que determina los objetivos financieros, de marketing y de métodos que tiene una compañía.

La fijación de precios es el proceso donde el productor establece el precio de su producto o servicio en base a su costo y el valor en el mercado.

2.5.7 Demanda

(BACA, Gabriel, 2010, pág. 15), señala: “El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda”.

La demanda es el producto o servicio que una persona desea para cubrir sus necesidades; por el cual está dispuesto a pagar algún valor.

2.5.8 Oferta

(FISHER, Laura; ESPEJO, Jorge, 2004, pág. 243), señalan que la oferta: “Se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado.”

La oferta es la cantidad de productos o servicios que se ofrecen en el mercado con un determinado precio y en determinado momento y en determinada cantidad.

2.5.9 Comercialización

(BACA, Gabriel, 2010, pág. 48), manifiesta que: “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

La comercialización es el conjunto de procesos que interfieren para que un productor haga llegar sus productos al consumidor.

2.6 ESTUDIO TÉCNICO

(THOMPSON, Ivan , 2008):”El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción”.

Es el estudio que determina los requerimientos necesarios en cuanto a equipamiento, tamaño y localización de la empresa se refiere.

2.6.1 Tamaño del proyecto

(MIRANDA Juan José , 2005, pág. 119), Sostiene que: Se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se puede producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.”

El tamaño del proyecto es esencial porque en él se definen el monto de la inversión así como el de los costos e ingresos.

2.6.2 Localización

(EROSSA, Victoria Eugenia , 2004, pág. 78), señala que: “El estudio de localización consiste en el análisis de las variables consideradas como factores de localización, las que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo de costos unitarios.

Para la determinación de la localización del proyecto se den analizar todas las variables con el fin de obtener la mayor utilidad para no tener la necesidad de incurrir en costos altos.

2.6.2.1 Macrolocalización

(ALVAREZ, Valbuena, Rubén, 2000, pág. 257), menciona que: “En esta etapa, se selecciona el área general en que se ubicara el proyecto, a través del análisis de sus condiciones generales, tanto infraestructura, económicas, su población e indicadores y características económicas y sociales más importantes”

2.6.2.2 Microlocalización

(ALVAREZ, Valbuena, Rubén, 2000, pág. 257), manifiesta que: “El objetivo de este análisis es determinar cuál es la mejor alternativa dentro

de la macrolocalización, con lo que le es posible llegar a la especificación de la zona seleccionada.

2.6.3 Ingeniería del proyecto

(BACA, Gabriel, 2010, pág. 89); menciona que: “Es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”

2.7 ESTUDIO FINANCIERO

(THOMPSON Iván, 2007), menciona que: “Consisten en identificar, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, es decir, todos los ítems de inversiones, ingresos y costos que puedan deducirse de los estudios previos, para elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales con el fin de evaluar el proyecto y determinar su rentabilidad”. El estudio financiero consiste en establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos, egresos que generará y la forma como se financiará.

2.7.1 Capital de trabajo

(RODAS, Francisco, 2012); menciona que: “El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio”.

El capital de trabajo son aquellos recursos con los que se debe contar para poner en marcha el funcionamiento de la empresa.

2.7.2 Ingresos

(Quillet, Diccionario enciclopédico), menciona: “Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una empresa u una organización.”

Constituyen los beneficios o ganancias que una empresa obtiene por la venta o prestación de un producto o servicio.

2.7.3 Egresos

(Quillet, Diccionario enciclopédico), menciona: “Se conoce como egreso a todo aquello que egresa o sale de un lugar o espacio determinado en este caso de una empresa”.

Los egresos simbolizan toda acción de salida o gasto por la acción de utilizar u obtener un bien y servicio.

2.7.4 Costos

(ROJAS, Ricardo Alfredo, 2008, pág. 9), señala que: “Se entiende por costo la suma de las erogaciones en que incurre una persona para la adquisición de un servicio, con la intención de que genere un ingreso en el futuro”.

Son los costos en los que se incurre para adquirir productos que generaran rentabilidad futura.

2.7.5 Costos de producción

Según (SINISTERRA Gonzalo, POLANCO Luis, 2007, pág. 85) “La fabricación implica la conversión de materiales en productos terminados gracias al esfuerzo de los trabajadores y al uso de la planta de producción.

Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios

2.7.6 Materia prima

(ZAPATA, Pedro, 2011, pág. 66), menciona: “Constituyen todos los bienes, ya sea que se encuentren en estado natural o sobre quienes haya operado algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de un bien que será algo o muy diferente al de los materiales utilizados”.

La materia prima es el material primordial para la elaboración del producto sin el cual la empresa no podría funcionar.

2.7.7 Mano de obra

Para, (SINISTERRA Gonzalo, POLANCO Luis, 2007, pág. 85) La mano de obra representa el esfuerzo del trabajo humano que se aplica en la elaboración del producto.

Son las personas que con su esfuerzo físico transforman la materia prima en un producto terminado que la empresa podrá vender.

2.7.8 Gastos Generales de Fabricación

(SINISTERRA Gonzalo, POLANCO Luis, 2007, pág. 84) El tercer del costo de producción Los costos indirectos comprenden todos los costos asociados con la fabricación de los productos, con la excepción de la materia prima directa y la mano de obra directa.

Son los suministros indirectos involucrados en la producción.

2.8 GASTOS

Representan salidas de recursos que no están directamente asociados a la producción (administración, comercialización, financiación, etc.).

2.8.1 Gastos Administrativos

(BACA, Gabriel, 2010, pág. 142), afirma: “Son los costos que provienen por realizar la función de Administración de la Empresa”

Son todos aquellos que se realizan en el área administrativa por ejemplo pago de servicios básicos viáticos suministros entre otros.

2.8.2 Gastos Financieros

(BACA, Gabriel, 2010, pág. 143), dice: “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo”.

Son los gastos que se deben pagar por concepto de intereses de una deuda adquirida con una entidad financiera.

2.8.3 Estados Financieros

(ZAPATA, Pedro, 2011, pág. 60), expresa: “Los Estados Financieros son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”.

Son reportes que se obtiene al finalizar un periodo contable los mismos nos mostraran los resultados que la empresa logro y evaluar su estado.

2.8.4 Balance general

(BRAVO, Mercedes, 2011, pág. 191), expresa, “Conocido también como Estado Financiero, Estado de Activos y Pasivos, que muestra el estado de la empresa o negocio, en una fecha dada.”

Según lo indicado por autora se dice que el balance general es un estado financiero, donde se ven reflejados los movimientos de la empresa en lo que a activos, pasivos y capital se refiere.

2.8.5 Flujo de caja

(BRAVO, Mercedes, 2011, pág. 201), menciona, “El flujo de caja 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 caja es un documento financiero muy importante para cualquier empresa porque en este están plasmados todos los movimientos que realiza la misma.

2.9 INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

2.9.1 Valor actual neto

(ORTEGA, Alfonso, 2011, pág. 243), sostiene, “Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto. Cuando el Van es positivo el proyecto es factible, mientras que el Van negativo demuestra que el proyecto no es factible, y cuando el Van es cero es indiferente.”

Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

2.9.2 Tasa interna de retorno

(ORTEGA, Alfonso, 2011, pág. 242) , manifiesta, “Es la tasa de actualización que iguala al valor actual de los egresos totales de un proyecto en estudio.”

2.9.3 Costo beneficio

(ORTEGA, Alfonso, 2011, pág. 244), expresa, “Es la razón total del valor actual de los futuros ingresos entre la inversión inicial. Esta indica el beneficio que pueda tener cada uno de los productos a evaluar.”

Nos permite determinar si los proyectos son rentables o no porque es la comparación entre los beneficios y los costos.

2.9.4 Periodos de recuperación de la inversión

(ORTEGA, Alfonso, 2011, pág. 243) , manifiesta, “Se define como el tiempo en el cual los beneficios o las utilidades futuras del proyecto cubren el monto de la inversión (generalmente medido en años).”

Tiene como principal objetivo calcular en cuanto tiempo se recuperará la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

2.9.5 Punto de equilibrio

(SARMIENTO, Ruben, 2010, pág. 69), expresa, “El punto de equilibrio es la interacción o cruce entre los ingresos totales cuando son iguales a los costos totales (fijos y variables); en donde no existe perdida ni ganancia.”

2.10 LA PEQUEÑA EMPRESA

(Sérvulo Anzola Rojas, , 2010), señala, “Es aquel negocio en el que el propietario es el autónomo en su manejo y que no denomina en su ámbito de operación en cuanto al número de empleados ni al volumen de ventas”.

Es una empresa independiente creada para ser rentable como toda empresa tiene aspiraciones y realizaciones.

2.10.1 La Importancia de la Pequeña Empresa

(Juan Anibal Pérez, 2002), manifiesta, “La pequeña empresa tiene una importancia, vital para el desarrollo socio - económico, por el gran aporte como fuente de trabajo, y por su gran capacidad de creación su contribución de nuevos empresarios y sus posibilidades de complementación con las grandes industrias”.

La pequeña es muy importante porque genera nuevas fuentes de trabajo fortaleciendo de esa manera la economía local y nacional

2.10.2 Características de la pequeña empresa

- Administración independiente
- Incidencia no significativa en el mercado.
- Escasa especialización en el trabajo productivo y administrativo.
- Con predominio de mano de obra.
- Limitados recursos financieros

2.10.3 Ventajas

Según (LEEBAERT Derek, 2012) se considera las siguientes ventajas:

- Tiende a ser económicamente más innovadora que las compañías más grandes.
- Es más apta para responder a las cambiantes exigencias del consumidor.
- Más dispuesta a crear oportunidades para las mujeres y grupos minoritarios y para emprender actividades en las zonas empobrecidas.
- Tiene la capacidad de realizar alianzas y sociedades, a diferencia de las grandes.

2.10.4 Desventajas

Según (LEEBAERT Derek, 2012) se considera las siguientes desventajas:

- Pagan compensaciones en efectivo y prestaciones laborales relativamente bajas.
- El 25% de estos empleos generados son de medio tiempo.
- Sus empleados no cumplen con las reglas de modelo corporativo, por tener un bajo nivel de educación.
- Las posibilidades de financiamiento no son tan accesibles como las de las grandes empresas.

La pequeña empresa es una significativa fuente generadora de empleo, suele ser de carácter personal o familiar, se define por su sencillez en el área de producción, ya que las instalaciones se van adaptando a las necesidades de la empresa.

En cuanto al equipo utilizado, la mayoría usa procesos manuales y semimecánicos con un proceso de producción más arduo en mano de obra que en equipo.

2.11 CONSTITUCIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA

Es el proceso en el cual se forma y se crea una empresa, mediante la decisión de una persona que se convertirá en el dueño, de realizar alguna actividad económica para obtener una utilidad ya sea por la compra – venta de bienes o la prestación de servicios, que puedan ser estos de forma personal o con la ayuda de varias personas

2.11.1 RUC

Según el servicio de rentas internas es un instrumento cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivo de proporcionar información a la Administración Tributaria de país.

2.11.2 Requisitos legales para el funcionamiento

- Emisión del registro único de contribuyentes RUC
- Solicitud de matrícula de comercio de acuerdo al estado
- Afiliación a la cámara de comercio
- Pago de tasa de matrícula de comercio
- Certificado de documentos
- Inscripción en el registro civil
- Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos (una vez realizada la inspección)
- Obtención de patente de comerciante: todo comerciante debe obtener un permiso del municipio en el cual va a ejercer sus actividades
- Permiso de funcionamiento o tasa de habilitación: este documento faculta al comerciante a instalarse en un determinado sector de la ciudad.

2.11.3 Trámites Municipales

Son todas las operaciones que debe hacer una persona que empieza o mantiene una actividad económica para cumplir con las normas para el buen vivir dictadas por la autoridad correspondiente de cada ciudad.

2.11.4 Permisos de funcionamiento sanitarios

Son los documentos que acreditan y certifican que las actividades realizadas por las empresas no son dañinas o ponen en riesgo la salud, tanto de las personas que laboran dentro de la empresa como de quienes están fuera de ella.

2.12 ESTRUCTURA LEGAL

(CORDOVA, Marcial, 2011, pág. 290), menciona: “Es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la ley”.

Son las bases para el correcto funcionamiento de una empresa.

2.12.1 Persona Jurídica

Es un sujeto de derechos y obligaciones que existe, pero no como individuo, sino como institución y que es creada por una o más persona físicas para cumplir un objetivo social que puede ser con o sin fines de lucro.

Las sociedades están obligadas a:

- Inscribirse en el RUC
- Emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones.
- Presentar declaraciones de impuestos se acuerdo a su actividad económica.

2.13 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

(CÓRDOVA, Marcial, 2011, pág. 291), expresa: “Tiene que ver con el procedimiento administrativo que debe adoptar en el desarrollo del proyecto, el cual debe clarificarse y cuantificarse”.

Es la forma de coordinar las actividades para el correcto funcionamiento de la empresa.

2.13.1 Planificación

(Darío Hurtado Cuartas, 2008, pág. 48), Sostiene, “Determina los objetivos que se desean alcanzar en el futuro y las acciones que se deben emprender para el logro de los mismos”.

En esta etapa es en donde se establecen todos los objetivos que la organización pretende cumplir al igual que las estrategias que se utilizaran para la consecución de los mismos.

2.13.2 Organización

(Darío Hurtado Cuartas, 2008, pág. 48), Afirma, “Es la estructura de la organización donde intervienen elementos fundamentales para la asignación de funciones y delimitación de responsabilidades mediante los cargos, con el fin del logro de los objetivos”.

En esta etapa las funciones y responsabilidades deben quedar bien definidas con el fin de que los trabajadores se desempeñen mejor en sus actividades lo que a su vez hará que el cumplimiento de los objetivos sea más fácil.

2.13.3 Dirección

(Darío Hurtado Cuartas, 2008, pág. 48), Manifiesta, “Consiste en ejecutar lo planeado a través del recurso humano; es el que debe ser liderado con una eficiente administración que conduzca al logro de lo propuesto”.

Es aquí donde todo lo planificado se ejecuta con la ayuda de los recursos que posee la organización en esta etapa la autoridad se encarga de

liderar la ejecución para lo cual deberá motivar al personal para que desarrolle mejor sus actividades por el bien de la organización.

2.13.4 Control

(Darío Hurtado Cuartas, 2008, pág. 48), Señala, “Permite comparar resultados durante y después de los procesos, los cuales sirven para tomar decisiones y aplicar los correctivos necesarios”.

Esta es la etapa donde se evalúan los resultados obtenidos y se toman medidas preventivas o correctivas según sea el caso.

2.13.5 Organigrama estructural

(FRANKLIN, Enrique, 2009, pág. 124), dice, “El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizacional de las institución o de una de sus áreas, en la que se muestra la composición de las unidades administrativas que se la integran, sus relaciones, nivel jerárquico, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.”

Es un esquema de la empresa en el cual se muestra como está organizada la misma.

2.14 IMPACTOS

(THOMPSON, Ivan , 2008), afirma: “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El estudio de mercado permite observar la futura aceptación o no de la mermelada de babaco, permitiendo establecer la oferta y la demanda que se requieren en el mercado.

La investigación se realizó de forma profunda en la ciudad de Cotacachi, en la cual se analizó factores como: productores, expendedores y consumidores finales. El resultado de las encuestas y entrevistas permitió tener una clara idea de la situación actual de la oferta y demanda de mermeladas en el mercado, su distribución, precios y presentaciones. Las marcas más reconocidas dentro del mercado son : Gustadina, San Jorge, Guayas, y Arcor y la marca de la empresa productora que existe en la localidad Sumak Mikuy ; las cuales elaboran mermeladas de todos los sabores excepto de babaco , este resultado deja una clara noción para entrar en el mercado con nuestro producto que es la mermelada de babaco.

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del proyecto.

3.2.2 Objetivos específicos

- Identificar la demanda de mermelada en la ciudad de Cotacachi.
- Analizar la oferta existente de mermelada en el mercado actual de la ciudad de Cotacachi
- Establecer los canales de distribución y comercialización de mermelada en la ciudad de Cotacachi.

3.3 MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Fuentes de información	Instrumentos	Publico a investigar
Identificar la demanda de mermelada en la ciudad de Cotacachi.	Demanda	· Frecuencia de compra de mermelada	Primaria	Encuesta	Supermercados
		· Preferencia de mermelada	Primaria	Encuesta	Supermercados
		· Precios de la mermelada	Primaria	Encuesta	Supermercados - Supermercados
Analizar la oferta existente de mermelada en el mercado actual de la ciudad de Cotacachi Establecer los canales de distribución y comercialización de mermelada en la ciudad de Cotacachi.	Oferta	· Variedad de mermeladas	Primaria	Guía de observación	Supermercados
				Encuesta	Supermercados
		· Sustitutos de la mermelada	Primaria	Encuesta	Supermercados
	Comercialización	· Presentación del producto	Primaria	Encuesta	Supermercados - Supermercados
				Encuesta	Supermercados
		· Plaza	Primaria	Encuesta	Supermercados
		· Satisfacción de los clientes	Primaria	Encuesta	Supermercados
Entrevista	Sumak Mikuy Ing. Verónica Acosta –Gerente Supermercados				

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

3.4 MECÁNICA OPERATIVA

Este estudio se lo realizó en base a la información obtenida de las entrevistas y encuestas.

3.4.1 Identificación de la población

Fueron motivo de diagnóstico los propietarios y gerentes de tiendas y supermercados más reconocidos de la ciudad de Cotacachi esto debido a que según la información facilitada por Sr. Irma Torosina presidenta de la Asamblea de Unidad Cantonal de Cotacachi, son 400 las tiendas de abastos, comisariatos y supermercados con las que actualmente cuenta la ciudad; según la información obtenida de la Asamblea de Unidad Cantonal la mayor parte de estos negocios está ubicado dentro de la parroquia El Sagrario con un total de 252 locales y el resto es decir 148 locales en la parroquia San Francisco.

También fueron parte del diagnóstico la Ing. Verónica Acosta quien desempeña las funciones de gerente de la empresa productora y comercializadora de mermelada de uvilla Sumak Mikuy en la ciudad de Cotacachi y por ultimo fueron también parte del diagnóstico los productores de babaco a través de las encuestas realizadas.

Para la identificación de la población a ser encuestada, se tomó en cuenta a los propietarios y gerentes de tiendas y supermercados de la ciudad de Cotacachi que como se mencionó anteriormente son 400 porque esa es la cifra de locales comerciales que existen dentro de la ciudad, dichas personas adquirirán el producto a ofertarse para luego poder venderlo al consumidor final.

3.4.2 CALCULO DE LA MUESTRA

Fórmula de cálculo

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

Dónde:

N= población	400
Z= nivel de confianza	1.96
δ = varianza	0.25
E= error	5%
n= tamaño de la muestra	

$$n = \frac{400 * 0,25^2 * 1,96^2}{(400-1)0,05^2 + 0,25 * 1,96^2}$$

$$n = \frac{96.04}{0.9975 + 0.9604}$$

$$n = 49$$

Del cálculo de la muestra se obtiene que 49 propietarios o gerentes serán encuestados, 31 locales de la parroquia El Sagrario y 18 en la parroquia San Francisco.

A continuación se presenta los nombres de propietarios y gerentes de supermercados y tiendas

**CUADRO Nº 7 NOMBRES DE PROPIETARIOS Y GERENTES DE
LOCALES DE COTACACHI**

PARROQUIA EL SAGRARIO		PARROQUIA SAN FRANCISCO	
PROPIETARIO	GERENTE	PROPIETARIO	GERENTE
Sr. Armando Echeverria			Sr. Milton Guerra
Sra. Fátima Suarez			Ing. María Elena Garcés
	Sr. Miguel Arias	Sr. Alberto Panamá	
Sra. Cristina Albán		Sr. Gustavo Sánchez	
Sra. Blanca Tuquerez			Sra. Susana Andrade
	Sra. María Muenala	Sr. Alberto Lima	
	Sra. Kory Cachimuel	Sra. Flor Mendoza	
Sr. Rodrigo Fuentes		Sr. Wilson Álvarez	
Sra. Rosalía Flores			Sr. Mario Arias
Sra. Natalia Fures			Sra. Rubí Cajas
	Sra. Esmeralda	Sr. Erika Salas	
Sr. Ángel Aisaga		Sra. Ximena Albuja	
Sra. Martha Tuquerez		Sr. Fredy Sánchez	
	Sr. Homero Vaca		Sr. Carlos Haro
Sra. Mariela Flores		Sra. Olga Sánchez	
Sra. Viviana Haro		Sr. Rolando Guevara	
Sr. José Perugachi		Sr. Roberto Terán	
Sr. Andrés Gómez			Sr. Alexander Torres
Sr. Edison Álvarez			
Sra. Luisa Ruiz			
Sr. Samy Camuendo			
Sra. Carlina Álvarez			
Sra. Violeta Terán			
Sr. Javier Andramunio			
Sr. Oscar Sandoval			
Sr. Rubén Carrillo			
Sra. Teresa Perugachi			
Sr. Luis Arellano			
Sr. Hugo Aguilar			
Sra. Sofía Moreno			
Sr. Jaime Recalde			

Técnicas e instrumentos

Para la recolección de información primaria se utilizó los instrumentos que se detallan a continuación.

3.4.3 Información primaria

Para recopilar información necesaria para el estudio de mercado, se aplicó la técnica de la encuesta realizada a los propietarios y gerentes de tiendas y supermercados de la ciudad y la entrevista la Ing. Verónica Acosta representante de la empresa Sumak Mikuy

a) Encuesta

La encuesta se la realizo a los 49 propietarios y gerentes de los supermercados y tiendas de la ciudad de Cotacachi

b) Entrevista

La entrevista se realizó a la Ing. Verónica Acosta gerente de la empresa Sumak Mikuy con el fin de conocer los niveles de producción de dicha empresa.

3.4.4 ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

3.4.4.1 Encuesta dirigida a gerentes y propietarios de los diferentes supermercados, comisariatos y tiendas de la ciudad de Cotacachi

INDICADOR (Frecuencia de compra de mermelada)

1. ¿Con qué frecuencia usted adquiere mermelada para su local?

CUADRO Nº 8 COMPRA DE MERMELADA

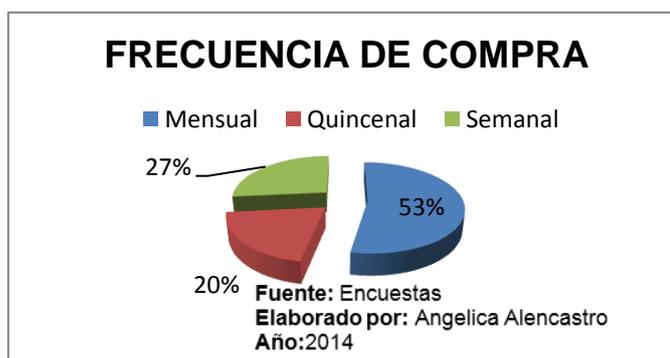
ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	26	53%
Quincenal	10	20%
Semanal	13	27%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuestas

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

GRÁFICO Nº 2 COMPRA DE MERMELADA



Análisis:

Los resultados muestran que la mayoría de tiendas y supermercados compra mermelada de manera mensual esto se debe a que la mermelada es un producto de consumo diario y a que las familias de la ciudad son numerosas, mientras que el resto lo hace de manera quincenal y semanal, este resultado permite observar que los

supermercados y tiendas si pueden adquirir el producto de manera mensual lo que es beneficioso para la empresa.

INDICADOR (Preferencia de mermelada)

2. ¿Cuál es el sabor de mermelada que se vende con más frecuencia en su local?

CUADRO Nº 9 PREFERENCIA DE MERMELADA

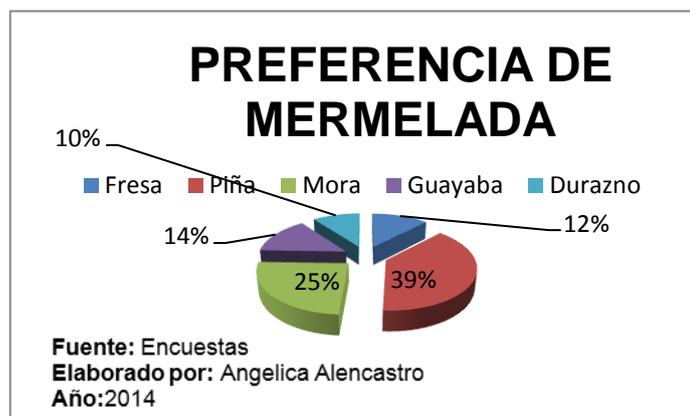
ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fresa	6	12%
Piña	19	39%
Mora	12	24%
Guayaba	7	14%
Durazno	5	10%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuestas

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

GRÁFICO Nº 3 PREFERENCIA DE MERMELADA



Análisis:

La gran mayoría de tiendas y supermercados adquieren mermelada y mora en mas cantidad que las de fresa guayaba y durazno porque observan que sus clientes prefieren esos sabores al momento de comprar

lo que refleja que esos dos son los dos sabores con los que la mermelada de bbaco tendría que competir dentro del mercado.

INDICADOR (Variedad de mermeladas)

3. ¿De qué marcas son las mermeladas que usted compra?

CUADRO Nº 10 MARCAS DE MERMELADA

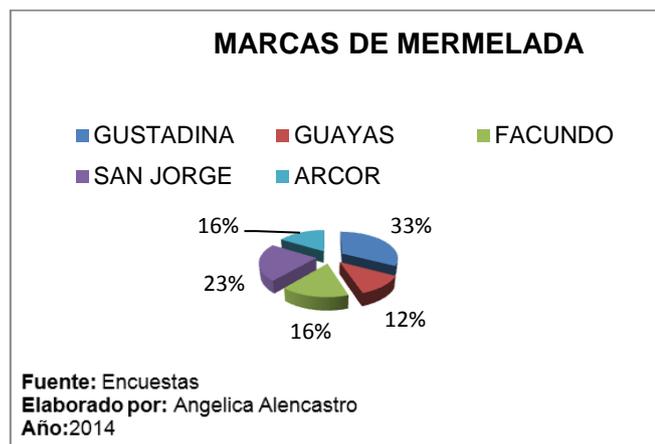
ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
GUSTADINA	16	33%
GUAYAS	6	12%
FACUNDO	8	16%
SAN JORGE	11	22%
ARCOR	8	16%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuestas

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

GRÁFICO Nº 4 MARCAS DE MERMELADA



Análisis:

La mayoría de propietarios y gerentes de los supermercados y tiendas de la ciudad de Cotacachi manifestaron que la marca que más se vende es

Gustadina seguida de San Jorge, Arcor y Facundo y una minoría manifestó que compra la marca Guayas, esto refleja que nuestra marca tendrá que competir con marcas muy reconocidas por el cliente final.

INDICADOR (Precios de la mermelada)

4. ¿Qué precio tiene la mermelada que usted vende?

CUADRO Nº 11 PRECIO DE COMPRA DE MERMELADA

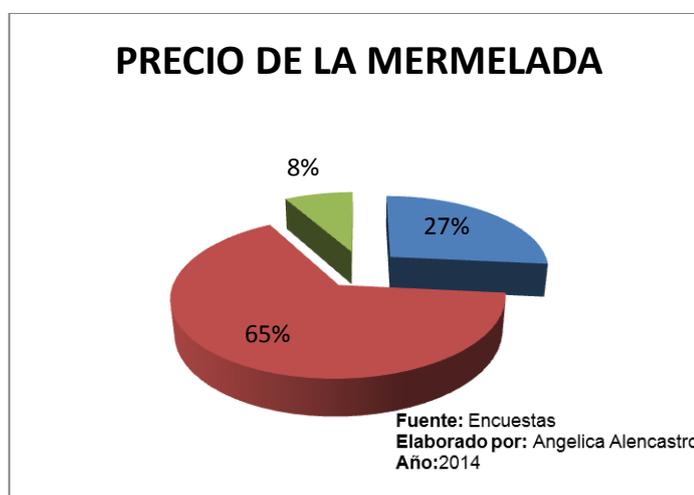
ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3,00-3,50	32	65%
3,50-4,00	13	27%
más de 4,00	4	8%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuestas

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

GRÁFICO Nº 5 PRECIO DE COMPRA DE MERMELADA



Análisis:

Los resultados muestran que la mayoría de supermercados y tiendas venden mermelada a un precio de entre 3.00 a 3.50 dólares porque las marcas que tienen ese precio son las más apetecidas y son esas las que los propietarios o gerentes eligen al momento de comprar a su proveedor mientras que las otras marcas se reciben en poca cantidad debido a que

el precio es más elevado y los propietarios o gerentes prefieren comprar las marcas más baratas para la satisfacción de sus clientes es por eso que la mermelada de babaco se venderá a 3.40 por ser nueva en el mercado.

INDICADOR (Sustitutos de la mermelada)

5. ¿Qué productos adquieren sus clientes con más frecuencia cuando no tiene mermelada en su local?

CUADRO Nº 12 SUSTITUTOS DE MERMELADA

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MANTEQUILLA	22	45%
DULCE DE LECHE	19	39%
QUESO CREMA	8	16%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuestas

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

GRÁFICO Nº 6 SUSTITUTOS DE MERMELADA



Análisis:

Los resultados reflejan que cuando no encuentran mermelada optan por comprar mantequilla porque la consideran más nutritiva para la hora del desayuno, otro porcentaje se inclina por el dulce de leche y un mínimo porcentaje prefiere el queso crema a pesar de que este es más caro que la mantequilla y el dulce de leche.

INDICADOR (Presentación del producto)

6. ¿Qué presentación de mermelada es la que más compran sus clientes?

CUADRO Nº 13 PRESENTACIÓN DE MERMELADA

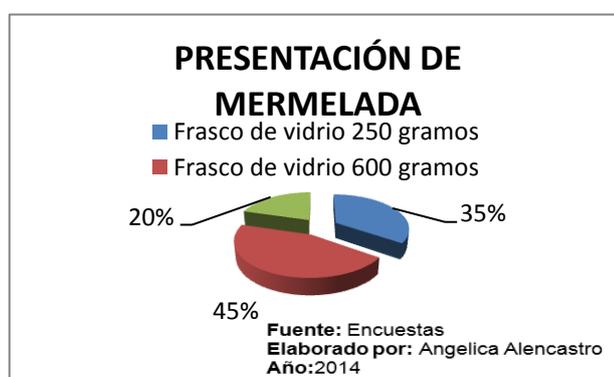
ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frasco de vidrio 250 gramos	17	35%
Frasco de vidrio 600 gramos	22	45%
Frasco de vidrio 300gramos	10	20%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuestas

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

GRÁFICO Nº 7 PRESENTACIÓN DE MERMELADA



Análisis:

En base a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada se observa que la mayoría de personas compran la presentación de vidrio de 600 gramos porque es un producto de consumo diario y las familias son numerosas, la presentación de 300 gramos también tiene gran acogida y por último la de 250 que son adquiridas con poca frecuencia y esta presentación la obtienen las familias que no son numerosas, es por eso que la mermelada de babaco se producirá en una presentación de 600gr.

INDICADOR (Satisfacción de los clientes)

7. ¿Considera que sus clientes satisfacen sus exigencias con las mermeladas que usted vende?

CUADRO N° 14 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	46	94%
no	3	6%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuestas

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

GRÁFICO N° 8 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



Análisis:

Del total de los encuestados casi el 100% respondió que si nota la satisfacción de sus clientes porque regresan una y otra vez a sus locales a adquirir sus productos, por otro una minoría asumen que no.

INDICADOR (Cantidad de mermelada)

8. ¿Qué cantidad de mermelada de 600gr adquiere cada mes para su expendio?

CUADRO Nº 15 CANTIDADES DE MERMELADA

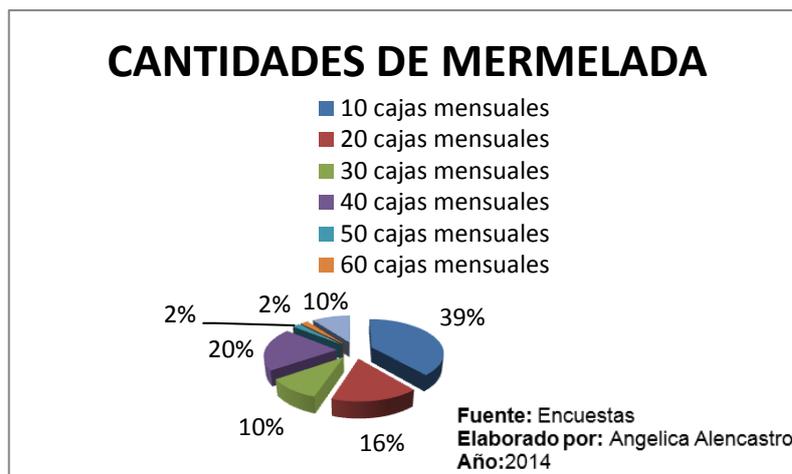
ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 cajas mensuales	19	39%
20 cajas mensuales	8	16%
30 cajas mensuales	5	10%
40 cajas mensuales	10	20%
50 cajas mensuales	1	2%
60 cajas mensuales	1	2%
70 cajas mensuales		
80 cajas mensuales		
90 cajas mensuales		
100 cajas mensuales	5	10%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuestas

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

GRÁFICO Nº 9 CANTIDADES DE MERMELADA



Análisis:

La mayoría de tiendas y supermercados compran de 10 a 50 cajas mensuales porque lo hacen en base a la demanda del mismo producto, mientras que locales como Tía y comisariatos compran 100 cajas mensuales debido a que tienen más concurrencia de clientes; estos datos permiten calcular la demanda de la mermelada de babaco.

INDICADOR (Preferencia de mermelada)

9. ¿Le gustaría adquirir mermelada de babaco para venderla en su negocio?

CUADRO Nº 16 ACEPTACIÓN DE MERMELADA DE BABACO

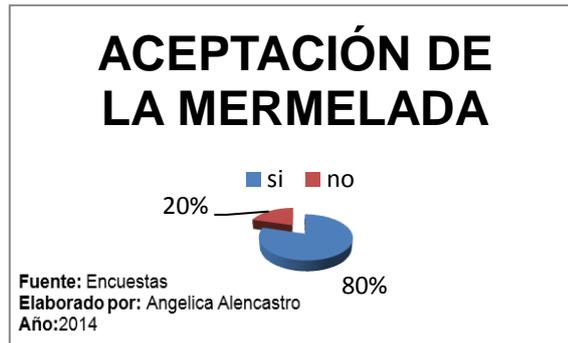
ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	39	80%
no	10	20%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuestas

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

GRÁFICO Nº 10 ACEPTACIÓN DE MERMELADA DE BABACO



Análisis:

El 80% es decir la mayoría de encuestados manifestó que si están dispuestos a adquirir mermelada de babaco para venderla en su negocio porque les interesa mucho diversificar su mercadería y al ser este un producto nuevo en el mercado les llama la atención, por otro lado una minoría dijo que no está de acuerdo en adquirir este producto porque nunca han escuchado de él y lo consideran extraño.

10.¿Del 1 al 10 que porcentaje estima usted que ha tenido el consumo de mermelada?

CUADRO Nº 17 PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DE CONSUMO DE MERMELADA

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1		
2		
3	25	51%
4	13	27%
5	6	12%
6	5	10%
7		

8		
9		
10		
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuestas

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

GRÁFICO Nº 11 PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DE CONSUMO DE MERMELADA



Análisis:

La mayoría de los encuestados concuerda en que el consumo de mermelada ha crecido en un 1% pero que eso depende de la temporada, otros concuerdan en que se incrementa en un 2% porque si notan que las personas compran más mermelada, y una persona considera que ha crecido el 3% de igual manera otra persona considera que ha crecido el 4% porque a su local frecuentemente van personas a adquirir este producto. En promedio se obtiene el 5% de crecimiento.

3.4.4.2 Entrevista dirigida a la Ing. Verónica Acosta gerente de Sumak Mikuy.

Objetivo: El objeto de esta entrevista es conocer los niveles de producción que posee la empresa Sumak Mikuy

Nombre del entrevistado: Ing. Verónica acosta

Día: 09 de Junio del 2014

Hora: 10h00

**GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA LA INGENIERA VERÓNICA
ACOSTA GERENTE DE SUMAK MIKUY**

1. ¿Cuántas unidades de mermelada produce la empresa?

R. 1000 unidades al mes entre mermelada de uvilla y mora

A decir de la gerente de la empresa la razón para producir esta cantidad de unidades se debe a que no tiene mercado local es decir las vende a la empresa pacari y esta se encarga de exportarlas junto a otros productos como el chocolate.

2. ¿Cuáles son las presentaciones de mermelada que la empresa ofrece?

R. Principalmente la empresa ofrece presentaciones en envases de vidrio de 300gr y 600gr.

La empresa solo produce mermelada en estas presentaciones porque la mermelada que elabora es muy apetecida en el extranjero y los clientes de la empresa intermediaria exigen que sean de estas presentaciones.

3. ¿Cuáles son los precios de la mermelada?

R. Para los envases de 300gr el precio es de \$2.40 y para los envases de 600gr el precio es de \$3.80.

Los precios de estas presentaciones se fijan en base al costo de la materia prima que en este caso es un poco elevado porque se la compra a los socios de la empresa y se trata de generarles un poco de rentabilidad adquiriendo su producto un poco más elevado al precio referencial del mercado.

4. ¿Distribuye sus productos en tiendas comisariatos y supermercados de la ciudad?

R. No nuestros productos son distribuidos a la empresa PACARI ubicada en Quito para posteriormente ser exportados

La empresa no distribuye localmente sus productos porque considera que no es rentable venderla al consumidor final pero tampoco lo hace en los supermercados y tiendas de la ciudad porque no lo desea a decir de la gerente.

3.5 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

3.5.1 Características físicas

El babaco contiene una variedad de nutrientes y vitaminas que al ser mezcladas para una mermelada con todos los aditamentos que se necesitan presenta la siguiente información nutricional:

INFORMACIÓN NUTRITIVA	
Calorías	7,17%
Proteínas	0,07%
Grasas	0%
Carbohidratos	1,69%

Fuente: El Cultivo del Babaco (Fabara, Jorge)

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

Estos valores son estimados para una ración es decir para una cucharada de mermelada; los ingredientes de la mermelada hacen que no sea necesaria la refrigeración de la misma, tan solo basta con mantenerla en un lugar fresco y seco de esa manera cumplirá con su ciclo de vida útil que es un año.

3.5.2 Características estructurales

La mermelada de babaco es una mezcla de pulpa de fruta, azúcar y agua, es un producto de consistencia pastosa generada por la cocción y concentración de fruta de alta calidad y adecuadamente preparada con la adición de conservantes. La auténtica mermelada debe presentar un color brillante y atractivo, irradiando el color propio de la fruta; debe también poseer un buen sabor afrutado, debe conservarse bien, cuando se lo almacena.

Su presentación será en envases de vidrio, en cantidades de 300gr, su color es amarillo como el del babaco, además tiene un sabor agradable que se lo puede combinar con alimentos como. Galletas, cereales, pan y otros

3.5.3 Presentación del producto

El producto que se proyecta introducir en el mercado tendrá una presentación de 600gr, en envases de vidrio, bien esterilizados, con una etiqueta en la que se detallan el nombre del producto, su sabor en la parte de adelante y en la parte de posterior la composición nutricional, ingredientes, código de barra, fecha de elaboración y caducidad datos necesarios al momento de adquirir un producto de esta clase.



Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

3.6 SEGMENTO DE MERCADO

El producto que la pequeña empresa va a elaborar está destinado a los supermercados y tiendas de la ciudad de Cotacachi, el producto se distribuirá en la ciudad de Cotacachi directamente a tiendas y supermercados para que posteriormente estos distribuyan el producto al consumidor final es decir las familias cotacacheñas.

3.7 DEMANDA

Se determinó la demanda actual en vista de que no se cuenta con datos históricos; esta está determinada en base a los datos obtenidos de la encuesta realizada a los propietarios y gerentes de supermercados y tiendas de la ciudad de Cotacachi.

CUADRO Nº 18 DEMANDA ACTUAL DE MERMELADA EN KILOGRAMOS

FRECUENCIA ADQUISICIÓN DE MERMELADA	NÚMERO DE CAJAS	UNIDADES POR CAJA	PRESENTACIÓN EN GRAMOS	GRAMOS	KILOGRAMOS
mensual	10	24	600	1.728.000	1.728,00
mensual	20	24	600	3.456.000	3.456,00
mensual	30	24	600	5.184.000	5.184,00
mensual	50	24	600	8.640.000	8.640,00
mensual	60	24	600	10.368.000	10.368,00
mensual	40	24	600	6.912.000	6.912,00
mensual	100	24	600	17.280.000	17.280,00
TOTAL					53.568,00

Fuente: Encuestas

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

3.7.1 Proyección de la demanda

Proyección de la demanda en base al porcentaje crecimiento de consumo de mermelada que es el **5%** en promedio dato obtenido de las encuestas

Para la proyección de la demanda se utilizó la siguiente formula:

$$D_p = D_o (1 + i)^n$$

Donde:

D_p = Demanda proyectada

D_o = Demanda inicial

i = tasa de crecimiento

n = número de años

**CUADRO Nº 19 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE MERMELADA
DE 600 GR**

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
Año	Demanda Kg
0	53.568,00
2015	55.710,72
2016	57.939,15
2017	60.256,71
2018	62.666,98
2019	65.173,66

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

3.8 OFERTA

Para determinar la oferta actual de mermelada se tomó el 20% de la demanda que es el porcentaje que los supermercados y tiendas están en la posibilidad de adquirir

CUADRO Nº 20 OFERTA ACTUAL DE MERMELADA KILOGRAMOS

Nº FAMILIAS PRODUCTORAS	PRESENTACIÓN EN GRAMOS	CAJAS MENSUALES	UNIDADES POR CAJA	TOTAL ANUAL EN GRAMOS	TOTAL ANUAL EN KILOGRAMOS
1	600	2	24	345.600	345,6
2	600	4	24	622.080	622,08
3	600	5	24	933.120	933,12
4	600	9	24	1.555.200	1555,2
5	600	11	24	1.866.240	1866,24
6	600	7	24	1.244.160	1244,16
7	600	18	24	3.110.400	3110,4
TOTAL					9.676,8

Fuente: Entrevistas

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

Para poder proyectar la oferta se tomó en cuenta el mismo porcentaje de crecimiento de consumo de mermelada que es el 5%

3.8.1 Proyección de la oferta

CUADRO Nº 21 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE MERMELADA

PROYECCION DE LA OFERTA	
0	9.676,80
2015	9.870,34
2016	10.067,74
2017	10.269,10
2018	10.474,48
2019	10.683,97

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Cuadro Nº20

Año: 2014

DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

Al efectuar el cálculo de la oferta y demanda proyectadas, se observó que existe una demanda insatisfecha 43.891,20 kg de mermelada, de lo cual el proyecto estará en capacidad de tomar el 30%

CUADRO Nº 22 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL	CAPACIDAD DEL PROYECTO	CANTIDAD EN UNIDADES
0	53.568	9.676	43.891	13.167	21.945
1	55.710	9.870	45.840	13.752	22.920
2	57.939	10.067	47.871	14.361	23.935
3	60.256	10.269	49.987	14.996	24.993
4	62.666	10.474	52.192	15.657	26.096

5	65.173	10.683	54.489	16.346	27.244
---	--------	--------	--------	--------	--------

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Cuadros N°19 y 22

Año: 2014

De esta manera la capacidad del proyecto es del 30 % de la demanda insatisfecha que corresponde a 13.167 kilogramos del producto es decir 21.945 unidades para el primer año.

3.9 PRECIOS

Según los datos adquiridos en la encuesta en los diferentes supermercados y tiendas de la ciudad de Cotacachi, se observa que existen tanto precios bajos como precios altos, es por eso que se tomó en cuenta el promedio de todas ellas.

El precio de introducción al mercado para la mermelada de babaco sería de \$3.40 para la presentación de 600gr; tomando en cuenta que el producto que se pretende introducir al mercado es nuevo y es necesario que el precio sea accesible para los demandantes de esa manera será competitivo en el mercado.

3.10 PROYECCIÓN DEL PRECIO

El precio de venta establecido para la mermelada de babaco de 600gr será de 3.40; los cuales para los próximos años tendrán un incremento del 3.67%, basados en el porcentaje de inflación anual del año 2014 de acuerdo al INEC.

Para la proyección de la demanda se utilizó la siguiente formula:

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

P_p = Precio proyectado

P_o = Precio inicial

i = inflación

Dónde:

n = número de años

CUADRO Nº 23 PROYECCIÓN DE PRECIOS DE MERMELADA

AÑO	300 GR
0	3,4
2015	3,52
2016	3,65
2017	3,78
2018	3,92
2019	4,07

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Cuadro Nº 24

Año: 2014

3.11 COMERCIALIZACIÓN

El proceso de comercialización de mermelada de babaco empieza con la obtención de la materia prima el babaco, aquí será transformado en mermelada de babaco, y a su vez comercializada a los abastos, tiendas y supermercados de la ciudad de Cotacachi.

3.11.1 Producto

El producto que se proyecta comercializar tiene muchas ventajas comerciales por las características que presenta al ser una mermelada de un agradable sabor, nutritiva y con una preparación practica al igual que las otras marcas. El producto a comercializarse se lo hará en envases de vidrio que contendrá 600 gr. cada envase.

3.11.2 Precio

El precio del producto se fijó en base a los precios referenciales de las otras marcas y se los proyecto con la inflación actual que es de 3.67%, de esta manera los precios podrán ser más competitivos dentro del mercado

3.11.3 Plaza

El mercado está constituido por una sociedad con diferentes necesidades, hábitos y posibilidades económicas las mismas que influyen en los gustos y preferencias de las personas al momento de adquirir un producto es por eso que el producto estará distribuido a los diferentes supermercados, comisariatos, tiendas y abastos de la ciudad de Cotacachi.

3.11.4 Promoción

Es preciso desarrollar una estrategia de publicidad y promoción que permita la aceptación del producto debido a que es nuevo en el mercado, tratando de lograr un posicionamiento en la mente del consumidor.

Para la promoción del producto se establecerán anuncios en el diario EL NORTE por eso que se propone la inversión de \$150 dólares para la realización de todo lo antes mencionado.

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO

4.1 LOCALIZACIÓN

4.1.1 Macrolocalización

El proyecto estará ubicado al norte del Ecuador, en la Provincia de Imbabura, Ciudad de Cotacachi. El Cantón Cotacachi está ubicado al norte de Quito, capital del Ecuador, en la Provincia de Imbabura, es el cantón más extenso de los seis que conforman la Provincia con una superficie de 1.809 km² aproximadamente.

GRÁFICO Nº 12 MAPA DE LA UBICACIÓN DE COTACACHI



e: <http://localidades.org/ecuador>

Autora: Angélica Alencastro

4.1.2 Microlocalización

Para determinar la Micro-localización del Proyecto en relación a las tres alternativas propuestas se utilizó el método de valoración cuantitativa de los factores de localización. Este método también se lo conoce como el método de Brown o Método de evaluación cuantitativa. Para aplicar este método se consideró los siguientes factores:

- Infraestructura
- Cercanía al mercado
- Precio de insumos
- Disponibilidad de materia prima
- Disponibilidad de mano de obra

CUADRO Nº 24 MATRIZ DE PONDERACIÓN DE FACTORES

FACTOR	PESO	QUIROGA		CUICOCHA		CHILCAPAMBA	
		Puntos	Ponderación	Puntos	Ponderación	Puntos	Ponderación
Infraestructura	10%	7	0,7	6	0,6	8	0,8
Cercanía al mercado	10%	8	0,8	6	0,6	7	0,7
Precio de insumos	15%	9	1,35	6	0,9	6	0,9
Disponibilidad de materia prima	50%	7	3,5	6	3	10	5
Disponibilidad de mano de obra	15%	7	1,05	6	0,9	9	1,35
TOTAL	100%		7,4		6		8,75

La infraestructura y la cercanía al mercado mantienen un 10% de importancia, la disponibilidad de mano de obra y los precios de insumos un 15%, por último la disponibilidad de materia prima es el criterio de selección más importante por lo que se le asigna un 50%. Finalmente se asignó un valor entre 0 y 10, indicando si satisface o no el criterio.

Luego realizar la respectiva ponderación de la microlocalización, se ha decidido ubicar el proyecto en la comunidad de Chilcapamba, considerando que después del análisis cuenta con algunos otros factores como: la cercanía de mano de obra y la cercanía de materia prima entre otros, lo cual facilita las actividades de producir y comercializar mermelada de babaco.

GRÁFICO N° 13 MAPA DE LA UBICACIÓN DE LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA



Fuente: <http://localidades.org/ecuador>

Autora: Angélica Alencastro

4.1.3 Diseño de Instalaciones

Las instalaciones están diseñadas para producir la cantidad que sea necesaria para satisfacer la demanda potencial identificada. La planta está distribuida de la siguiente manera:

CUADRO N° 25 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

250m2	
Área de producción 74m2	
Bodega y recepción de insumos	30m2
Selección y lavado Preparación del jugo de babaco	14m2
Cocción de azúcar Mezcla de azúcar, jugo de babaco y conservantes Envase de la mermelada de babaco Enfriado	18m2
Etiquetado y empaçado	12m2
Área administrativa 58m2	
Gerencia	20m2
Secretaría	19m2
Contabilidad	19m2
Ventas 80m2	
Almacén	30m2
Bodega Producto Terminado	50m2
Baños 6m2	
1	3m2
2	3m2

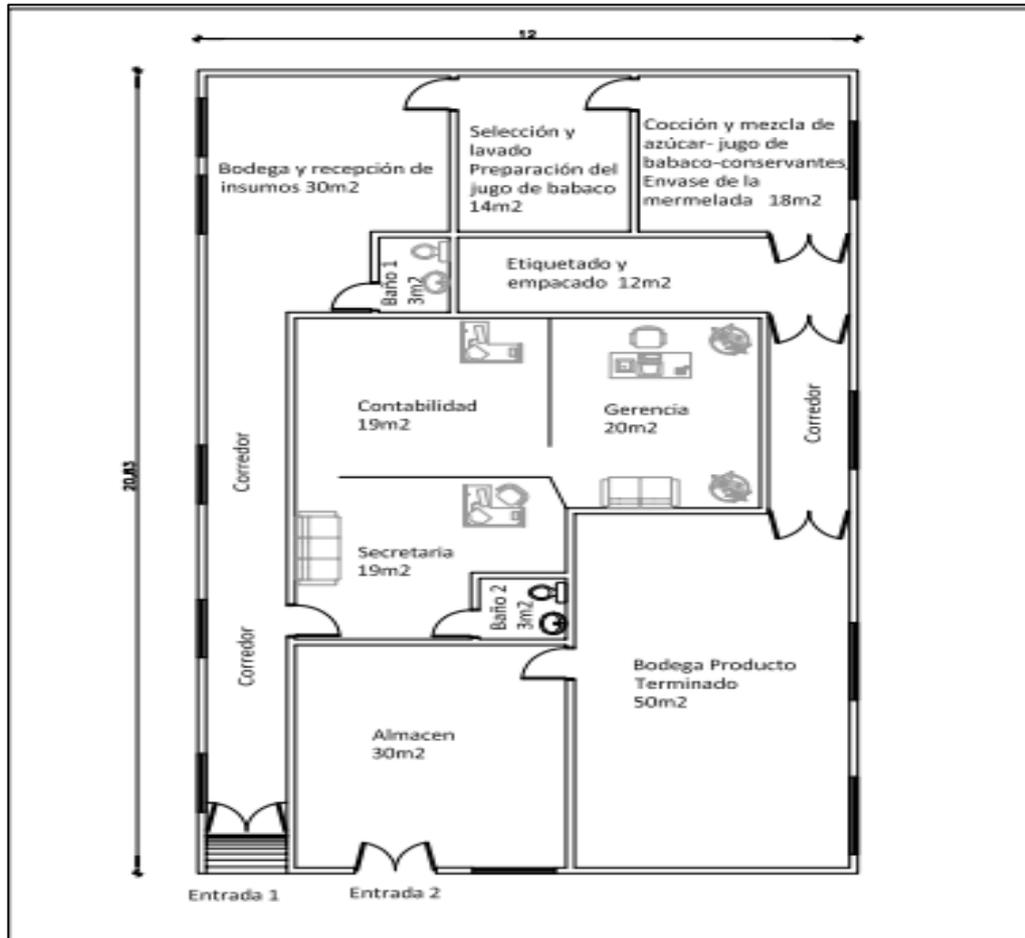
por:

Elaborado

Ing. David
Rosado

Año: 2014

GRÁFICO Nº 14 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Elaborado por: Ing. David Rosado

Año: 2014

4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

Hablar del tamaño del proyecto es delimitar la capacidad a instalarse o de diseño y la capacidad operativa que tendrá la empresa en la etapa de operación. Por lo dicho anteriormente, a continuación se presentan los siguientes factores condicionales del tamaño del proyecto.

4.2.1 Capacidad instalada

El tamaño de la microempresa nos muestra que cantidad o número puede tener, recibir, almacenar y producir una instalación en determinado periodo. Si la microempresa es demasiado grande parte de ellas estarán ociosas y agregarán costo a la producción y clientes. Por el contrario si la microempresa es demasiado pequeña se perderá clientes y quizás estas ventas. Es por eso que el tamaño de las instalaciones debe alcanzar una

producción de **13.167** kilogramos de mermelada en la presentación de 600 gr, para el primer año; siendo esta el 30% de la demanda insatisfecha determinada en el estudio de mercado.

4.2.2 La demanda

La demanda es uno de los factores con más importancia al momento de considerar el tamaño del proyecto. Según el estudio de mercado, las posibilidades de introducir la mermelada de babaco al mercado son bastante alentadoras, debido a que la demanda del producto es superior a la oferta.

4.2.3 Disponibilidad de materia prima

Se considera como materia prima al babaco como fruta; esta fruta la van a proveer los pobladores de la comunidad de Chilcapamba como se menciona en el diagnóstico situacional son 15 familias que en total suman 4 hectáreas de cultivo de esta fruta, las cuales están representadas por el Sr, Alfredo Albuja además también se considera como materia prima el azúcar, el ácido cítrico, la pectina y los conservantes (datos según el Anexo N° 9)

4.2.4 Disponibilidad de tecnología

Es preciso tomar en cuenta que se necesita tecnología apropiada que nos permita mejorar la calidad del producto y facilitar el proceso productivo, con lo que se optimizará tiempo y recursos y por ende se reducirán los costos de producción.

4.2.5 Financiamiento

Para poder poner en marcha la pequeña empresa se requiere cierto capital, mismo que será obtenido de las entidades financieras que existen dentro de la ciudad, más detalladamente de este punto se trata en el capítulo financiero.

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.3.1 Proceso productivo de mermelada de Babaco

SÍMBOLOS UTILIZADOS PARA LOS PROCEDIMIENTOS

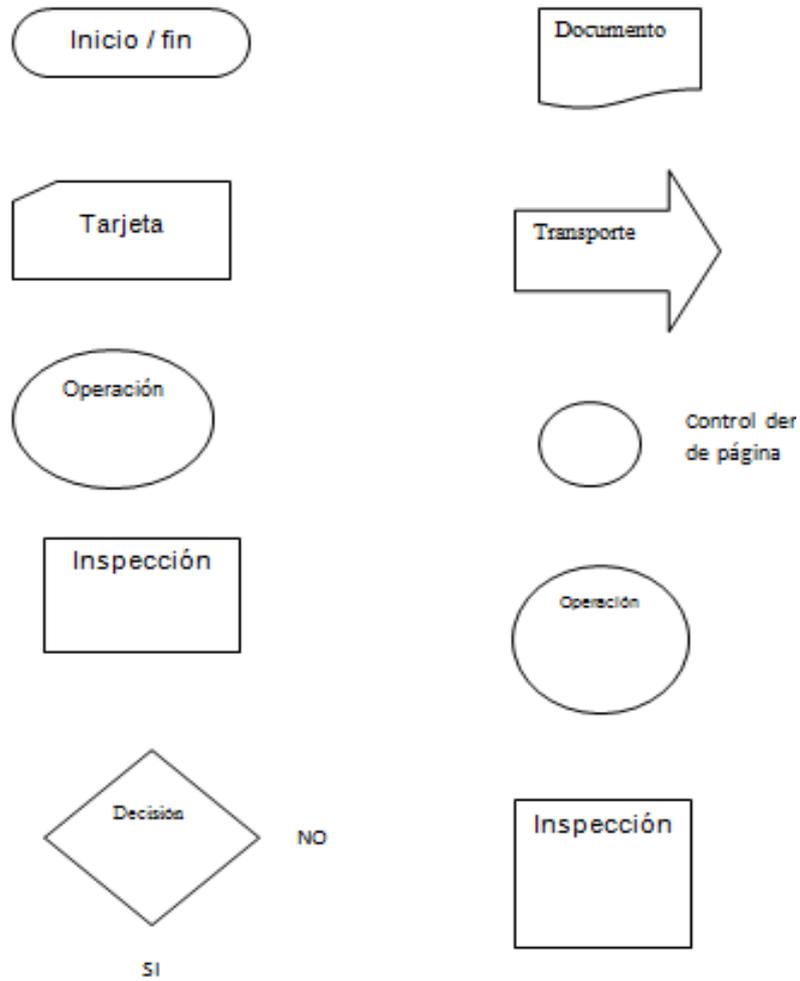
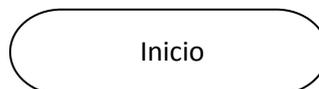
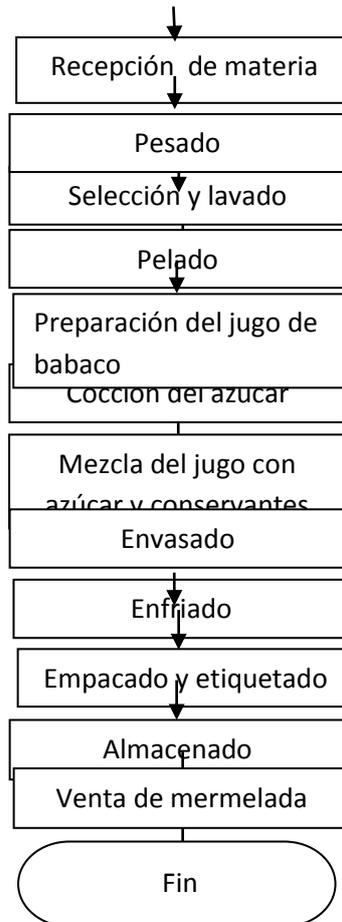


GRÁFICO Nº 15 FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE MERMELADA DE BABACO





Recepción de materia prima: Es la primera fase, aquí es necesario que el babaco cumpla con la madurez necesaria para la elaboración de mermelada.

Pesado: Es importante para determinar rendimientos y calcular la cantidad de los otros ingredientes que se añadirán posteriormente.

Almacenamiento: El babaco es almacenado en la cámara de refrigeración a una temperatura de 4 - 5° C el babaco se puede mantener en refrigeración por un tiempo máximo de 5 días.

Selección: se realiza la selección de babaco en función de fruta buena y fruta mala para luego pesar y ser descontada al proveedor.

Lavado: Se realiza con la finalidad de eliminar cualquier tipo de partículas extrañas, suciedad y restos de tierras que puedan estar adheridos a la fruta.

Pelado: el pelado se puede hacer en forma manual, empleando cuchillos o en forma mecánica con máquinas. En el pelado mecánico se elimina la

casaca, el corazón de la fruta y si se desea se corta en tajadas dependiendo de la fruta.

Despulpado: Consiste en obtener la pulpa o jugo, libres de cáscaras y pepas. Esta operación se realiza a nivel industrial en pulpeadoras. A nivel semi-industrial o artesanal se puede hacer utilizando una licuadora.

Cocción: Se realiza en una marmita a gas de 50 kg de capacidad. La concentración se realiza por 45 minutos a una temperatura de 97 °C.

Mezcla: Se añaden los demás ingredientes para realizar la mermelada, es decir azúcar, agua y conservante.

Envasado: El envasado se realiza a 85 °C en envases de vidrio de 300gr.

Enfriamiento: Se realiza con chorros de agua fría para que se dé el choque térmico.

Etiquetado y Empacado: La etiqueta es adhesiva y se coloca en cada envase de mermelada para identificarla.

Almacenamiento: El producto final se almacena en la bodega a temperatura ambiente.

Venta de mermelada: el producto terminado es distribuido en los

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
-------------	----------	-------

supermercados y tiendas de la ciudad de Cotacachi.

4.4 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.4.1 Inversión Fija

4.4.1.1 Terreno

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno propio, que son aproximadamente 250 m², mismo que está avaluado en 3.000,00 dólares.

CUADRO Nº 26 REQUERIMIENTO DE TERRENO

Terreno	250m2	\$ 3.000
---------	-------	----------

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

4.4.1.2 Infraestructura civil

La obra de construcción se realizará en un espacio de 218 m² se toma como referencia también que el precio de construcción en Cotacachi es de \$150 por metro cuadrado.

CUADRO Nº 27 INFRAESTRUCTURA

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Infraestructura Civil	\$ 32.700

Autora: Angélica

Alencastro

Fuente: Ing. David Rosado

Año: 2014

4.4.1.3 Maquinaria y Equipo de producción

CUADRO Nº 28 MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Gavetas plásticas	20	200
Baldes de acero inoxidable	8	90
Juego de cuchillos	2	16
Ollas de 50 litros	2	180
Termómetro	1	60
Paletas batidoras	3	40
Tanque de recepción y lavado	1	100
Licuada industrial	1	170
Balanza digital 500kg	1	420
Esterilizador	1	200
Embazadora	1	350

Filtro	1	240
Cocina industrial 3 quemadores	1	509,6
Gas industrial	2	60
Mesas de trabajo de acero inoxidable	2	190
Caldero	1	1000
Cuarto Frio	1	1200
TOTAL		5.026

Fuente: ASTIMEC S.A, PICA S.A, METALICAS LOZADA HNOS., REFRICOMSA, UMCO

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

4.4.1.4 Muebles y Enseres

Para que la pequeña empresa comienzo a funcionar de la mejor manera es necesaria la compra de los siguientes equipos de oficina que serán manejados por el personal de la empresa

CUADRO N° 29 MUEBLES Y ENSERES

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorios de oficina	3	80	240
Archivadores	3	130	390
Sillas giratorias	3	30	90
Estantería 1,50 cm	2	90	180
Sillas	4	8	32
Sillones de espera	4	20	80
TOTAL			1.012

Fuente: MUEBLECOM, ALMACENES

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

4.4.1.5 Equipos de cómputo

Los equipos de cómputo que mermeladas San Miguel va a adquirir serán los que se describen a continuación.

CUADRO N° 30 EQUIPOS DE CÓMPUTO

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador de escritorio	1	1.172,15	1.172,15
Computador portátil	1	898,45	898,45
TOTAL			2.070,60

Fuente: COMANDATO

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

4.4.1.6 Equipo de oficina

CUADRO N° 31 EQUIPOS DE OFICINA

Teléfono	2	20	40
Calculadora	2	12	24
TOTAL			64

Fuente:

ALMEIDA HERNÁNDEZ JUANA LAURA, PAPELERÍA MONSERRATH

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

4.4.1.7 Vehículo

Para la distribución del producto es necesario un vehículo que será de uso exclusivo del área de producción la marca del mismo será Chevrolet LUV CD año 2004 a un costo de \$9.800.

CUADRO N° 32 VEHÍCULO

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo	1	9800	9800

Fuente: DUENO DEL VEHICULO (ALFONSO MORALES)

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

4.4.1.8 Resumen de la inversión fija

CUADRO N° 33 RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA

INVERSIÓN FIJA DETALLE TOTAL	
Infraestructura	32.700
Terreno	3.000
Maquinaria y equipo de producción	5.026
Muebles y enseres	1.012
Equipos de oficina	64
Equipos de computo	2.071
Vehículo	9.800
TOTAL	53.672

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

4.4.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN

4.4.2.1 Materia prima directa

La materia prima directa se detalla a continuación para la elaboración de un kilo de mermelada de babaco el cual será distribuido posteriormente a las diferentes presentaciones a ofertarse al mercado.

CUADRO N° 34 MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
	KILOGRAMOS	KILOGRAMO	
Babaco	1097	2	2.195
Azúcar	100	0,50	50
Ácido cítrico	0,50	0.60	0.30
Conservantes	0,50	0.60	0.30

TOTAL			
--------------	--	--	--

Fuente: Presidente de la asociación de agricultores de la comunidad

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

4.4.2.2 Mano de Obra Directa

La mano de obra directa que se utiliza para el proyecto está conformada por 1 trabajado que estará sujeto directamente a la empresa de acuerdo al código de trabajo estipulado por el ministerio de relaciones laborales.

CUADRO Nº 35 MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL
	1	340,00

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

4.2.2.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Materiales indirectos

Son los demás requerimientos de materiales e insumos que no forman parte directa en el producto terminado sin embargo son necesarios para la presentación final del producto para este proyecto son necesarios envases de diferentes presentaciones y precios que se detallan en el siguiente cuadro

Cuadro Nº 36 MATERIALES E INSUMOS

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO
Envase 600 gramos	1	0,10
Etiquetas envases 600 gramos	1	0,10

Fuente: Imprenta Offset Graficolor

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

Mano de obra indirecta

La mano de obra indirecta para este proyecto está representada por el jefe del departamento de producción y un bodeguero porque son quienes intervienen en el área operativa pero no directamente en la elaboración del producto final.

CUADRO N° 37 MANO DE OBRA INDIRECTA

CARGO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL
Jefe dpto. de producción	1	340
Bodeguero	1	340

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

Otros costos indirectos de fabricación

Estos rubros tienen relación con la fabricación del producto terminado, pero no forman parte directa del mismo, estos costos indirectos de fabricación en el proyecto son la energía eléctrica y el agua potable que detallamos a continuación:

CUADRO N° 38 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
Agua	1	Metros cúbicos	0,5
Energía eléctrica	1	Kw	0,04

Fuente: EMELNORTE

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Constitución y permiso de funcionamiento	400,00

4.2.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS

4.2.3.1 Sueldos Administrativos

Los sueldos administrativos son los rubros relacionados con la parte administrativa de la empresa

CUADRO Nº 39 SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CARGO	VALOR
Gerente	340,00
Contador	340,00

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: MRL

Año: 2014

4.2.3.2 Gastos de constitución

Son un conjunto de gastos en los que hay que incurrir de forma obligatoria para crear una empresa desde cero. El carácter de este gasto no se relaciona tanto con maquinaria o edificios sino con gastos de tipo jurídico como escrituras, registros mercantiles, permisos de funcionamiento etc.

CUADRO Nº 40 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

4.2.3.3 Suministros de oficina

CUADRO Nº 41 SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO
		UNITARIO
Tinta para impresora	1	20
Resma de papel bond	1	3.95
Grapadora	1	2.41
Perforadora	1	6.25
Cuaderno	1	1.29
Carpeta	1	0.27
Esfero	1	0.31

Fuente: PAPELERIA SANCHEZ

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

CUADRO Nº 42 SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	COSTO
Energía Eléctrica	30
Servicio Telefónico	20
Agua Potable	20

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

4.2.3.4 Gastos de ventas

Los gastos de venta comprenden todos los costos asociados o vinculados con las ventas de la empresa. Esto incluye salarios del personal de ventas y de ejecutivos, publicidad y gastos de viaje.

Los gastos de venta en los que la aplicación del proyecto incurrirá son los siguientes:

4.2.3.5 Sueldo de ventas

CUADRO Nº 43 GASTOS SUELDO VENTAS

DETALLE	VALOR
	MENSUAL
Jefe de Comercialización	340
Vendedor	340

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: MRL

Año: 2014

4.2.3.6 Gastos publicidad

La publicidad se realizara por el denominado método de enganche para lo cual se presentara directamente el producto en empresas a través de degustaciones además se realizara publicidad por radio para lograr captar la mayor cantidad posible de

CUADRO Nº 44 GASTOS PUBLICIDAD

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO
Anuncio en el diario El Norte		150,00

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

4.2.4 CAPITAL DE TRABAJO

Se tomara en cuenta para el capital de trabajo 2 meses; una vez emprendida la pequeña empresa el costo de capital de trabajo se detalla de la siguiente manera:

CUADRO Nº 45 CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR
COSTOS DE PRODUCCIÓN	45.760,35
Materia prima Directa	26.384,60
Mano de Obra Directa	4.632,39
CIF	14.743,36
GASTOS	10.076,44

ADMINISTRATIVOS	
Gasto Sueldo Personal Administrativo	9.236,44
Gastos de constitución	400,00
Gasto Suministro de Oficina	150
Servicios Básicos	290,00
GASTOS DE VENTAS	9.386,44
Sueldo en Ventas	9.236,44
Publicidad	150,00
SUBTOTAL	65.223,23
Imprevistos 5%	3.261,16
TOTAL	\$ 68.484,39

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

CUADRO Nº 46 INVERSIÓN TOTAL

ACTIVOS	VALOR
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 53.672,20
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 11.414,06
TOTAL	\$ 65.086,26

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

El financiamiento se lo conseguirá por medio del Banco Nacional de Fomento, con la línea de créditos productivos, con la tasa de interés del

10%, el valor del financiamiento de la inversión es del 60% del monto total, es decir de 39.051,76 USD; y el resto de la inversión debe ser asumida por los socios de la empresa que es el 40% con un valor de 26.034,51USD, para ejecutar el proyecto y dar inicio a las actividades de producción.

CUADRO N° 47 FINANCIAMIENTO

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital propio	26.034,51	40%
Financiamiento	39.051,76	60%
TOTAL	\$ 65.086,26	100%

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Estos se obtuvieron multiplicando la cantidad por el precio proyectado.

CUADRO N° 48 INGRESOS POR VENTAS PROYECTADAS

AÑO	CANTIDAD DE FRASCOS DE MERMELADA DE 300 GR	PRECIO DE VENTA	
0	21.945,60	3,40	74.615,04
2015	22.603,97	3,52	79.674,01

2016	23.282,09	3,65	85.075,99
2017	23.980,55	3,79	90.844,22
2018	24.699,97	3,93	97.003,55
2019	25.440,97	4,07	103.580,49

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Estudio de mercado

Año: 2014

5.2 DETERMINACIÓN DE EGRESOS

La inversión variable representa al Capital de Operación o de Trabajo, inversión indispensable para efectuar y mantener actividades de producción y venta. Para una mejor apreciación de los recursos económicos que se necesita en los procesos de producción, se analizara tanto la forma mensual como anual datos que permitan tomar decisiones correctas.

Todos los datos para la proyección de los precios se realizaron con el 3.67% de la tasa de inflación actual del año 2014 para la proyección de las cantidades se utilizó un incremento adicional del 3% en ventas para cada año.

5.2.1 Costos de producción

MATERIA PRIMA DIRECTA

CUADRO N° 49 MATERIA PRIMA EN CANTIDADES

INSUMO	MES	AÑO	MEDIDA
Babaco	1097	13.167	kilos
Azúcar	8	100	kilos
Ácido Cítrico	0,041	0.50	kilos
Conservantes	0,041	0.50	kilos

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2014

Se estima producir 958 kilogramos mensuales de mermelada de babaco de 600 gr, la materia prima que se necesita esta explicada en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 50 MATERIA PRIMA PROYECTADA

DETALLE	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
babaco	13167	13562,01	13968,87	14387,94	14819,57
precio	2	2,07	2,15	2,23	2,31
subtotal	26334	28119,47	30026,00	32061,79	34235,61
azúcar	100	103,00	106,09	109,27	112,55
precio	0,5	0,52	0,54	0,56	0,58
subtotal	50	53,39	57,01	60,88	65,00
ácido cítrico	0,5	0,52	0,53	0,55	0,56
precio	0,6	0,62	0,64	0,67	0,69
subtotal	0,30	0,32	0,34	0,37	0,39
conservantes	0,5	0,52	0,53	0,55	0,56
precio	0,6	0,62	0,64	0,67	0,69
subtotal	0,30	0,32	0,34	0,37	0,39
TOTAL	26.384,60	28.173,50	30.083,69	32.123,40	34.301,40

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Estudio Técnico

Año: 201

MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO Nº 51 ROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Unificado	4.080,00	4.406,40	4.758,91	5.139,62	5.550,79
Aporte Patronal	495,72	535,38	578,21	624,46	674,42
Fondos	0	30,60	33,05	35,69	38,55

Reserva					
Décimo Tercero	28,33	30,60	33,05	35,69	38,55
Décimo Cuarto	28,33	28,33	28,33	28,33	28,33
Total	4.632,39	5.031,31	5.431,55	5.863,81	6.330,64

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2014

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN (CIF)

MATERIALES INDIRECTOS

CUADRO N° 52 ENVASES

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
Envases600gr	26384,6	27176,13	27991,42	28831,16	29696,09
precio	0,1	0,10367	0,10747469	0,11141901	0,11550809
TOTAL	2.638	2.817	3.008	3.212	3.430

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2014

CUADRO N° 53 ETIQUETAS

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
Etiquetas 600gr	26384,6	27176,13	27991,42	28831,16	29696,09
precio	0,1	0,103	0,107	0,111	0,115
TOTAL	2.638	2.817	3.008	3.212	3.430

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2014

MANO DE OBRA INDIRECTA

La mano de obra indirecta es la que consta en el proceso productivo el cual está conformado por el jefe del departamento de producción y un bodeguero se detalla a continuación:

CUADRO Nº 54 PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA INDIRECTA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Unificado	8.160,00	8.967,84	9.855,66	10.831,37	11.903,67
Aporte Patronal	991,44	1.089,59	1.197,46	1.316,01	1.446,30
Fondos Reserva	0	61,20	66,10	71,38	77,09
Décimo Tercero	56,67	61,20	66,10	71,38	77,09
Décimo Cuarto	28,33	28,33	28,33	28,33	28,33
Total	9.236,44	10.208,16	11.213,65	12.318,48	13.532,49

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2014

OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Estos costos son la energía eléctrica y agua potable necesaria para la producción del nuevo producto.

CUADRO Nº 55 OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
ENERGÍA ELÉCTRICA	150	155,51	161,21	167,13	173,26
AGUA POTABLE	80	82,94	85,98	89,14	92,41

TOTAL	230	238,44	247,19	256,26	265,67
--------------	------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2014

CUADRO Nº 56 RESUMEN CIF PROYECTADOS

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
MATERIALES INDIRECTOS	5.277	5.635	6.017	6.425	6.860
MOI	9.236,44	10.208,16	11.213,65	12.318,48	13.532,49
OTROS CIF	230	238,441	247,1917847	256,2637232	265,6686018
TOTAL	14.743,36	16.081,30	17.477,58	18.999,42	20.658,44

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2014

CUADRO Nº 57 RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
MPD	26.384,60	28.173,50	30.083,69	32.123,40	34.301,40
MOD	4.632,39	5.031,31	5.431,55	5.863,81	6.330,64
CIF	14.743,36	16.081,30	17.477,58	18.999,42	20.658,44
Total	45.760,35	49.286,12	52.992,82	56.986,63	61.290,48

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2014

5.2.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO Nº 58 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Unificado	8.160,00	8.967,84	9.855,66	10.831,37	11.903,67
Aporte	991,44	1089,59	1197,46	1316,01	1446,3

Patronal					
Fondos Reserva	0	61,200	66,096	71,384	77,094
Décimo Tercero	56,67	61,20	66,10	71,38	77,09
Décimo Cuarto	28,33	28,33	28,33	28,33	28,33
Total	9.236,44	10.208,16	11.213,65	12.318,48	13.532,49

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

CUADRO Nº 59 RESUMEN PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos Sueldos Administrativos	9.236,44	10.208,16	11.213,65	12.318,48	13.532,49
Suministros de Oficina	150	155,505	167,128	186,212	215,091
Gastos de Constitución	400,00				
Servicios Básicos	290,00	300,64	323,12	360,01	415,84
TOTAL	10.076,44	10.664,31	11.703,89	12.864,71	14.163,43

Autora: Angélica Alencastro

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2014

5.2.3 GASTOS DE VENTAS

CUADRO Nº 60 PROYECCIÓN SUELDO DE VENTAS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Unificado	8.160,00	8.967,84	9.855,66	10.831,37	11.903,67
Aporte Patronal	991,44	1089,59	1197,46	1316,01	1446,3
Fondos Reserva	0	61,200	66,096	71,384	77,094
Décimo Tercero	56,67	61,20	66,10	71,38	77,09
Décimo Cuarto	28,33	28,33	28,33	28,33	28,33
Total	9.236,44	10.208,16	11.213,65	12.318,48	13.532,49

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

CUADRO Nº 61 RESUMEN PROYECCIÓN

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos Sueldos Ventas	9.236,44	10.208,16	11.213,65	12.318,48	13.532,49
Publicidad	150,00	155,51	167,13	186,21	215,09
TOTAL	9.386,44	10.363,67	11.380,77	12.504,69	13.747,58

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

5.2.4 GASTOS FINANCIEROS

Para realizar la amortización se considera una tasa de interés del 10% la cual está dispuesta por el Banco Nacional de Fomento, entidad que facilitara el préstamo para poder efectuar este proyecto

CUADRO Nº 62 TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	VENCIMIENTO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0	\$ 39.051,76			

1	35.146,58	\$ 1.952,59	\$ 3.905,18	\$ 5.857,76
2	31.241,41	\$ 1.757,33	\$ 3.905,18	\$ 5.662,51
3	27.336,23	\$ 1.562,07	\$ 3.905,18	\$ 5.467,25
4	23.431,06	\$ 1.366,81	\$ 3.905,18	\$ 5.271,99
5	19.525,88	\$ 1.171,55	\$ 3.905,18	\$ 5.076,73
6	15.620,70	\$ 976,29	\$ 3.905,18	\$ 4.881,47
7	11.715,53	\$ 781,04	\$ 3.905,18	\$ 4.686,21
8	7.810,35	\$ 585,78	\$ 3.905,18	\$ 4.490,95
9	3.905,18	\$ 390,52	\$ 3.905,18	\$ 4.295,69
10	0	\$ 195,26	\$ 3.905,18	\$ 4.100,43

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

5.2.3 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

Además de los gastos mostrados anteriormente, también existen otros como son los de la depreciación y la amortización de los activos diferidos. La depreciación se realizara de acuerdo a los porcentajes aplicados a cada uno de los fijos vigentes en la Ley de Régimen Tributario Interno.

CUADRO Nº 63 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciación Edificio (5%)					

Edificio (Infraestructura Civil)	\$ 1.635	\$ 1.635	\$ 1.635	\$ 1.635	\$ 1.635
Depreciación Muebles y Enseres (10%)					
Muebles y Enseres	50,6	50,6	50,6	50,6	50,6
Depreciación Equipos de computación (33,33%)					
Equipos de computación	690,13098	690,13098	690,13098	-	-
Depreciación Equipos de Oficina (10%)					
Equipos de Oficina	6,4	6,4	6,4	6,4	6,4
Depreciación Vehículo (20%)					
Vehículo	1.960	1.960	1.960	1.960	1.960
Depreciación Maquinaria (10%)					
Equipo y Maquinaria	502,56	502,56	502,56	502,56	502,56
TOTAL	\$ 4.845	\$ 4.845	\$ 4.845	\$ 4.155	\$ 4.155

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

5.3 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

Para el inicio de las actividades de la empresa esta cuenta con el siguiente balance de situación inicial.

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	8.298,92	PASIVO L/P	
Capital de Trabajo	8.298,92	Préstamo por pagar	37182,67
ACTIVOS NO CORRIENTES	53.672,60	CAPITAL	
Terreno	3.000,00	Inversión propia	24.788,45
Infraestructura Civil	32.700		
Muebles y enseres	1.012		
Equipos de Computación	2.070,60		
Equipos de Oficina	64,00		
Vehículo	9.800		
Maquinaria	5.026		
TOTAL DE ACTIVOS	<u>61.971,92</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>61.971,92</u>

5.4 PROYECCIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS

El Estado de Resultados se proyectara para cinco años, mediante el cual se observara la utilidad que va generando en los respectivos periodos la pequeña empresa.

CUADRO Nº 64 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	79.674,01	85.075,99	90.844,23	97.003,56	103.580,50
Costos de producción	45.760,35	49.286,12	52.992,82	56.986,63	61.290,48

(=) Utilidad Bruta	33.913,67	35.789,87	37.851,41	40.016,93	42.290,02
Gastos Administrativos	10.076,44	10.664,31	11.703,89	12.864,71	14.163,43
Gastos de Ventas	9.386,44	10.363,67	11.380,77	12.504,69	13.747,58
Depreciación	4.844,69	4.844,69	4.844,69	4.154,56	4.154,56
(=) Utilidad Operativa	9.606,10	9.917,20	9.922,06	10.492,97	10.224,45
Gastos financieros	3.709,92	2.928,88	2.147,84	1.366,82	585,78
(=) Utilidad antes de impuestos	5.896,18	6.988,32	7.774,22	9.126,15	9.638,67
(-) 15% Participación Trab.	884,43	1.048,25	1.166,13	1.368,92	1.445,80
(=) Utilidad antes de IR	5.011,75	5.940,08	6.608,08	7.757,23	8.192,87
(-) 22% Impuesto a la Renta	1.102,59	1.306,82	1.453,78	1.706,59	1.802,43
(=) Utilidad Neta	3.909,17	4.633,26	5.154,31	6.050,64	6.390,44

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

5.5 FLUJO DE EFECTIVO

El flujo de caja es el movimiento que realiza la empresa en un determinado tiempo; es decir es la necesidad exacta de efectivo para poder cubrir todas y cada una de las obligaciones de la empresa.

CUADRO Nº 65 FLUJO DE EFECTIVO

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión propia	26.034,51					
Utilidad Neta		3.909,17	4.633,26	5.154,31	6.050,64	6.390,44
(+) Depreciaciones		4.844,69	4.844,69	4.844,69	4.154,56	4.154,56
(+) Valor de Rescate						16.563,12
(=) Total Ingresos		8.753,86	9.477,95	9.999,00	10.205,20	27.108,12
EGRESOS						
Pago al Principal		3.709,92	2.928,88	2.147,84	1.366,82	585,78
(=) Total Egresos		3.709,92	2.928,88	2.147,84	1.366,82	585,78
Flujo de caja neto proyectado		5.043,94	6.549,07	7.851,16	8.838,38	26.522,34

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

5.6 COSTO DE RECUPERACIÓN

Este cuadro nos muestra el capital que es necesario para invertir para el desarrollo del proyecto y que será aportado en un 40% como inversión propia y el 60% como inversión financiada.

CUADRO Nº 66 COSTO DE RECUPERACIÓN

DETALLE	valor	PORCENTAJE	PONDERACION	VALOR PONDERADO
APORTE PROPIO	26.034,51	40%	5,14	2,056
APORTE FINANCIADO	39.051,76	60%	10	6
TOTAL	65.086,26		15,14	8,056
				11,73

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

5.7 CÁLCULO DE LA TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

Para esta tasa se tomaron en cuenta dos elementos básicos: el costo de oportunidad y la inflación, esta tasa es lo que la empresa espera obtener a cambio de determinada inversión de capital.

Ck= 8.056%

Inf= 3.67%

Su fórmula es:

$$TRM = (1 + Ck) (1 + Rp) - 1$$

$$TRM = (1 + 0,1173) (1 + 0,0367) - 1$$

$$TRM = (1,1173) (1,0367) - 1$$

TRM = 11.73%

5.8 CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Mediante el VAN se puede determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo y poder evaluar la inversión de capital utilizado en este periodo, descotados a la tasa de rendimiento medio del 11.73%.

La fórmula para el Valor Actual Neto es:

$$VAN = Inv - \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE1}{(1+i)^2} + \frac{FNE1}{(1+i)^3} + \frac{FNE1}{(1+i)^4} + \frac{FNE1}{(1+i)^5}$$

CUADRO Nº 67 CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

AÑO	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	TRM 11,73%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
			26.035
1	5043,936119	1,11726	4514,56
2	6.549	1,248269908	5246,52
3	7.851	1,394642037	5629,51

4	8.838	1,558177762	5672,25
5	26.522	1,740889687	15234,93
TOTAL			10.263,27

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

5.9 CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Para el cálculo de la TIR se procese a calcular el valor actual neto con una tasa superior e inferior para posteriormente poder interpolar.

CUADRO Nº 68 CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (INFERIOR)

AÑO	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	TRM 11,73%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
			26.035
1	5043,936119	1,11726	4514,56
2	6.549	1,248269908	5246,52
3	7.851	1,394642037	5629,51
4	8.838	1,558177762	5672,25
5	26.522	1,740889687	15234,93
TOTAL			10.263,27

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

Para el cálculo de Valor Actual Neto superior, se procede a incrementar la tasa de rendimiento hasta que el VAN sea negativo para realizar el análisis. La tasa nueva de rendimiento medio es de 23%

CUADRO Nº 69 CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (SUPERIOR)

AÑO	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	TRM 23%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
			26.035
1	5043,936119	1,23	4100,76107
2	6549,069488	1,5129	4328,81849

3	7851,156502	1,860867	4219,08524
4	8838,378475	2,28886641	3861,46541
5	26522,33646	2,815305684	9420,76614
TOTAL			-103,61

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

Tasa Inferior = 11.73%

Tasa Superior = 23%

VAN Inferior = 10.263,27

VAN Superior = -103.61

$$TIR = TI + (TS - TI) \left(\frac{VAN \text{ Inferior}}{VAN \text{ Inferior} - VAN \text{ Superior}} \right)$$

$$TIR = 11.73 + (23 - 11.73) \left(\frac{10.263,27}{10.263,27 - (-103,61)} \right)$$

$$TIR = 22.30\%$$

$$\mathbf{TIR = 22\%}$$

5.10 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Esta relación refleja la relación que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos.

La fórmula costo beneficio es:

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{\sum FNE \text{ ACTUALIZADOS}}{INVERSIÓN}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{36.297,78}{26.035}$$

$$\mathbf{\text{Costo} - \text{Beneficio} = 1,39}$$

El Beneficio – Costo es mayor a uno entonces el proyecto es factible. Por cada dólar invertido se recupera 1.39 dólares, o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de 0.39 centavos de dólar.

5.11 PERIODO DE RECUPERACIÓN

CUADRO Nº 70 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
1	4514,56	4514,56
2	5246,52	9.761
3	5629,51	15.391
4	5672,25	21.063
5	15234,93	36.298
Total		

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

Se calcula de la siguiente manera:

Cuarto año = 21.063

Cuarto año - Inversión= 21.063- 26.035= 4.972

FNE Quinto / 12= 36.298/12 = 3.024,83 cada mes

4.972/3.024,83 = 1.64 meses

0.64*30 = 19 días

La Inversión se recuperara hasta el cuarto 21.063 año dólares, la inversión total de 26.035 por lo que para recuperar el total de la inversión se necesita; 4.972 este valor se recuperará en 1 mes y 19 días.

5.12 PUNTO DE EQUILIBRIO

La fórmula para determinar el punto de equilibrio en dólares es la siguiente:

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

La fórmula para determinar el punto de equilibrio para determinar el punto de equilibrio en unidad es:

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

La fórmula para determinar el punto de equilibrio en dólares es la siguiente:

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

Para determinar el punto de equilibrio se necesita los siguientes datos:

CUADRO Nº 71 PUNTO DE EQUILIBRIO

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ventas	79.674,01	85.075,99	90.844,23	97.003,56	103.580,50
COSTOS FIJOS					
Gastos Administrativos	10.076,44	10.664,31	11.703,89	12.864,71	14.163,43
Gastos de Ventas	9.386,44	10.363,67	11.380,77	12.504,69	13.747,58
Depreciaciones	4.844,69	4.844,69	4.844,69	4.154,56	4.154,56
TOTAL COSTOS FIJOS	24.307,57	25.872,67	27.929,35	29.523,96	32.065,57
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	26.384,60	28.173,50	30.083,69	32.123,40	34.301,40
Mano de Obra Directa	4.632,39	5.031,31	5.431,55	5.863,81	6.330,64
Costos Indirectos de Fabricación	14.743,36	16.081,30	17.477,58	18.999,42	20.658,44
TOTAL COSTOS VARIABLES	45.760,35	40.969,13	46.198,53	53.902,74	65.722,37
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	58.221,24	69.979,53	72.575,05	72.624,78	69.923,70

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	16.518	19.854	20.590	20.604	19.838
-------------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

CAPÍTULO VI ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

6.1 ESTABLECIMIENTO DE LA PEQUEÑA EMPRESA

La empresa productora y comercializadora de mermelada de babaco tomará el nombre de “MERMELADAS SAN MIGUEL”. Su constitución constará con la aportación del capital por parte de los socios y financiamiento por parte del Banco Nacional de Fomento (BNF), lo cual lo hace una empresa de compañía Limitada instancia que es reconocida por la Superintendencia de Compañías.

6.2 IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA



6.3 MISIÓN

La empresa “SAN MIGUEL” es una empresa que se dedica a procesar, comercializar y distribuir mermelada de babaco de la más alta calidad que cautive la preferencia de nuestros clientes, comprometidos en la entrega a tiempo y respaldados con asesoría técnica para garantizar funcionalidad, proyectando el sano crecimiento de nuestra pequeña empresa, generando beneficios a los empleados, bienestar y desarrollo a la comunidad.

6.4 VISIÓN

Para el año 2019 MERMELADAS “SAN MIGUEL” se consolidará como una empresa líder en innovación constante, donde el espíritu por crear nuevas y mejores ideas se convierta en una filosofía de vida, donde todos participemos de manera proactiva para garantizar resultados útiles para nuestros clientes y nuestra gente, conquistando juntos nuevos mercados y negocios sin fronteras, permaneciendo en el gusto y preferencia de los consumidores más exigentes.

6.5 ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA

La estructura organizacional es simple debido a que se trata de una pequeña empresa, por lo cual esta contará con la junta general de socios, la gerencia, un departamento de producción, un departamento de comercialización, un departamento de contabilidad y una secretaría.

6.1.1 Valores de la Organización

Los valores que se observaran dentro de la empresa serán:

- Honestidad
- Excelencia
- Patriotismo
- Responsabilidad
- Prosperidad
- Confianza
- Optimismo

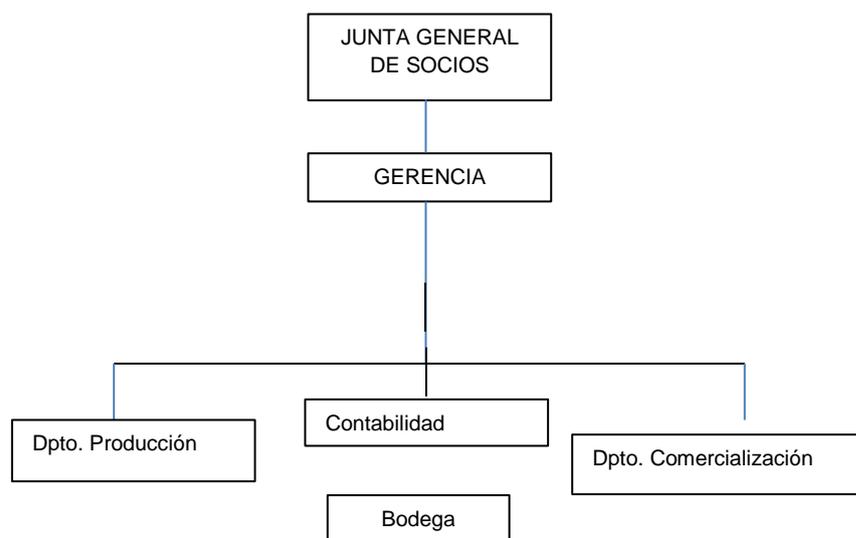
6.1.2 Políticas

Las políticas que la empresa manejará son las siguientes:

- MERMELADAS SAN MIGUEL cumplirá los requisitos acordados con los clientes
Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Los productos cumplirán con todos los estándares de calidad.
- Los empleados deberán asistir a un curso de capacitación al momento de su contratación.
- MERMELADAS SAN MIGUEL se compromete a lograr la plena satisfacción del cliente.

GRÁFICO Nº 16 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

SAN MIGUEL



Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

6.2 FUNCIONES Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

6.2.1 Gerencia General

NOMBRE DEL PUESTO	GERENTE
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad administrativa de gestión y liderazgo.• Inteligencia para resolver problemas que se presenten.• Capacidad de comunicación.• Capacidad de escucha.• Capacidad para saber delegar.• Cultura general• Apertura y flexibilidad.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Habilidades de resolución de problemas• Motivación personal• Representación legal de la empresa• Aprobación de presupuestos e inversiones.• Selección de personal.• Dirigir a la empresa en la marcha del negocio• Planeamiento estratégico de actividades• Autorizar órdenes de compra.• Autorizar convenios a nombre de la empresa

REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Especialización en producción y comercialización de productos • Ingeniero /a Comercial, y/o carreras afines. • Dos años de experiencia en puestos similares.
------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

6.2.2 Jefe de Comercialización

NOMBRE DEL PUESTO	JEFE DE COMERCIALIZACIÓN
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Negociador • Planeador • Liderazgo • Analítico • Manejo de relaciones interpersonales • Trabajo en equipo • Orientado a resultados • Orientado a los procesos • Confiable • Conocimiento de marketing • Creatividad • Habilidad para generar y cultivar relaciones con los clientes
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Marcar objetivos concretos desde el comienzo. • Creación de la red de distribuidores y su debida atención. • Implementación de otras figuras de apoyo para la comercialización del portafolio • Análisis estadístico, control de información y diseño de estrategias.

	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar estudios de rentabilidad y rotación de todas las líneas de productos y servicios para establecer el mix adecuado para cada perfil de distribuidor. • Reportes a la Dirección del avance mensual de ventas, avances del presupuesto, • Elaboración de cotizaciones.
REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios en Administración o Carreras afines. • Conocimiento del mercado • Experiencia: Mínimo 1 año

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

6.2.3 Jefe de Producción

NOMBRE DEL PUESTO	JEFE DE PRODUCCIÓN
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable en las funciones encomendadas. • Tener buenas relaciones humanas • Honestidad • Ética • Don de mando • Capacidad de trabajo bajo presión
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisa toda la transformación de la materia prima hasta el

	<p>producto terminado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordina labores del personal. • Vela por el correcto funcionamiento de maquinarias y equipos. • Es responsable de las existencias de materia prima • Entrena y supervisa a cada trabajador encargado de algún proceso productivo durante el ejercicio de sus funciones • Ejecuta planes de mejora y de procesos. • Establece controles de seguridad y determina parámetros de funcionamiento de equipos y procesos que garanticen la producción y mantengan la seguridad del empleado. • Se asegura de que todas las órdenes se ejecutan a tiempo.
REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Titulación universitaria superior, preferiblemente Ingeniería en alimentos • Estudios especializados sobre planificación y gestión de producción

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

6.2.4 Contador

NOMBRE DEL PUESTO	CONTADOR
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad. • Iniciativa • Analítico • Buena organización

	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad y Criterio en toma de decisiones. • Buen manejo de relaciones interpersonales • Habilidad numérica. • Capacidad de trabajo bajo presión • Liderazgo • Formador de Equipos de trabajo
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica. • Examinar el valor de los inventarios de mercadería y efectuar ajustes respectivos. • Revisar reportes de ventas diarias y semanales comparativas con periodos anteriores. • Coordinar la elaboración del presupuesto general y dar seguimiento al mismo. • Confeccionar las declaraciones de retención impuesto de renta. • Revisar y firmar conciliaciones bancarias. • Preparar asientos por ajustes varios a la contabilidad, procurado el orden contable.
REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Contador público autorizado • Auxiliar contable

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

6.2.5 Bodeguero

NOMBRE DEL PUESTO	BODEGUERO
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">• Amplio espíritu de servicio• Responsabilidad.• Iniciativa• Buena organización• Buen manejo de relaciones

	<p>interpersonales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad numérica. • Capacidad de trabajo bajo presión
<p>FUNCIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión y recolección de firmas de la guías de salida de los responsables de cada área de trabajo. • Mantener las bodegas de roedores y plagas que destruyan los insumos o materiales existentes • Archivar en orden los pedidos del día. • Cierre mensual y revisión del inventario conjuntamente con el jefe de producción • Participar en la reuniones • Controlar los plazos de entrega, estado de los artículos, recepción y condiciones de la materia prima y del producto terminado • Búsqueda de proveedores alternativos que puedan suministrar los mismos insumos o materias primas en mejores condiciones de plazo, calidad y precio que los actuales.
<p>REQUISITOS DEL PUESTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos o conocimientos en manejo de Bodegas e inventarios. • Manejo del sistema operativo WINDOWS y de las herramientas Word y Excel. • Familiarizado con sistemas de control de inventarios

	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo bachiller de Secundaria
--	------------------------------------------------------------------------------------

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

6.2.6 Obrero

NOMBRE DEL PUESTO	OBRERO
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Amplio espíritu de servicio • Responsabilidad. • Capacidad de trabajo bajo presión • Honestidad • Puntualidad • Trabajo en equipo

<p style="text-align: center;">FUNCIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el producto de la empresa • Participar en reuniones de la empresa • Informar sobre la falta o exceso de materia prima
<p style="text-align: center;">REQUISITOS DEL PUESTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo bachiller de Secundaria

Autora: Angélica Alencastro

Año: 2014

6.3 CONFORMACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA PEQUEÑA EMPRESA

6.3.1 Nombre de la Pequeña Empresa

La pequeña empresa se denominará MERMELADAS “SAN MIGUEL” S.A, puesto que es una empresa de sociedad anónima la misma que estará ubicada en la comunidad de Chilcapamba del cantón Cotacachi provincia de Imbabura.

6.3.2 Marco Legal

Razón social: MERMELADAS “SAN MIGUEL”

Nombre Comercial: MERMELADAS “SAN MIGUEL”

Figura Jurídica: Se constituirá como Microempresa

Representante legal: Angélica Andrea Alencastro

6.3.3 Documentación de la Pequeña empresa

MERMELADAS SAN MIGUEL tendrá todos los documentos que implican su constitución tales como el RUC permiso sanitario, patente municipal, permiso de los bomberos etc.

El RUC se lo obtiene en el SRI con la siguiente documentación:

- Original y copia de la cédula de identidad
- Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente (para extranjeros)
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos: planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico o consumo de agua potable a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
- Comprobante del pago del impuesto predial del año actual.

Requisitos para obtener la patente municipal

Esta patente se la obtiene en el GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi para lo que se necesita los siguientes documentos:

- Formulario de solicitud y declaración de patente (comprar en recaudación)

- Tres timbres
- Certificado de no adeudar al municipio (comprar en tesorería)
- Copias de cedula de identidad y certificado de votación.
- Copia del RUC actualizado
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Copia del estado de situación inicial

Nota: Adjuntar informe de factibilidad emitido por las jefaturas de Medio Ambiente y Control Urbano de acuerdo al Plan de ordenamiento territorial vigente.

Requisitos para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos

Este permiso se lo obtiene el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Ana de Cotacachi con los siguientes trámites:

Comprar un formulario de declaración de Activos Totales en las ventanillas de recaudación del Municipio.

Llenarlo y registrarlo en las ventanillas municipales.

Acudir con este formulario a las oficinas de Recaudación del Cuerpo de Bomberos de Cotacachi para proceder al pago correspondiente.

Solicitar la respectiva Inspección del local por parte de los señores inspectores de Bomberos

Requisitos para obtener el Permiso del Ministerio de Salud

Este permiso se lo obtiene de la Dirección Provincial de Salud para esto se debe presentar la siguiente documentación:

Una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud de Imbabura, con los siguientes datos:

- Nombre del propietario o representante legal
- Nombre o razón social o denominación del establecimiento
- Número del RUC y cédula de identidad del propietario o representante legal del establecimiento
- Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento
- Ubicación del establecimiento: Cantón, parroquia, sector, calle principal, teléfono, fax, correo electrónico de tenerlo

- Copia del RUC
- Copia de la cédula del propietario

PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL

Una vez que se dispone de un grupo idóneo de solicitantes obtenido mediante el reclutamiento, se da inicio al proceso de selección. Esta fase implica una serie de pasos que añaden complejidad a la decisión de contratar y consumen cierto tiempo.

El proceso de selección consiste en una serie de pasos específicos que se emplean para decidir qué solicitantes deben ser contratados. El proceso se inicia en el momento en que una persona solicita un empleo y termina cuando se produce la decisión de contratar a uno de los solicitantes.

Contratación

En muchos departamentos de personal se integran las funciones de reclutamiento y selección en una sola función que puede recibir el nombre de contratación. En los departamentos de personal de grandes dimensiones se asigna la función de contratación a un gerente específico. En los más pequeños, el gerente del departamento desempeña esta labor.

La función de contratar se asocia con el departamento de personal, pero además el proceso de selección tiene importante radical en la administración de recursos humanos. Por lo tanto, la selección adecuada es esencial en la administración de personal e incluso para el éxito de la organización.

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 IMPACTOS

La implementación de un nuevo proyecto trae consigo impactos positivos o negativos en diferentes ámbitos, como: sociales, económicos, educativos y ambientales entre otros. En este sentido es de vital importancia identificar y valorar dichos impactos con el fin de minimizar los desfavorables y maximizar los favorables al proyecto; así se lograra un desarrollo armónico del proyecto con el ambiente q lo rodee.

7.2 DETERMINACIÓN DE LA ZONA DE INFLUENCIA

El área que se podría ver afectada con el proyecto en mención es la comunidad de Chilcapamba del cantón Cotacachi porque es el lugar donde se procederá a instalar la planta elaboradora y comercializadora de mermelada de babaco para eso se analizaran los impactos anteriormente citados.

7.2.1 Impacto Social

7.2.1.1 Fuentes de Trabajo

El beneficio más importante encontrado en este proyecto es la generación de fuentes de empleo principalmente para los moradores de la comunidad

con esto se verán beneficiadas varias familias además también es beneficioso para los productores de la materia prima el babaco

7.2.1.2 Mejora de la calidad de vida

El objetivo de este proyecto es contribuir a la mejorar la calidad de vida de los consumidores de mermelada por los altos beneficios nutricionales que posee la mermelada de babaco.

7.2.1.3 Contribución al Desarrollo Socio-Económico de la comunidad

Es de gran importancia porque con este proyecto se alienta a las personas de la comunidad a pensar en invertir en la creación de nuevas microempresas y a la vez se les incentiva a que no abandonen a sus familias para salir a buscar trabajo en las ciudades.

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de Trabajo						x	
Mejora de la calidad de vida						x	
Desarrollo Socio-Económico						x	
TOTAL						6	

Autora: Angélica Alencastro

Impacto social = Total/ Indicadores

Impacto social = 6/3

Impacto social = 3 Impacto alto positivo

7.2.2 IMPACTO ECONÓMICO

7.2.2.1 Rentabilidad del proyecto

Es un negocio prometedor y no muy complicado de emprenderlo a un corto plazo; el estudio de mercado indica que si existe una demanda insatisfecha por lo que el producto tendrá una acogida favorable y por ende se convierte en un proyecto factible y rentable.

7.2.2.2 Costo de producción

Como se puede evidenciar en los capítulos anteriores el estudio financiero específicamente se establece que los ingresos son mayores a los costos de producción

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Rentabilidad del proyecto						X	
Costo de producción						X	
TOTAL						4	

Autora: Angélica Alencastro

Impacto Económico = Total/ Indicadores

Impacto Económico = 4/2

Impacto Económico = 2 = 2 Impacto alto positivo

7.2.3 EMPRESARIAL

7.2.3.1 Generación de conocimientos

El hecho de poseer un negocio implica también la necesidad de capacitarnos para poder administrar adecuadamente los fondos financieros que se adquirieron, esto se logra con una continua capacitación que permitirá la consecución de los objetivos propuestos.

7.2.3.2 Investigación

El desarrollo del proyecto genera conocimientos a nivel productivo, comercial y empresarial; así también será aporte de consulta para estudiantes y para el desarrollo de futuros proyectos con nuevas tecnologías cada vez más avanzadas.

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de conocimientos						X	
Investigación						X	

TOTAL						4	
--------------	--	--	--	--	--	----------	--

Autora: Angélica Alencastro

Impacto Empresarial = Total/ Indicadores

Impacto Empresarial = 4/2

Impacto Empresarial = 2= 2 IMPACTO ALTO POSITIVO

7.2.4 IMPACTO AMBIENTAL

7.2.4.1 Contaminación del aire

Este proyecto afecta a la contaminación de aire debido a las emisiones al aire de esta actividad productiva, sin embargo no representa contaminación que puede alterar el equilibrio del medio ambiente con el ser humano.

7.2.4.2 Contaminación del suelo

Para este proyecto se determinó que no existe contaminación del suelo por cuanto el proceso productivo implica la adquisición de materia prima para su respectiva transformación por lo que solo se usará una planta industrial.

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Contaminación del aire					x		
Contaminación del suelo				x			
TOTAL					1		

Autora: Angélica Alencastro

Impacto Ambiental = Total/ Indicadores

Impacto Ambiental = 1/2

Impacto Ambiental = 0.5 = 1 IMPACTO BAJO POSITIVO

IMPACTO GENERAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto social							x
Impacto económico						x	
Impacto empresarial						x	
Impacto ambiental							
TOTAL					1	2	3

Autora: Angélica Alencastro

Impacto General = Total/ Indicadores

Impacto General = 6/4

Impacto General = 1.5= 2 **IMPACTO MEDIO POSITIVO**

El impacto general es medio positivo, lo que indica que la implantación de este proyecto genera buenas expectativas porque no solo la pequeña empresa se beneficiará sino también la comunidad en general de la ciudad de Cotacachi y además la comunidad de Chilcapamba

CONCLUSIONES

- La producción de mermelada en la ciudad de Cotacachi no está en progreso mucho menos en la comunidad de Chilcapamba, es por eso que se abren grandes oportunidades como la mejora a ciertos problemas sociales que existen en el lugar donde se pretende implantar la planta.
- El uso de bases teóricas fue trascendental para la realización de este proyecto ya que de esta forma se pudo respaldar las definiciones técnicas que están presentes en este trabajo.
- Los resultados del estudio de mercado reflejan los gustos, preferencias y necesidades de los diferentes consumidores, lo cual permitió conocer el grado de aceptación de la mermelada de babaco.
- En el estudio técnico se ven reflejados los resultados de la necesidad de materia prima de mano de obra y maquinaria también se establecen el tamaño y distribución de la planta así como la microlocalización y macrolocalización.
- A través de estudio económico financiero se determinó que el proyecto es factible puesto a que genera rentabilidad lo que a su vez garantiza el éxito de la ejecución del mismo.
- La estructura organizativa, permite concluir que bajo los lineamientos propuestos su personal trabaja de modo adecuado a través del planteamiento de visión, misión, valores, y principios al igual que un manual de funciones

- El impacto general de este proyecto es medio positivo mismo que genera altas expectativas tras la implantación de este proyecto debido a que beneficiará tanto a quienes conformen la pequeña empresa como a l medio en que se desenvuelva.

RECOMENDACIONES

- Es apropiado apoyar a los proyectos de esta clase (proyectos productivos), porque como en este caso; no se beneficia solo la pequeña empresa sino también, todos aquellos quienes la rodean mejorando su nivel de vida.
- Es primordial que la bibliografía utilizada para la elaboración de marco teórico, esté debidamente actualizada; porque a través de este se ratificarán las definiciones técnicas del proyecto.
- La elaboración del estudio de mercado requiere de gran responsabilidad y eficiencia, porque de los resultados obtenidos, de él depende la toma acertada de decisiones.
- Se recomienda, que para estos proyectos, se adapte los procesos productivos más apropiados para evitar incurrir en costos elevados.
- Al momento de realizar el estudio económico financiero, se recomienda; realizar un análisis de manera profunda de modo que se logre diagnosticar la factibilidad o no a través de los indicadores financieros.
- Para la elaboración de la estructura organizativa de una empresa, se debe realizar un previo análisis, sobre qué tipo de empresa se va a crear y para que sea la adecuada se recomienda; guiarse en la ley de compañías.
- Antes de la elaboración de los impactos se recomienda; considerar todos los factores que influyan en los mismos, así se tendrá una visión más amplia de los efectos que generarán los mismos.

Bibliografía

- ACUÑA, Estela. (22 de Marzo de 2013). Vida Sana. Ultimas Noticias.
- ANZOLA, Rojas Sérvulo . (2010). Administracion de Pequeñas Empresas. McGraw Hill Interamericana.
- ALVAREZ, Valbuena, Rubén. (2000). La Evaluacion Del Proyecto en la Decision Del Empresario. México: Editrial UNAM.
- BACA, Gabriel. (2010). Evaluación de Proyectos. México: Editorial Internacional S.A.
- BRAVO, Mercedes. (2011). Contabilidad General. Quito, Ecuador: Editorial Escobar 10ma Edicion.
- BORDÓN Eduarda. (2011). *La mermelada: su origen*. México: ABC Color.
- CÓRDOVA, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Colombia: Ediciones Ecoe.
- CUEVAS Carlos Fernando. (2001). Contabilidad de Costos enfoque gerencial y de gestion. Bogotá Colombia: PEARSON.
- CUARTAS Darío Hurtado. (2008). Principios de Administracion. Medellín, Colombia : Fondo editorial ITM.
- EROSSA, Victoria Eugenia . (2004). Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología). México: Editorial Limusa S.A.
- FABARA Jorge. (23 de Septiembre de 2013). *El cultivo del babaco*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- FISHER, Laura; ESPEJO, Jorge. (2004). Mercadotecnia. McGraw-Hill.
- FRANKLIN, Enrique. (2009). Organizacion de empresas. México: Litográfica Editorial.
- JIMENEZ, Carlos. (2008). El valor de los valores en las organizaciones . Venezuela: Cograf Comunicaciones.
- KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary. (2013). Fundamentos de marketing. Pearson Educación.

- MIRANDA Juan José . (2005). Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera . Bogotá: MM Editores.
- ORTEGA, Alfonso. (2011). Proyectos de Inversión; Editorial Continental; Primera Edición; México. México: Editorial Continental, primera edicion .
- QUILLET, Diccionario enciclopédico. (s.f.).
- ROJAS, Ricardo Alfredo. (2008). SISTEMAS DE COSTOS Un proceso para su implementacion. Colombia: Centro de publicacion Universidad Nacional Colombia.
- SINISTERRA Gonzalo,POLANCO Luis. (2007). Contabilidad Administrativa. Bogotá: Digiprint editores.
- SARMIENTO, Ruben. (2010). Contabilidad de Costos. Quito: 2da Edicion.
- TOCA Torres Claudia Eugenia . (2009). Fundamentos del marketing guia para su estudio y comprension. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.
- VALDIVIEZO, M. B. (2011). Contabilidad GENERAL. Quito: Editorail Ecobar.
- ZAPATA, Pedro. (2011). Contabilidad General. Colombia: Mc Graw-Hill.

Lincografía:

- LEEBAERT. Derek (Agosto de 2012). Buenas Tareas.com. Recuperado el 24 de Abril de 2014, de Buenas Tareas.com:

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Ventajas-y-Desventajas-De-La-Peque%C3%B1a/4978430.html>

- PÉREZ, Juan Anibal. (2002). <http://j.a.perez.8m.com/concepto.html>. Recuperado el 24 de Abril de 2014, de <http://j.a.perez.8m.com/concepto.html>: <http://j.a.perez.8m.com/concepto.html>
- RODAS, Francisco. (08 de Febrero de 2012). Contabilidad Puntual. Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de Contabilidad Puntual: <http://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>
- THOMPSON ,Ivan . (Febrero de 2007). <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>.
- THOMPSON, Ivan . (14 de junio de 2008). [promonegocios.net](http://www.promonegocios.net). Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de [promonegocios.net](http://www.promonegocios.net): <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- WIKIPEDIA. (20 de Abril de 2014). [wikipedia.org](http://es.wikipedia.org). Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de [wikipedia.org](http://es.wikipedia.org): http://es.wikipedia.org/wiki/Fijaci%C3%B3n_de_precios
- [wikipedia.org](http://es.wikipedia.org). (23 de Septiembre de 2013). Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de [wikipedia.org](http://es.wikipedia.org): http://es.wikipedia.org/wiki/Carica_pentago

ANEXOS

ANEXO Nº 1
ENTREVISTA APLICADA A PRODUCTORES DE BABACO



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

Objetivo: El objeto de esta encuesta es conocer la producción de babaco y posibles proveedores del producto.

Nombre del entrevistado: Sr. Alfredo Albuja (presidente de la asociación de productores de babaco de la comunidad Chilcapamba)

Día: 04 de Marzo del 2014

Hora: 10:00

GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE BABACO

Indicador:(Hectáreas cultivadas con babaco)

5. ¿Qué cantidad de babaco produce por hectárea?

Indicador:(Tiempo de cosecha del babaco)

6. ¿Cada que tiempo se cosecha el babaco?

Indicador: (Tipo de suelo necesario para el cultivo de la fruta)

7. ¿Qué tipo de suelo es necesario para el cultivo de la planta?

Indicador:(Actividades económicas)

8. ¿Qué actividades económicas se realizan en la comunidad?

Indicador: (Sectores productores de babaco)

9. ¿Conoce de más sectores productores de babaco?

ANEXO N°2
ENTREVISTA DIRIGIDA A LA ING. VERÓNICA ACOSTA GERENTE DE
SUMAK MIKUY.



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

Objetivo: El objeto de esta entrevista es conocer los niveles de producción que posee la empresa Sumak Mikuy

Nombre del entrevistado: Ing. Verónica acosta

Día: 09 de Junio del 2014

Hora: 10h00

GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA LA INGENIERA VERÓNICA
ACOSTA GERENTE DE SUMAK MIKUY

6. **¿Cuántas unidades de mermelada produce la empresa?**
7. **¿Cuáles son las presentaciones de mermelada que la empresa ofrece?**
8. **¿Cuáles son los precios de la mermelada?**
9. **¿Distribuye sus productos en tiendas comisariatos y supermercados de la ciudad?**

ANEXO N° 3
PROFORMA DE COMPUTADOR PORTÁTIL

www.comandato.com

Otavaló 14 de Agosto 2014

SRTA: ANGELICA ANDREA ALENCASTRO PAEZ
CI: 1003112966

La Compañía General de Comercio y Mandato S.A. "COMANDATO"
entrega a usted la siguiente:

PROFORMA

NUM	PRODUCTO	CARACTERISTICAS	PRECIO
1	LAPTOP HP CORE I514D-034	CORE I 5 2.60 GHZ CAMARA WEB PARLATES MOUS PARLANTES 500 D.D 6 RAM	\$ 1 172.15

TOTAL: \$1.172,15

Precio incluye el IVA



FRANKLIN ANAGALLO
Ejecutivo de ventas
Telf: 2920-251 - 0984861720

Oficina principal:
Dr. Elias Muñoz Vicuña y Av. Carlos Luis Plaza Dañin. Telf.: (593-4) 2296300
División Transporte S.A. Telf.: (593-4) 2286561.
Servicio al Cliente: 1800 COMANDATO (266263).
Guayaquil • Ecuador.



**AN
EX
O
N° 4
PR**

OFORMA DE COMPUTADOR DE ESCRITORIO

www.comandato.c

Otavaló 14 de Agosto 2014

SR: ANGELICA ANDREA ALENCASTRO PAEZ
CI. 1003112966

La Compañía General de Comercio y Mandato S.A. "COMANDATO"
entrega a usted la siguiente:

PROFORMA

NUM	PRODUCTO	CARACTERISTICAS	PRECIO
1	ALL IN ONE E-1 183304 AMD COMPAQ	TODO EN UNO CAMARA WEB PARLANTES MOUS PARLANTES 500 D.D 2 RAM	\$ 898.45

TOTAL: \$898.45

Precio incluye el IVA



FRANKLIN ANAGALLO
Ejecutivo de ventas
TelF: 2920-251 - 0984861720

Oficina principal:
Dr. Elias Muñoz Viqueira y Av. Centenario

ANE
XO
Nº 5
PRO
FOR
MA
DE
ÚTIL
ES
DE
OFIC
INA

PAPELERIA MONSERRATH
R. U. C. : 1001202108001

Dirección : SUCRE Y JUAN MONYALVO
Teléfonos : 2927372
Ciudad : OTAVALO

monserath
PROFORMAS
00000016
PAPELERIA & BAZAR

Fax
E-Mail IMPRENTA MONSERRATH

Cliente ANGELICA ANDREA ALENCASTRO Dirección : COTACACHI Fecha Emisión: 14/08/2014 Observación	Ruc/Ci. : 1003112966 Tifs. Fecha Venci. 14/08/2014 Ciudad
---------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Sub Total
7705437007266	RESMA PAPEL DISPALASER 75GR	1.00	3.9500	3.95
4041485021759	GRAPADORA ERICHKRAUSE EK2175	1.00	2.4107	2.41
6926095900060	PERFORADORA WENDA WD206	1.00	6.2500	6.25
7702111376564	CUADERNO ACAD 100H CDRS	1.00	1.2946	1.29
	FPV FOLDER PLASTICO VINCHA	1.00	0.2679	0.27
	EBFA ESFERO BIC FINO AZUL	12.00	0.3125	3.75
4971850137955	CALCULADORA CASIO CIENTIFICA FX 350MS	1.00	12.0536	12.05

Forma de Pago 0 Días	Sub Total : 29.97 Dscto.: 0.00 % 0.00 I. V. A. : 12.00 % 3.12 TOTAL : 33.09
----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------


PAPELERIA & BAZAR
RUC: 1001202108001
SUCRE Y JUAN MONYALVO
TEL: 2927372

ELABORADO

ANEXO Nº 6
PROFORMA DE TELÉFONO

ALMEIDA HERNÁNDEZ JUANA LAURA

Dirección: Central, Bolívar 804 y Juan Montalvo
Telf.: 2920 335 Otavalo - Ecuador

RUC. 1000132702001
FACTURA
Autorización: 1114885255

SERIE: 004 - 001 **0002866**

Cliente: *Consentidos Final*
Dirección: *Otavalo*
Fecha: *Otavalo, 6. 08 2014*

Tel: _____
RUC: _____
Guía Rem. _____

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	TOTAL
1	<i>Telefono fonotel.</i>	20	20

Oficina: Charro Víctor Vicente • Diligencia: 2924 687 Chevinlo RUC: 1001403839001 Autorización: 4270
Impreso del 02051 al 03250. Fecha de Impresión: 16/Mayo/2014. Válido hasta 16/Mayo/2015. Original: Cliente. Copia: Entregador

[Signature]
Entregue Conforme

[Signature]
Recibido Conforme

Total gravado tarifa	0%
Total gravado tarifa	1786
I.V.A. 12%	214
TOTAL	20

ANEXO Nº 7
PROFORMA DE COCINA INDUSTRIAL



ICAS LOZADA HNOS

topista Gral Rumiñahui Km 4 1/2

Almacén No1 : Ulloa y Mercadillo C C Snta Clara local Nº 13

Almacén No2 : Av. Mariscal Sucre N22-33 y Píllaló

e-mail : metalicaslozada@gmail.com



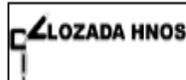
RUC 1708050230001

Tlf : 2656-480 2903-725 2835-160 2624-830

CLIENTE	ERIKA ALENCASTRO
FECHA	15/07/2014 12:42
Telf	
email	ery7891@hotmail.com

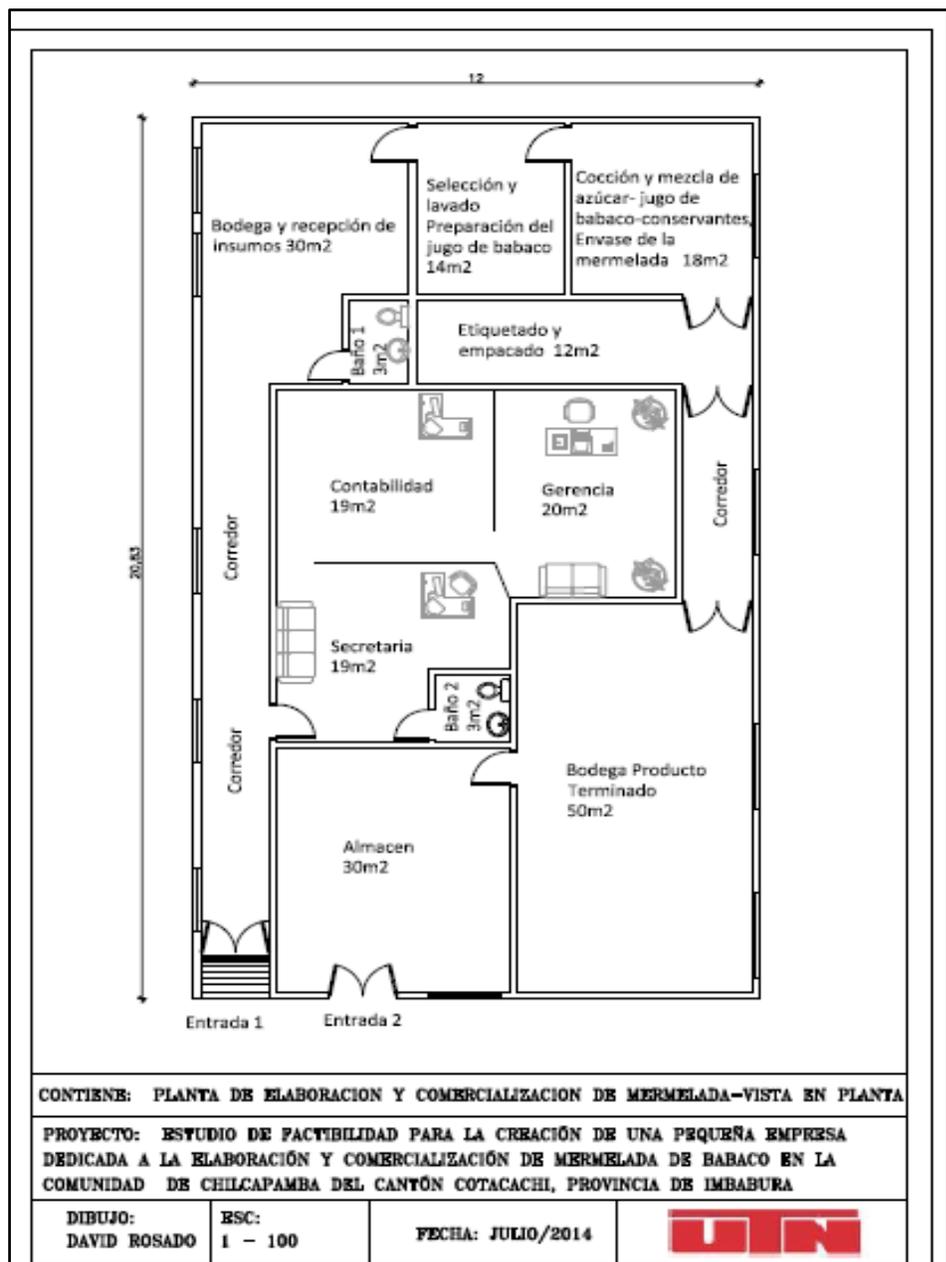
CODIGO	EQUIPO	CANT	PRECIO/UNIT	PRECIO/TOT
	COCINA MILENIUM 3 QUEMADORES ACERO INOXIDABLE	1	\$455,00	\$455,00
	MILENIUM -A TOPE SUPERIOR EN ACERO INOXIDABLE EMBUTIDO LATERALES PISO YBASE EN LAMINA DE ACERO INOXIDABLE ESTRUCTURA EN TUBO ESTRUCTURAL DE 1 1/2" QUEMADORES Y PAJILLAS EN HIERRO FUNDIDO QUE SOPORTAN TEMPERATURAS SUPERIORES A 1200 ºC LINEA DE GAS EN TUBO ISO2 DE 1/2" VALVULAS DE CONTROL ITALIANAS DE MEDIA VUELTA INCLUYE UN METRO DE MANGUERA DE ALTA PRESION (300 PSI) Y VALVULA DE ATAQUE RAPIDO			
FRENTE	127 cm FONDO 55 cm ALTO 75 cm			

TLGO PATRICIO LOZADA



TIEMPO ENTREGA	20 DIAS LABORABLES	SUB TOTAL	\$455,00
GARANTIA	1 AÑO	IVA	\$54,60
FORMA PAGO	50% ANTICIPO 50% CONTRA ENTREGA	TOTAL	\$509,60
VALIDEZ OFERTA	60 DIAS		

ANEXO Nº 8
PLANO ARQUITECTÓNICO DE LA PLANTA



ANE
XO

Nº 9
FAMILIAS PROVEEDORAS DE BABACO

FAMILIAS	METROS CUADRADOS	UBICACIÓN
Familia Santillán	2.263	Chilcapamba
Familia Haro	2.289	Chilcapamba
Familia Michelena	2.254	Chilcapamba
Familia Albuja	3.333	Chilcapamba
Familia Morocho	3.350	Chilcapamba
Familia Álvarez	2.262	Chilcapamba
Familia Terán	2.296	Chilcapamba
Familia Andrade	3.328	Chilcapamba
Familia Morales	3.369	Chilcapamba
Familia Ruiz	2.257	Chilcapamba
Familia Albarán	2.264	Chilcapamba
Familia Tuquerez	2.245	Chilcapamba
Familia Guitarra	3.140	Chilcapamba
Familia Vásquez	2.150	Chilcapamba
Familia Tituaña	3.200	Chilcapamba
TOTAL	40.000	

Angélica

Familias

Autora:
Alencastro
Fuente:
productoras
Año: 2014

