



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y

AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCHO
CONFITADO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD
Y AUDITORÍA CPA**

AUTORA:

LEMA HUALPA JESSICA LIZBETH

DIRECTOR:

ING. MARCELO VALLEJOS

IBARRA, NOVIEMBRE 2016

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación realizada a una leguminosa que es cultivada en la Sierra y que por ser resistente, se ha potencializado su cultivo en las estribaciones de nuestra cordillera. He aquí la importancia de buscar nuevas alternativas para su consumo, promocionando su gran valor nutritivo, de esta manera lograr activar una fuente de ingresos económicos; organizando una microempresa familiar, que posteriormente podría ampliar su infraestructura y tecnificarse para buscar mercados más amplios. Esta gramínea normalmente ha sido consumida de una manera tradicional; con sal, luego de realizar pruebas, el reto es producir para el mercado en una presentación con dulce “chocho confitado”. Este producto está dirigido al mercado formal e informal. Nuestra zona al ser fuente de producción tanto del chocho como de la panela, facilita la elaboración del producto, lo que hace que se minimicen costos. Todo proyecto debe estar dirigido a objetivos y resultados, por esta razón, uno de los objetivos principales, es activar el mercado; así como también, el sector económico, social y cultural de los habitantes de la zona. El proyecto logrará convertirse en distribuidor del producto, debido a que es una propuesta innovadora. La investigación de campo y científica llevó a conocer no solamente la producción de la gramínea, sino también, grupos sociales que entorno a la misma, gira su escuálida economía, razón por la cual motivó impulsar más la indagación en bibliografías, centros de información agrícolas y mercados, en donde el chocho es comercializado al menudeo, para de esta manera poner a consideración del público en general esta propuesta. En conclusión, todo proyecto debe estar dirigido a buscar el bienestar de grupos sociales, el cual dinamice una economía que permitirá posteriormente, incluirse en la gran propuesta del Buen Vivir, que todo individuo tiene derecho.

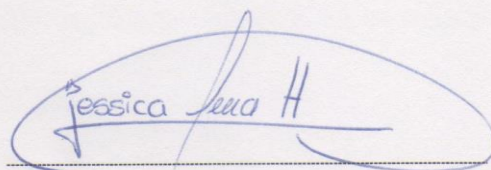
SUMMARY

The investigation realized to the leguminous one that is cultivated in the Saw and that for being resistant, has promoted his culture in the spurs of our mountain chain. Is here the importance of looking for new alternatives for his consumption, promoting his great nutritional value, hereby to manage to activate a source of economic income; organizing a familiar micro-company, which later might extend his infrastructure and to become more technical to look for more wide markets. This leguminous normally has been consumed in a traditional way; with salt, after realizing tests, the challenge is to produce for the market in a presentation with sweetly "confit chocho". This product is directed the formal and informal market. Our zone on having been a source of production both of the chocho and of the panela, facilitates the production of the product, which does that costs are minimized. Any project must be directed aims and proved, for this reason, one of the principal aims, it is to activate the market; as well as also, the economic, social and cultural sector of the inhabitants of the zone. The project will manage to turn into distributor of the product, due to the fact that it is an innovative offer. The scientific field investigation and the production of the grass led to knowing not only, but also, social groups that I half-close to the same one, it turns his squalid economy, reason for which it motivated stimulated more the investigation in bibliographies, centers of information agriculturalists and markets, where the dotard is commercialized to the retail, hereby to put to consideration of the public in general this offer. In conclusion, any project must be directed to seek for the well-being of social groups, which stirs into action an economy that it will allow later, to be included in the great offer of the "Buen Vivir", that quite individual has rightly.

AUTORÍA

Yo, Jessica Lizbeth Lema Hualpa, portadora de la cédula de identidad N° 100433943-6, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de Grado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCHO CONFITADO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional; y, se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Imbabura, ciudad de Ibarra a los 31 días del mes de Julio de del 2015



Jessica Lizbeth Lema Hualpa

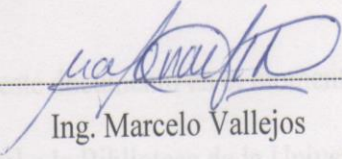
C.I. 100433943-6

C.I. 1001813821

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Jessica Lizbeth Lema Hualpa para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCHO CONFITADO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 31 días del mes de Julio de del 2015



Ing. Marcelo Vallejos

C.I. 1001813821

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

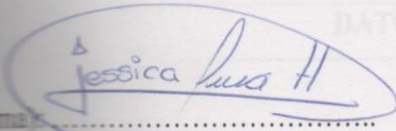
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



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

Yo, Jessica Lizbeth Lema Hualpa, con cédula de identidad Nro. 100433943-6, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales 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 microempresa dedicada a la producción y comercialización de chocho confitado en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA en 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 en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma) 

Autora: Jessica Lizbeth Lema Hualpa

C.I. 100433943-6

Ibarrá, a los 12 días del mes de Noviembre del 2016

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del 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 CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD	100433943-6
APELLIDOS Y NOMBRES	Lema Hualpa Jessica Lizbeth
DIRECCIÓN	Imbabura-Otavalo-Barrio Monserrath, Luis Alberto de la Torre y Panchina
EMAIL	ljessicalh@hotmail.com
TELÉFONO FIJO	06 2921-448
TELÉFONO MOVIL	0992946128
DATOS DE LA OBRA	
TEMA:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCHO CONFITADO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORA:	Lema Hualpa Jessica Lizbeth
FECHA:	2016-11-12
PROGRAMA	Pre-Grado

TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría. CPA
DIRECTOR:	Ing. Com. Marcelo Vallejos

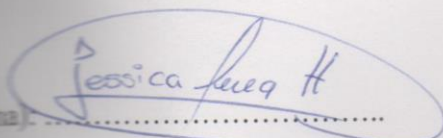
2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Jessica Lizbeth Lema Hualpa, con cédula de identidad Nro. 100433943-6, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIA

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

LA AUTORA

(Firma) 

Autora: Jessica Lizbeth Lema Hualpa

CI 100433943-6

DEDICATORIA

A Dios por estar siempre a mi lado dándome las fuerzas y sabiduría necesarias para culminar con mi trabajo final, además de su infinita bondad y amor

A mis queridos padres MAURICIO y NORMA por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación tanto académica como de la vida, por su inmenso amor, apoyo y comprensión en todo momento de mi vida.

A mi esposo ALEJANDRO, por estar siempre a mi lado alentándome y apoyándome para culminar con mis metas trazadas.

A mi hija SARA ISABELLA, por ser mi fuente de amor y superación diaria, mi motor de lucha en cada objetivo propuesto. Cada esfuerzo y desvelo se los dedico a ella por ser quien cautiva mi mundo y me alienta a ser mejor cada día. Te amo hija mía.

A mis queridas hermanas: GABRIELA, JENNIFFER, ANA, LINDA Y KATERINE, que siempre han sido el espejo para reflejarme, con sus buenos ejemplos de superación y mujeres de bien para la sociedad.

A mis sobrinos MATEO, MISAEEL Y ARIANA, para que vean en mi un ejemplo de superación y de lucha constante.

A mis familiares y amigos quienes de una manera directa o indirecta colaboraron con la realización de esta tesis.

Jessica Lema

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte, en especial a autoridades y docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por su aporte tan importante en el aspecto académico y profesional.

Mi profundo agradecimiento al Ing. Marcelo Vallejos por su paciencia y ayuda en el asesoramiento de este trabajo.

Jessica Lema

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
ÍNDICE GENERAL.....	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxi
PRESENTACIÓN.....	xxii
CAPÍTULO I.....	30
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	30
Antecedentes.....	30
Objetivos Diagnósticos.....	32
Objetivo General.....	32
Objetivos Específicos.....	32
Matriz de relación diagnóstica.....	33
Mecánica Operativa.....	34
Análisis de Variables Diagnósticas.....	34
Construcción de la Matriz AOOR.....	50
Aliados.....	50
Oponentes.....	50
Oportunidades.....	50
Riesgos.....	51
Determinación de la oportunidad de inversión.....	51
CAPITULO II.....	53

MARCO TEÓRICO.....	53
Objetivo General.....	53
La Microempresa	53
Definición	53
Tipos de microempresas	53
Características de la microempresa.....	54
Aspectos importantes para iniciar una PYMES.....	54
Artesano	55
Marco Legal de la microempresa.....	56
Personas Naturales	56
Las Leguminosas	57
El chocho	58
Composición Química del chocho	59
Usos del chocho	59
Confitar	60
El maní	60
El haba	61
Estudio de Mercado	61
Mercado	62
Segmentación de Mercado.....	62
Demanda	62
Oferta	63
Precio	63
Producto	63
Promoción.....	64
Plaza	64
Estudio Técnico	65
Tamaño del proyecto.....	65
Localización del proyecto	65
Ingeniería del proyecto	66
Proceso de Producción.....	67
Simbología de diagrama de flujo	67
Estudio Financiero	68
Ingresos	68

Egresos	68
Costo de Producción	69
Gastos de Administración	69
Gastos de Ventas	69
Gastos Financieros	69
Depreciación	70
Estados Financieros	70
Evaluadores Financieros	71
Estructura Organizacional.....	73
Misión	73
Visión	73
Organigrama Estructural.....	73
Evaluación de Impactos	74
CAPÍTULO III.....	75
ESTUDIO DE MERCADO	75
Presentación	75
Objetivos del Estudio.....	76
Objetivo General.....	76
Objetivos Específicos.....	76
Identificación del producto	78
Chocho Confitado	78
Etiqueta	79
Empaque	80
Productos sustitutivos	80
Matriz de variables de mercado	81
Segmentación de mercado y mercado meta.....	81
Segmentación de mercado	81
Mercado Meta.....	81
Identificación de la población.....	82
Población a investigar.....	82
Cálculo de la muestra.....	83
Mecánica Operativa	83
Técnicas e Instrumentos.....	84
Tabulación y Análisis de la Información	85

Análisis de la demanda	101
Demanda Actual.....	101
Análisis de la Oferta.....	103
Oferta Actual.....	103
Proyección de la Oferta.....	104
Demanda potencial a satisfacer.....	105
Demanda a captar por el proyecto	106
Análisis de precios	107
Estrategias de mercado	107
Estrategias de comercialización.....	107
Estrategias de marketing	108
Conclusión del análisis	110
CAPÍTULO IV.....	113
ESTUDIO TÉCNICO	113
Introducción	113
Tamaño del proyecto.....	114
Mercado	114
Localización del proyecto	114
Macrolocalización.....	114
Microlocalización	115
Identificación de los posibles lugares	115
Matriz de factores ponderada.....	116
Ubicación estratégica de la microempresa.....	117
Disponibilidad de materia prima e insumos.....	117
Disponibilidad de mano de obra	118
Ingeniería del proyecto	119
Descripción de los procesos productivos	119
Recepción y selección de chocho procesado	119
Pelado de la cáscara del chocho.....	119
Preparación de la panela	119
Confitación del chocho	119
Empaquetado y almacenamiento	120
Flujograma del proceso de producción	121
Distribución de la planta	122

Área de operación	122
Área administrativa.....	122
Requerimiento técnico de la planta.....	123
Requerimiento de maquinaria y equipo	123
Requerimiento de muebles y enseres para el área de producción.....	126
Requerimiento de equipos administrativos.....	127
Requerimiento de vehículo	127
Requerimiento de personal	128
Inversiones fijas	128
Maquinaria y equipos.....	129
Muebles y enseres para el área de producción.....	129
Vehículo	130
Resumen de la inversión fija.....	130
Costo de producción	131
Materia prima directa.....	131
Mano de obra directa	131
Costos indirectos de fabricación	132
Gastos Administrativos.....	132
Sueldos Administrativos	132
Suministros de oficina.....	132
Servicios básicos.....	133
Gastos de publicidad.....	134
Resumen del capital de trabajo	134
Estructura y financiamiento de la inversión.....	135
Estructura de la inversión inicial.....	135
Modelo de Financiamiento	136
CAPITULO V	137
Estudio Financiero	137
Estado de Situación Financiera.....	137
Determinación de ingresos por ventas	138
Determinación de costos y gastos	138
Costos de Producción.....	138
Mano de obra directa	139
Proyección de costos indirectos de fabricación (CIF)	139

Proyección de gastos administrativos	140
Proyección de publicidad	140
Proyección del capital de trabajo	141
Financiamiento.....	141
Pago de interés de la deuda.....	142
Pago del capital	142
Depreciaciones	142
Estados Financieros proyectados	143
Estado de resultados proyectado	143
Flujo de caja proyectado	145
Punto de equilibrio.....	145
Evaluación financiera.....	147
Costo de oportunidad	147
Tasa de rendimiento medio.....	147
Valor actual neto (VAN).....	148
Tasa interna de retorno (TIR)	149
Relación beneficio costo	149
Tiempo de recuperación de la inversión	150
Resumen de evaluadores financieros	150
CAPITULO VI.....	152
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	152
Denominación de la empresa	152
Nombre o razón social	152
Titularidad o propiedad de la empresa.....	152
Logotipo de la microempresa.....	152
Elementos Estratégico.....	153
Misión	153
Visión	153
Objetivos	153
Valores	154
Estructura Organizacional.....	154
Nivel Ejecutivo	155
Nivel Operativo.....	155
Matriz de competencias	155

Conformación Jurídica.....	158
Reglamento Interno.....	161
Código de Ética.....	162
Formato de registro de empleados	162
Flujograma de procedimientos.....	163
CAPITULO VII	164
IMPACTOS	164
Identificación de impactos	164
Análisis de Impactos	165
Impacto Económico	165
Impacto Social	166
Impacto Tecnológico	167
Impacto Cultural	168
Impacto Ambiental.....	169
Impacto general.....	171
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	172
BIBLIOGRAFÍA	175
LINKOGRAFÍA	177
ANEXOS	178

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Manual de funciones (Gerente).....	156
Cuadro 2. Manual de funciones (Personal de producción).....	157
Cuadro 3. Manual de funciones (Vendedor).....	158

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Relación Diagnóstica.....	33
Tabla 2. Situación geográfica de Otavalo	35
Tabla 3. Límites de Otavalo.....	35
Tabla 4. Auto- identificación de la Población	36
Tabla 5. Población urbana y rural	37
Tabla 6. Grupos de edad del cantón Otavalo	38
Tabla 7. Densidad a nivel Parroquial	40
Tabla 8. Categoría Ocupacional del cantón Otavalo	44
Tabla 9. Zonas de cultivo de chocho-MAGAP.....	46
Tabla 10. Zonificación Potencial-INIAP	47
Tabla 11. Matriz de Variables de mercado	77
Tabla 12. Segmento de mercado	81
Tabla 13. Número de Hogares-2015	82
Tabla 14. Productos sustitutos	86
Tabla 15. Consumo de chocho.....	87
Tabla 16. Frecuencia de compra	88
Tabla 17. Características preferentes	89
Tabla 18. Nivel de aceptación.....	90
Tabla 19. Volumen de producción.....	91
Tabla 20. Presentación del producto	92
Tabla 21. Precio del producto	93
Tabla 22. Canales de distribución.....	94
Tabla 23. Marca de dulces confitados preferentes.....	95
Tabla 24. Frecuencia de comercialización.....	96
Tabla 25. Medios de difusión.....	97
Tabla 26. Ficha de Observación.....	100
Tabla 27. Demanda Actual	101
Tabla 28. Demanda actual en unidades.....	102
Tabla 29. Proyección demandada en unidades de 150gr	102
Tabla 30. Porcentaje de participación en confites - Otavalo	103
Tabla 31. Proyección Oferta en Unidades al año 2015.....	104
Tabla 32. Oferta cantonal en unidades.....	104

Tabla 33. Oferta Actual Proyectada.....	105
Tabla 34. Demanda potencial a satisfacer.....	105
Tabla 35. Demanda a cubrir por el proyecto.....	106
Tabla 36. Demanda a cubrir del proyecto.....	114
Tabla 37. Posibles lugares para la ubicación de la microempresa.....	116
Tabla 38. Ponderación de factores principales.....	116
Tabla 39. Muebles y enseres para producción.....	126
Tabla 40. Suministros de oficina.....	127
Tabla 41. Equipo de computación.....	127
Tabla 42. Personal Administrativo y Operativo.....	128
Tabla 43. Planta de producción.....	129
Tabla 44. Costo maquinaria y equipo.....	129
Tabla 45. Costos muebles y enseres para producción.....	129
Tabla 46. Costo equipo de computación.....	130
Tabla 47. Costo vehículo.....	130
Tabla 48. Resumen Inversión Fija.....	131
Tabla 49. Materia prima directa.....	131
Tabla 50. Costo mano de obra directa.....	131
Tabla 51. Costos Indirectos de Fabricación.....	132
Tabla 52. Sueldos Administrativos.....	132
Tabla 53. Costo de Suministros de Oficina.....	133
Tabla 54. Servicios Básicos.....	133
Tabla 55. Gasto Publicidad.....	134
Tabla 56. Gastos Diferidos.....	134
Tabla 57. Resumen Capital de Trabajo.....	135
Tabla 58. Inversión Inicial.....	136
Tabla 59. Modelo de financiamiento.....	136
Tabla 60. Estado de situación inicial Proforma.....	137
Tabla 61. Ingresos por Ventas.....	138
Tabla 62. Proyección Materia Prima Directa.....	139
Tabla 63. Proyección mano de obra.....	139
Tabla 64. Proyección de CIF.....	140
Tabla 65. Proyección Gastos Administrativos.....	140
Tabla 66. Proyección de Publicidad.....	141

Tabla 67. Resumen de Amortización.....	141
Tabla 68. Pago de Intereses	142
Tabla 69. Pago de Capital	142
Tabla 70. Tasas de Depreciación	142
Tabla 71. Depreciación Propiedad, Planta y Equipo	143
Tabla 72. Estado de Resultados	144
Tabla 73. Punto de Equilibrio	146
Tabla 74. Costo de Oportunidad	147
Tabla 75. Tasa de Rendimiento Medio	148
Tabla 76. Valor Actual Neto	148
Tabla 77. Tasa Interna de Retorno	149
Tabla 78. Recuperación de la Inversión.....	150
Tabla 79. Resumen de Evaluadores Financieros	150
Tabla 80. Nivel de Impactos	164
Tabla 81. Nivel de Impacto Económico	165
Tabla 82. Nivel de Impacto Social.....	166
Tabla 83. Nivel de Impacto Tecnológico.....	167
Tabla 84. Nivel de Impacto Cultural.....	168
Tabla 85. Nivel Impacto Ambiental.....	170
Tabla 86. Impacto General.....	171

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 3. Tasa de crecimiento demográfico	39
Gráfico 4. Proyección de la población de Otavalo.	39
Gráfico 5. Consumo de chocho por familias	43
Gráfico 6. Población Económicamente Activa de Otavalo	44
Gráfico 7. Principales Actividades Económicas de Otavalo	45
Gráfico 8. Principales productos comercializados.....	49
Gráfico 9. Presentación de chocho confitado	79
Gráfico 10. Etiqueta	79
Gráfico 11. Empaque	80
Gráfico 12. Productos sustitutos	86
Gráfico 13. Consumo de dulces confitados	87
Gráfico 14. Frecuencia de consumo.....	88
Gráfico 15. Razones para el consumo.....	89
Gráfico 16. Nivel de aceptación.....	90
Gráfico 17. Volumen a consumir-150 gr	91
Gráfico 18. Presentación del producto	92
Gráfico 19. Precio del producto	93
Gráfico 20. Canales de distribución.....	94
Gráfico 21. Marca de productos sustitutos	95
Gráfico 22. Ocasiones para adquirirlo	96
Gráfico 23. Medios de difusión	97
Gráfico 24. Macrolocalización del proyecto.....	115
Gráfico 25. Ubicación geográfica de la planta de producción.....	117
Gráfico 26. Flujograma producción chocho confitado	121
Gráfico 27. Distribución de la planta	123
Gráfico 28. Cocina industrial	124
Gráfico 29. Selladora de fundas	124
Gráfico 30. Balanza digital	125
Gráfico 31. Paila industrial	126
Gráfico 32. Punto de equilibrio.....	146
Gráfico 33. Logotipo.....	153
Gráfico 34. Registro de empleados	162

PRESENTACIÓN

El proyecto expuesto radica en realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de chocho confitado en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura, que se distribuyó en capítulos, los mismos que permitirán recabar información y obtener resultados que contribuyan con la correcta elaboración del presente estudio. Para lo cual se desarrollará los siguientes capítulos que a continuación se detallan:

En el capítulo I, se desarrolló el diagnóstico situacional con la finalidad de conocer cuál es la realidad actual de la ciudad de Otavalo, así como también sus costumbres, gastronomía, sectores económicos a los cuales se dedica, aspectos geográficos y demográficos y se identificó la problemática como base central del proyecto.

En el capítulo II, consta la estructura de bases teórico-científicas muy importantes para dar soporte a la investigación e igualmente facilitar la comprensión de la información creando un glosario de términos que ayudarán a desarrollar con mayor simplicidad el proyecto.

En el capítulo III, se desarrolló el estudio de mercado el cual ayudó a identificar el mercado meta; así como también, sus características, gustos, preferencias y como las mismas modifican la oferta y demanda. Los resultados obtenidos fueron debidamente organizados, tabulados, analizados e interpretados.

El capítulo IV, contiene el estudio técnico en el cual se precisa el proceso de elaboración del producto, para determinar la cantidad necesaria espacio físico; así como también, la capacidad de producción, la macro y micro localización de la planta de producción y así obtener la base para el cálculo económico-financiero.

En el capítulo V, se desarrolló el estudio económico-financiero para determinar la factibilidad del proyecto en términos monetarios, a través del análisis de indicadores

financieros, también consta el resultado de la inversión inicial para la puesta en marcha del proyecto y la rentabilidad que genera el mismo.

En el capítulo VI, se realizó un prototipo sobre la estructura organizativa y se estableció la normativa legal de la microempresa, que se deberá considerar para el correcto funcionamiento de la microempresa, el crecimiento y desarrollo de la misma.

En el capítulo VII, se analizaron los principales impactos generados con la implementación del proyecto en aspectos económico, social, tecnológico, cultural y ambiental, con el fin de pronosticar aspectos perjudiciales

Al término de dar cumplimiento al desarrollo y análisis de cada uno de los capítulos se procede a emitir las respectivas conclusiones y recomendaciones de la investigación basada en la producción y comercialización de chocho confitado.

De esta manera se concluye que el proyecto es factible y viable para la inversión por lo que la microempresa productora y comercializadora de chocho confitado se ubicara en la ciudad de Otavalo, que estará dirigido al mercado meta familias de la zona urbana de Otavalo.

JUSTIFICACIÓN

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS, 2015), “es la satisfacción plena de las necesidades tanto objetivas como subjetivas de las personas y los pueblos. Propone un modelo de vida mucho más justo de desarrollo sostenible, sustentable, ecológico y más humano para todos y todas.” Se hace referencia a esta cita, debido a que encierra en su totalidad el propósito de este proyecto; ya que, el objetivo es la creación de una microempresa con el propósito de agrupar a sectores que se encuentran dispersos y desorganizados en una zona, para lograr nuevas fuentes de ingresos aportando a su desarrollo económico, propendiendo un modelo de vida más justo proponemos ingresar al cambio de una matriz productiva popular y solidaria.

Este proyecto es sostenible, sustentable y ecológico debido a que, la leguminosa por sus características resistentes y acondicionamientos a climas extremos e incluso la producción en suelos arenosos es benigna; ecológico porque incluso se la siembra junto a otros cultivos como un repelente de enfermedades agrícolas, evitando de esta manera la utilización de químicos.

Contribuiría a la Matriz Productiva porque incentivaría al cultivo de esta leguminosa de una manera progresiva; ya que, la demanda del producto crea la necesidad de producirla. De esta manera se interrelaciona con el objetivo N° 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, que promueve una economía asociada a una armonía del hombre y la naturaleza sin dañar un ecosistema.

El proyecto se encamina a ayudar con el objetivo N°1 del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Otavalo porque, propende a convertirse en una cadena productiva, la cual nace en el agricultor, quien siembra y cosecha para luego pasar a la comercialización en los mercados mediante los intermediarios, para posteriormente iniciar el proceso de elaboración como es: la cocción y el desagüe; entonces, es en este punto donde

inicia la propuesta de este proyecto, en el cual la materia prima procesada, ingresa a los mercados para su comercialización. Además las políticas del gobierno local propenden el incentivo a la creación de microempresas, amigables con el ambiente y la sociedad local.

El proyecto ayuda tanto al crecimiento como desarrollo emprendedor porque a más de ser un producto novedoso e innovador, con la puesta en marcha de la idea se activa un mercado específico de la economía y por ende también se genera fuentes de empleo, buscando de esta manera la estabilidad laboral de quienes participan en la puesta en marcha del proyecto y mejorando sus condiciones de vida.

OBJETIVOS

Objetivo General: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de chocho confitado en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de proyecto mediante la exploración del medio, para la determinación de la matriz AOOR (Aliados, oponentes, oportunidades y riesgos).
- Estructurar las bases teóricas – científicas mediante las cuales se ayudará a la formulación y ejecución correcta que se realice en el transcurso del estudio.
- Realizar un estudio de mercado al cual va dirigido el producto, mediante la recopilación y análisis de datos, para determinar si el producto está enfocado a los consumidores adecuados.
- Diseñar el estudio técnico mediante la investigación macro y micro de la zona, para determinar el proceso productivo del proyecto, el tamaño, localización, tecnología, inversiones y talento humano que se requiere para la puesta en marcha.
- Realizar el estudio económico – financiero, para la determinación de la factibilidad del proyecto, mediante la utilización de indicadores financieros.

- Diseñar la Estructura Organizacional y Normativa Legal, que permita identificar la estructura administrativa y legal que proporcione a la microempresa un soporte, para el correcto funcionamiento de la misma.
- Determinar los principales impactos que generará la ejecución de este proyecto, para evaluar el efecto que causará, mediante el diseño y análisis de Matrices de Impacto.

METODOLOGÍA

Para finalizar de una manera exitosa la formulación del proyecto, se siguió un procedimiento metodológico en cada una de las etapas, con el fin de recopilar información.

Método Deductivo

Este método fue empleado para realizar un diagnóstico situacional del sector mediante la identificación de la población, aplicando la técnica del muestreo que permitió determinar a qué personas se realizará la encuesta y así conocer los potenciales clientes para el producto que se comercializará. El método también permitió obtener información acerca de las zonas del cultivo de chocho en la localidad, haciendo de esta manera más fácil conocer quiénes son nuestros principales proveedores. También se consiguió proporcionar información que facilitó la elaboración de conclusiones y recomendaciones.

Método Analítico

Este método permitió condensar la información que se obtuvo de libros, tesis relacionadas al tema, además de información estadística proporcionada por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca, entre otras, la misma que permitió recopilar información veraz acerca de la zonas donde se cultiva el chocho, disponibilidad de la materia primaria en el mercado, consumo per cápita y familiar de chocho procesado.

Método de Síntesis

Este método fue necesario aplicarlo, ya que; la información compilada en las encuestas, entrevistas, fichas de observación y en fuentes secundarias, permitieron tamizar para obtener lo substancial de la información que ayudó a minimizar errores en el transcurso del desarrollo del proyecto.

Dentro del proyecto se utilizó las técnicas e instrumentos para la recopilación de datos a través de fuentes primarias, obtenidas de encuestas a los consumidores y entrevistas a

los administradores de supermercados; además de fuentes secundarias obtenidas a través de libros, páginas web, cotizaciones y revistas que ayudaron al sustento de la investigación.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El desarrollo del diagnóstico situacional permite conocer el área donde se implementará el proyecto, el mismo que hará mención a aspectos: geográficos, demográficos y actividades económicas del cantón Otavalo.

San Luis de Otavalo es una ciudad de la provincia de Imbabura en Ecuador; situada a 110 km al norte de la ciudad de Quito, tiene una superficie de 528 kilómetros cuadrados, es una zona de clima frío y su suelo es apto para el cultivo del chocho y otras especies de leguminosas. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT-Otavalo, 2011).

Otavalo está compuesto de once parroquias, de las cuales dos son urbanas y nueve son rurales. Las parroquias rurales están constituidas por: Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, Gonzales Suarez, San Rafael, San Juan de Ilumán, Dr. Miguel Egas Cabeza, San José de Quichinche, San Pedro de Pataquí y Selva Alegre. En el área urbana encontramos a las parroquias de El Jordán y San Luis, cada una de estas con sus correspondientes comunidades. El cantón consta de una población aproximadamente de 104.876 habitantes, de los cuales el 37.52% se encuentra en el área urbana y el 62,48% corresponde al sector rural. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010).

La actividad económica que ha desarrollado el pueblo es la del comercio y la industria, considerando a la última como el desarrollo en los sectores vinculados a la producción artesanal y textil. “El 21% de la producción está concentrada en la ciudad de Otavalo, 13% en la comunidad de Agato, 9% en Carabuela, 8% en Iluman y 7% en San Luis de Agualongo”. (PDOT-O, 2011).

Otavaló, desde sus comienzos fue visto como una fuente ilimitada de riqueza por su agricultura, siendo la siembra del chocho una de sus actividades principales de labranza. El conocimiento de las fases lunares y el comportamiento climático fueron herramientas que ayudaron a desarrollar sistemas de agricultura ancestrales. En la actualidad, esta actividad ha ido decayendo debido a varios factores como son: sociales (la migración a las ciudades en busca de mejores condiciones de vida); medioambientales (el calentamiento global), que han alterado los tiempos de siembra y cosecha, provocando pérdidas en los cultivos. Por esta razón el Gobierno Nacional, a través de sus nuevas políticas agrarias está incentivando a los agricultores para que potencialicen la producción agrícola nacional como un medio de cambio en la Matriz Productiva.

El chocho (*Lupinus mutabilis*), es una leguminosa que tiene relevancia en la gastronomía desde la época preincaica. Es uno de los alimentos vegetales más ricos en proteínas y minerales, esto la hace una planta de interés para la nutrición humana (Revista El Agro, 2012). Esta gramínea fue considerada como un alimento para los estratos bajos, pero en la actualidad ha tomado mayor participación en los mercados de la zona; gracias a la difusión de sus valores nutricionales investigados y comprobados por institutos especializados y a la promulgación de consumir los productos de nuestra tierra, a través de campañas que concientizan y animan a la ciudadanía a consumir lo que la naturaleza entrega.

Por los antecedentes expuestos y con la finalidad de solucionar este problema es beneficioso crear una microempresa de producción y comercialización de chocho confitado en la ciudad de Otavaló, provincia de Imbabura.

1.2. Objetivos Diagnósticos

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional para la determinación del área interna y externa donde se va a desarrollar el proyecto a través del análisis de la matriz AOOR (aliados, oponentes, oportunidades y riesgos).

1.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar los aspectos geográficos y demográficos del cantón Otavalo.
- Establecer los aspectos socio-económicos del área de influencia del proyecto a realizarse.
- Determinar la disponibilidad de chocho en el Cantón.
- Determinar la disponibilidad de mano de obra para la producción artesanal, con o sin experiencia.

1.3. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1. Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivos específicos	VARIABLES	Indicadores	Fuente	Instrumentos	Público meta
Determinar los aspectos geográficos, demográficos y culturales del cantón Otavalo.	Aspectos geográficos y demográficos	Ubicación y Límites	Secundaria	Investigación bibliográfica y lincográfica	PDOT - Otavalo INIAP MAGAP
		Usos del suelo			
		Distribución poblacional			
		Tasa de crecimiento demográfico			
Establecer los aspectos socio-económicos del área de influencia del proyecto a realizarse.	Situación socio-económica	Densidad Poblacional	Secundaria	Investigación bibliográfica y referencias estadísticas	INEC PDOT - Otavalo
		Lugares Turísticos			
		Gastronomía			
		Consumo de chocho			
Determinar la disponibilidad de chocho en el Cantón.	Materia prima	Población económicamente activa (PEA)	Secundaria	Investigación bibliográfica y referencias estadísticas	MAGAP INIAP
		Sectores de la economía			
		Temporada para el cultivo			
		Zonas de cultivo			
Determinar la disponibilidad de mano de obra para la producción artesanal, con o sin experiencia.	Talento humano	Áreas de producción	Secundaria	Referencias estadísticas	INEC
		Comercialización			
		Disponibilidad de mano de obra			

Fuente: Formulación de objetivos, variables e indicadores

Elaborado por: La investigadora

Año: 2015

1.4. Mecánica Operativa

1.4.1. Fuentes Secundarias

Para el desarrollo del presente diagnóstico se utilizó información secundaria que permita profundizar el análisis de las variables e indicadores, para ello se recabó información en páginas web del INEC (Instituto de Estadísticas y Censo), PDOT (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo), INIAP (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias), MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca) así como información documental proporcionada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo.

1.5. Análisis de Variables Diagnósticas

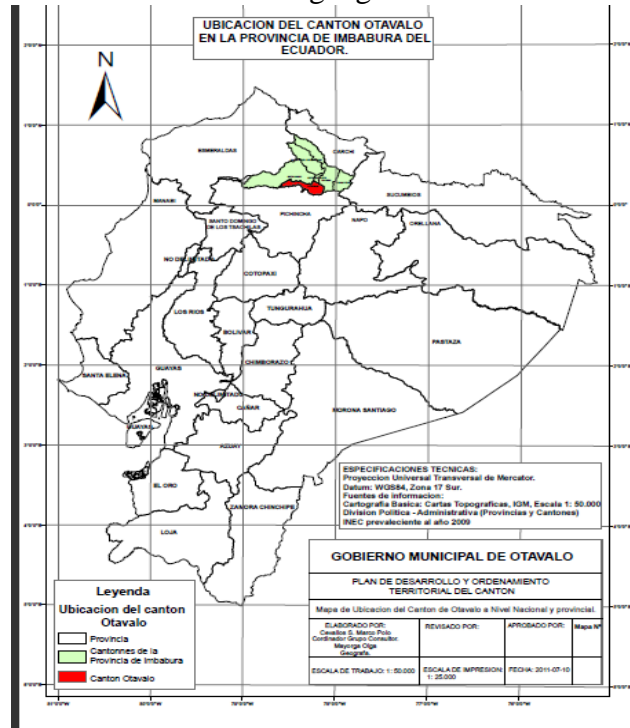
1.5.1. Aspectos geográficos y demográficos

➤ *Ubicación y límites*

El cantón Otavalo se encuentra situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura. Tiene una superficie de 579 kilómetros cuadrados, según los nuevos límites otorgados por el Gobierno Municipal de Otavalo la ciudad se localiza al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las siguientes coordenadas: 78° 15' 49'' longitud oeste y 0° 13' 43'' latitud norte. (PDOT, 2011).

Posee diferentes altitudes, desde los 1.100 m.s.n.m., en la zona de Selva Alegre, hasta los 4.700 m.s.n.m., en el cerro Imbabura. El idioma oficial es el castellano y kichwa, la moneda que circula es el dólar norteamericano. Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial-Otavalo (PDOT-O, 2011).

Tabla 2. Situación geográfica de Otavalo



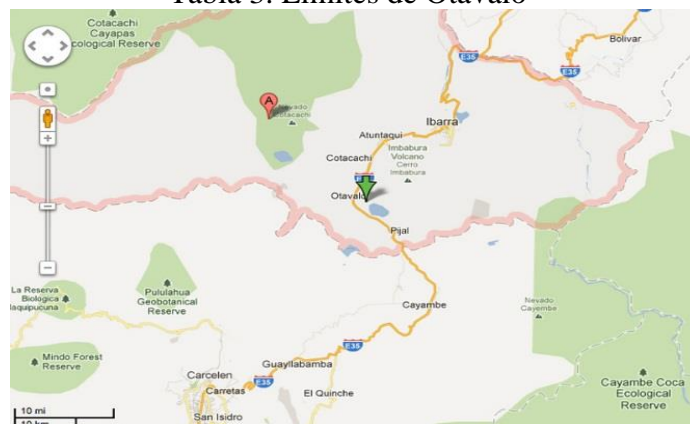
Fuente: Instituto Nacional de Censos del Ecuador-INEC. División política administrativa del Ecuador, 2009. Límite cantonal y parroquial: Gobierno Municipal de Otavalo, 2011.

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Según datos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, se encuentra limitado de la siguiente manera: al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur limita con el cantón Quito; al este con los cantones Ibarra y Cayambe y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi. (PDOT-O, 2011).

Tabla 3. Límites de Otavalo



Fuente: www.otavalo.gob.ec

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

➤ **Usos del suelo**

Los suelos del cantón están destinados mayoritariamente a vegetación arbustiva y otros usos que generalmente son cereales, ocupa un 17.53% de un total de 57.799 has, este uso de suelo se ubica en las faldas del sistema de montañas existentes en Otavalo y que han extendido la frontera agrícola entre la curva de nivel 2.800 hasta los 3.000 msnm especialmente en la zona de la cuenca del Lago San Pablo. El segundo uso de suelo pertenece a pastos cultivados y otros usos que ocupa un 17.13% del territorio, seguida de cultivos de maíz que como es conocido se cultiva por cuestión cultural y representa un 16.31%, en cuarto lugar se observan 6.861 has, destinadas a páramo que es de suma importancia para captación de agua.

El bosque natural y otros usos ocupa 3.966 has, seguida de bosque intervenido con 3.157 has. Los cultivos de ciclo corto ocupan 3.070 has. Y los cereales y otros usos 2.090 has. Los otros usos se diversifican en cuerpos de agua, uso urbano, bosque plantado, arboricultura, frutales, caña de azúcar, cultivos diferenciados, humedales y afloramientos rocosos, gravas y minas. En el sistema económico, se describe los diversos cultivos que existen en las categorías de uso como actividad. (PDOT-O, 2011).

➤ **Distribución**

poblacional

Tabla 4. Auto- identificación de la Población

Identificación	Total	Total %
Indígena	59.987,93	57,20%
Mestizo	42.264,22	40,30%
Blanco	1.153,61	1,10%
Afroecuatoriano	1.048,74	1,00%
Afrodescendiente	104,87	0,10%
Montubio	209,75	0,20%
Otro	104,87	0,10%
TOTAL	104.874	

Fuente: Censo Poblacional 2010. INEC

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010). El total de la población otavaleña es de 104.874 habitantes, de los cuales en el área urbana ascienden al 37,52% y en

el área rural es del 62,48%. Se observa que la población rural ocupa la mayor parte del territorio. Sin embargo, cabe recalcar que las cabeceras, incluido algunas comunidades aledañas a dichas cabecera, son consideradas zonas urbanas de acuerdo a ordenanza municipal.

El cantón Otavalo está conformada por dos áreas una urbana y otra rural. La zona urbana se constituye de dos parroquias llamada: El Jordán con las comunidades de: Cotama, Guananci, Gualapuro, La Compañía, Camuendo, Libertad de Azama. La parroquia urbana San Luis incluye las comunidades de: Imbabuela Alto y Bajo, Mojanda, Mojanda Mirador, Mojandita, Taxopamba y Cuatro Esquinas. La zona rural constituye las parroquias de: Eugenio Espejo (Calpaquí), Gonzales Suárez, Miguel Egas Cabezas(Peguche), San José de Quichinche, San Juan de Ilumán, San Miguel de Pamplona, San Pablo del Lago, San Pedro de Pataquí, San Rafael de la Laguna. (PDOT-O, 2011).

Tabla 5. Población urbana y rural

Parroquia	Urbano	Rural	Total
Dr. Miguel Egas Cabezas		4.883	4.883
Eugenio Espejo (Calpaquí)		7.357	7.357
González Suarez		5.630	5.630
Otavalo	39.354	13.399	52.753
Pataquí		269	269
San José De Quichinche		8.476	8.476
San Juan De Iluman		8.584	8.584
San Pablo		9.901	9.901
San Rafael		5.421	5.421
Selva Alegre		1.600	1.600
Total	39.354	65.520	104.874

Fuente: PDOT-Otavalo

Elaborado por: La investigadora

Año: 2015

Con la información obtenida se pudo identificar que el 62,47% corresponde a la población rural, mientras que el 37,53% se encuentra situada en la ciudad.

La estructura poblacional del cantón Otavalo está distribuida como lo indica el siguiente cuadro:

Tabla 6. Grupos de edad del cantón Otavalo

Grupo de Edad	Mujeres	Hombres
De 100 años y más	3	2
De 95 a 99 años	39	18
De 90 a 94 años	120	61
De 85 a 89 años	290	196
De 80 a 84 años	606	411
De 75 a 79 años	773	612
De 70 a 74 años	1.133	904
De 65 a 69 años	1.464	1.199
De 60 a 64 años	1.690	1.336
De 55 a 59 años	1.736	1.591
De 50 a 54 años	2.034	1.730
De 45 a 49 años	2.645	2.230
De 40 a 44 años	2.889	2.430
De 35 a 39 años	3.223	2.738
De 30 a 34 años	3.625	3.023
De 25 a 29 años	4.098	3.754
De 20 a 24 años	4.726	4.454
De 15 a 19 años	5.478	5.497
De 10 a 14 años	6.173	6.361
De 5 a 9 años	6.277	6.267
De 1 a 4 años	4.510	4.728
Menor de 1 año	896	904

Fuente: INEC, Censo 2010

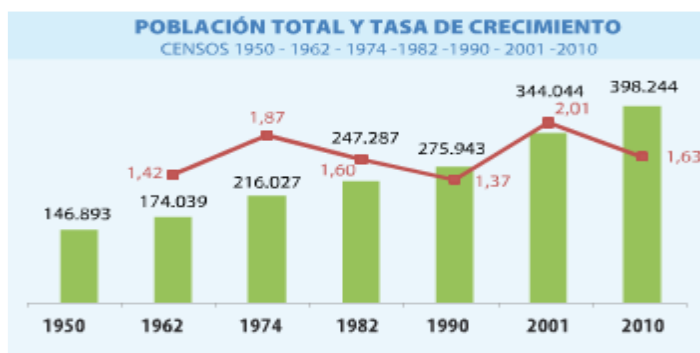
Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

➤ *Tasa de crecimiento demográfico*

La población aumentó a 90.188 habitantes y para el censo 2010 se incrementó a 104.874 habitantes. En el período intercensal del 2001 al 2010 hubo un aumento de población del 16.28%. En el contexto de la provincia de Imbabura, el cantón Otavalo posee el 26,33% de población para el censo 2010 mientras que en el 2001 fue de 26,21%, observándose un pequeño incremento. Entonces la tasa de crecimiento poblacional de Otavalo es de 2.02%. (INEC, 2010).

Gráfico 1. Tasa de crecimiento demográfico



Fuente: INEC, 2010

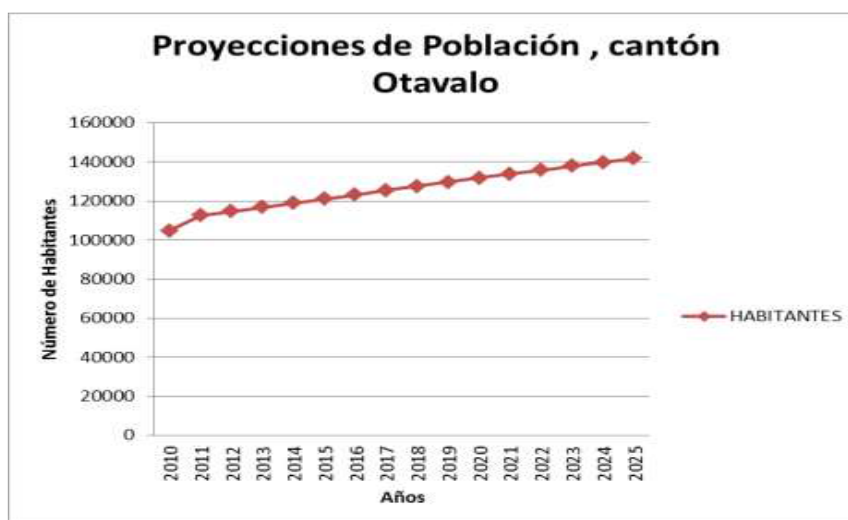
Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

➤ *Densidad Poblacional*

Partiendo desde datos del último censo, la población asciende a 104.874, hasta el año 2.025 aumentaría en un 74%, las proyecciones permitirán mirar a futuro las posibles demandas de una población en crecimiento que requiere cubrir sus necesidades.

Gráfico 2. Proyección de la población de Otavalo.



Fuente: SENPLADES, 2010

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

La densidad poblacional del cantón Otavalo aumentó en un 61,46%, es decir existen 239 personas por kilómetro cuadrado. La cabecera cantonal mantiene la primacía en este aspecto con 713 habitantes por km² y Selva Alegre es la que menor densidad poblacional presenta

debido a que sus 1600 habitantes se encuentran en una superficie de 178 km², teniendo como valor 9 habitantes por km². El promedio de habitantes por km² a nivel país, según el último censo es de 55,8 habitantes por km², lo que refleja la alta densidad poblacional que tiene Otavalo. A continuación se presentará un cuadro de la densidad por parroquias del Cantón Otavalo. (INEC, 2010).

Tabla 7. Densidad a nivel Parroquial

Parroquias	Área Km2	POB 2010	DENS POB	Porcentaje
San Pedro de Pataquí	10	269	27	1%
Selva Alegre	178	1.600	9	0%
Dr. Miguel Egas	14	4.883	349	15%
San Rafael	18	5.421	301	13%
Gonzales Suárez	52	5.630	108	5%
Eugenio Espejo	30	7.357	245	10%
San José de Quichinche	118	8.476	72	3%
San Juan de Iluman	21	8.584	409	17%
San Pablo del Lago	64	9.901	155	6%
Otavalo	74	52.753	713	30%
Total		104.874	2.388	

Fuente: División parroquial del GMO 2011 e INEC, Censo 2010

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

➤ *Lugares turísticos*

Laguna de San Pablo – Imbakucha

El Lago San Pablo está ubicado a 4 kilómetros de la ciudad de Otavalo, es un lugar en donde se pueden desarrollar varias actividades como práctica de deportes acuáticos como natación, ski, remo, velerismo, canotaje y pesca deportiva. Se encuentra al pie del cerro Imbabura en un entorno paisajístico impresionante, razón por la cual se han desarrollado a su alrededor infraestructura turística y varias hosterías de alta calidad. (PDOT-O, 2011).

Cascada de Peguche

La Cascada de Peguche se encuentra a 3,3 kilómetros de la ciudad de Otavalo; es decir, a diez minutos, es parte de la comunidad de Faccha Llacta, tiene una temperatura de 12 °C (OTAVALO-TRAVEL, 2015). En sus alrededores se puede encontrar una exuberante vegetación, que crea un ambiente de relajación. Este lugar es visitado con mayor frecuencia

en las fiestas de carnaval. Los indígenas utilizan este sitio para realizar sus ceremonias de purificación, que es una tradición para empezar las fiestas del Inti Raymi.

Lagunas de Mojanda

Este complejo de 3 lagunas se encuentra ubicado a 16 km (40 minutos) de Otavalo, a 3.720 m.s.n.m. y con una temperatura del entorno de 8°C. (OTAVALO-TRAVEL, 2015). Se encuentra rodeado por una serie de montañas y por eso este lugar es visitado preferentemente por los montañistas, desde este punto se puede apreciar distintos paisajes, de acuerdo al paso de las horas del día.

Mirador El Lechero

El Lechero es un árbol muy antiguo, ubicado en el sitio conocido como Pucará de Rey Loma, a una altura de 2847 m.s.n.m. y una temperatura promedio de los alrededores de 12°C. (OTAVALO-TRAVEL, 2015). Desde su mirador se puede apreciar paisajes que deleitan la vista, es un lugar para relajarse y compartir en familia; puesto que, es ideal para realizar caminatas, campamentos y ciclismo.

Plaza de Los Ponchos

La Plaza de los Ponchos, también conocida como Mercado Centenario, es el escenario de la mayor feria artesanal del norte del Ecuador, la temperatura promedio del entorno es de 14°C y está situado a una altura de 2566 m.s.n.m. (OTAVALO-TRAVEL, 2015). Este lugar es visitado por los turistas tanto nacionales como extranjeros porque se encuentra diversidad de productos artesanales, en especial los tejidos y bordados a mano.

Parque Acuático de Araque

Se encuentra ubicado en la comunidad de Araque, a tan sólo 10.7 km (10 minutos) al sur de la ciudad de Otavalo. Está ubicada a una altura de 2660 m.s.n.m. y la temperatura promedio del entorno es de 12°C. (OTAVALO-TRAVEL, 2015). Es un sitio muy recomendado para realizar actividades con familia y amigos porque se puede realizar paseos

en lancha, kayak, paseos en caballos, juegos infantiles y no debemos olvidar que se podrá degustar comida típica de la zona.

➤ *Gastronomía*

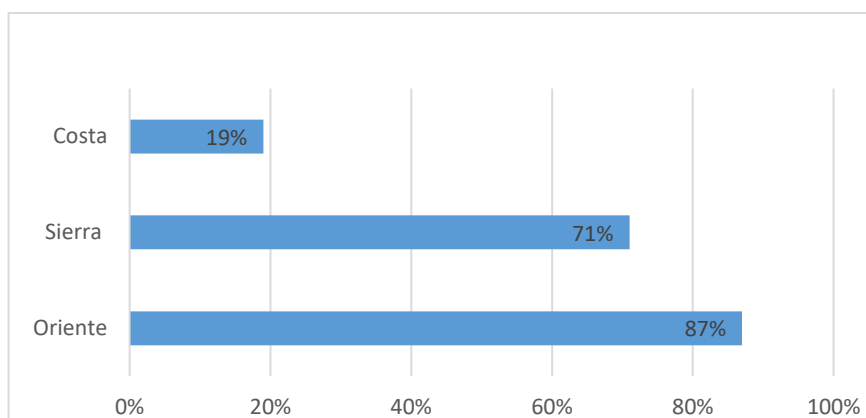
La gastronomía de Otavalo tiene una variedad de delicias tradicionales, una de estas y que ha caracterizado por el plato típico conocido como “Yamor”, que se trata de la chicha a base de siete tipos de maíz fermentado, que va acompañado por tortilla de papa, fritada, tostado, mote y las empanadas rellenas de arroz con alverja. También dentro de la alimentación diaria podemos encontrar el delicioso arropo de mora, colada con churos, papas con cuy, variedad de sopas de granos secos, colada morada, verduras, variedad de empanadas y variedad de postres. (PDOT-O, 2011). Con lo dicho anteriormente, la cocina otavaleña tiene una diversidad de platos y el paladar del pueblo Otavalo está dispuesto a degustarlo, por este motivo se busca incursionar en la elaboración de un nuevo dulce que llame la atención de la población.

Cabe recalcar que con la creación de la Ley Orgánica de Régimen de Soberanía Alimentaria que el gobierno actual impulsa, ayudará al fortalecimiento de los sistemas alimentarios locales, construcción de capacidades orientadas a mejorar la producción, el acceso a alimentos sanos, y nutricionales para la familia, permitiendo tener una mayor apertura a la elaboración de productos artesanales.

➤ *Consumo de chocho*

El consumo de chocho, con el paso de los años ha pasado de ser un alimento consumido por personas de estratos bajos a ser un producto que se lo exhibe en las perchas de los supermercados. “En Ecuador, el chocho es consumido por el 71% de familias urbanas de la Sierra, 87% de familias del Oriente y un 19% de familias en la Costa”. Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria. (INIAP, 2012, p.9)

Gráfico 3. Consumo de chocho en Ecuador por familias



Fuente: Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Se puede evidenciar en el gráfico anterior, que la mayor región del Ecuador en consumir chochos es la región Amazónica, pero el consumo en la región Interandina no tiene mucha diferencia; es decir, que las familias de la Sierra también tiene en su consumo diario una porción significativa de chochos, puesto que existe mucha accesibilidad a adquirir esta gramínea tan nutritiva.

Existe consumo del chocho en un 100% en las provincias de Chimborazo, Pichincha e Imbabura respectivamente. En Otavalo, los productores de chocho asignan el 80% de la producción para comercializarlo en los mercados de la localidad y el 20% es para su consumo. Con estos datos se puede determinar que el grano de chocho tiene mucha demanda en el mercado. (Caicedo y Peralta, 2012, p.23)

El consumo por persona de chocho procesado es de 0,4 kg mensual, lo que corresponde a una cantidad muy baja para los estándares establecidos de consumo. Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca (MAGAP, 2015).

1.5.2. Situación Socio – económica

➤ *Población Económicamente Activa*

La población económicamente activa (PEA) de Otavalo representa el 32% de la población total, el 64% de la misma habita en la zona urbana del cantón y el 36% en la zona rural (INEC, 2010). Respecto a las categorías de ocupación se muestra el siguiente cuadro:

Tabla 8. Categoría Ocupacional del cantón Otavalo

PORCENTAJE/POBLACIÓN	
Trabajo por cuenta propia	36,8%
Empleados/obreros privados	27,1%
Jornaleros y ocupados públicos	11,9%
Otros (Ocupado, remunerados y no remunerados)	24,20%

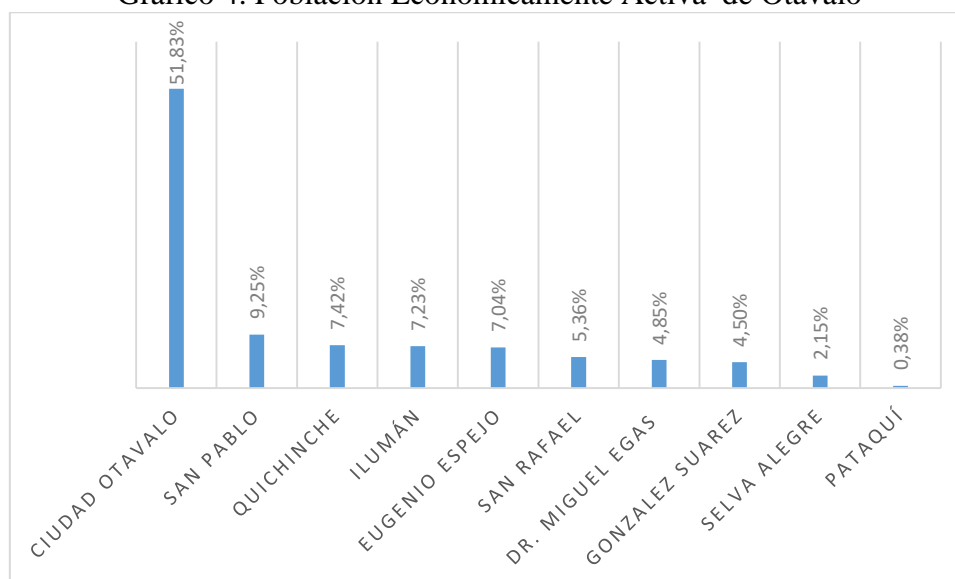
Fuente: FLACSO-Ecuador y Gobierno Provincial de Imbabura

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

A continuación se muestra un gráfico estadístico de la población económicamente activa del cantón Otavalo por parroquias urbanas y rurales, con el fin de determinar en qué sector se encuentra mayor población en edad productiva, como sigue:

Gráfico 4. Población Económicamente Activa de Otavalo



Fuente: CELAEP, 2014

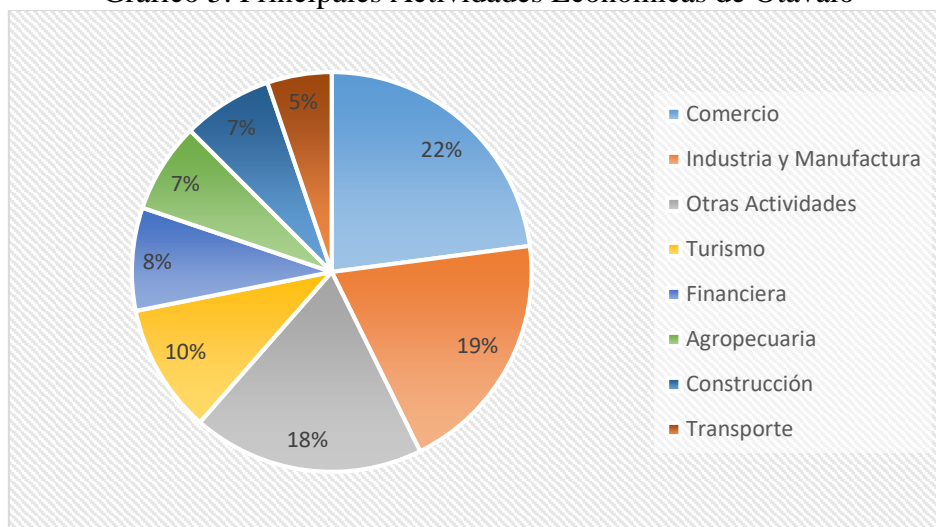
Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

➤ *Sectores de la economía*

Las actividades económicas que se generan al interior del cantón son diversas, dentro de las más importantes podemos señalar al comercio que representa el 22%, industria y manufactura 19%, otras actividades 18%, turismo 10%, financiera 8%, agricultura 7%, construcción 7%, transporte 5% (PDOT-O, 2011).

Gráfico 5. Principales Actividades Económicas de Otavalo



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial- Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

1.5.3. Materia Prima

➤ *Temporada para el cultivo*

Al ser una leguminosa muy resistente a climas fríos e incluso es cultivada en áreas secas y arenosas, permite que exista disponibilidad de esta, todos los meses del año; ya que, el proceso de desamargo del chocho se lo realiza de enero a diciembre, pero con mayor demanda en el mes de marzo por motivo de preparación de la “fanesca” (MAGAP, 2011). Otro aspecto importante para que exista mayor facilidad para el desagüe del chocho, es gracias a las fuentes naturales con las que cuenta el cantón.

➤ *Zonas de ubicación del cultivo de chocho*

Las zonas de ubicación del cultivo del chocho de acuerdo a la información proporcionada, se encuentran en el área rural, sembrada en los terrenos de los agricultores, a pesar de no

contar con la certificación de la semilla, en el mercado esta leguminosa tiene mucha demanda. A continuación se presenta la información obtenida.

Tabla 9. Zonas de cultivo de chocho-MAGAP

Parroquia	Sector, Caserío o Recinto	Producción Total por HAS	Producción en quintales por HAS
Miguel Egas Cabeza	Quinchuquí	1.200	40
Gonzales Suarez	Mariscal Sucre	700	50
San Pablo	Topo	224	28
San Pablo	Casco Valenzuela	570	38

Fuente: MAGAP-Ibarra

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Las parroquias en la cuales siembra el chocho con mayor extensión son: Miguel Egas Cabeza, Gonzales Suarez, San Pablo, podemos apreciar que la mayor producción es en el sector de Quinchuquí; el cual, se encuentra ubicado a pocos kilómetros de la ciudad, lo que hace tener una accesibilidad más cercana a los proveedores.

Es de vital importancia zonificar los cultivos para poder delimitar áreas físicamente homogéneas que puedan responder a un uso determinado, con prácticas de manejo similares, así como también es necesario conocer las limitaciones que se presenten por factores abióticos indeseables como son: heladas, granizadas, pendientes pronunciadas, presencia de piedra pómez.

De acuerdo con investigaciones realizadas por el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias, “la localización de las superficies potenciales para el cultivo de chocho son las siguientes:

- Ibarra-San Pablo con áreas de 938 ha sin limitaciones, las zonas con limitaciones ligeras corresponde al 911ha y con limitaciones importantes se tienen 2.575 ha
- Otavalo posee zonas posee de 1.323 ha con limitaciones ligeras y 990 ha con limitaciones importantes.

Lo que se demuestra que Otavalo e Ibarra son áreas potenciales para el cultivo de chocho puesto que no existen muchas hectáreas con limitaciones para dicha actividad agrícola.

Para mayor entendimiento se presenta un cuadro con la localización de la superficie potencial para el cultivo de chocho” (Caicedo y Peralta, 2012, p.9).

Tabla 10. Zonificación Potencial-INIAP

Zonas	Sin Limitaciones		Limitaciones Ligeras		Limitaciones Importantes	
	(ha)	%	(ha)	%	(ha)	%
Ibarra-San Pablo	938	3	911	5	2.575	5
Otavalo	0	0	1.323	8	990	2
Cayambe-Cangahua	4.011	13	230	1	4.935	9
Sigchos-Mulaló	5.703	18	7.323	43	7.556	14
Latacunga-Salcedo	12.222	38	3.053	18	6.992	13
Quero-Guano	4.946	16	2.987	17	16.526	29
Riobamba-Guamote	3.430	11	1.180	7	11.362	20
Tixán-Palmira	452	1	152	1	4.835	8
Total	31.702	100	17.159	100	55.768	100

Fuente: INIAP-Programa Nacional de Leguminosas

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

➤ *Área de producción*

Según datos del III Censo Agropecuario Nacional, existen 10.000 ha sembradas de chocho en país que son destinadas para el consumo.

La zonificación del cultivo de chocho en la sierra se identifica un potencial de 31.702 ha para sembrar esta especie, pero de acuerdo a datos del III Censo Nacional existen 10.000 ha sembradas de esta leguminosa, la misma que es destinada para el consumo, los lugares más aptos para la producción constituyen en su orden: Ibarra- San Pablo- Otavalo, en la provincia de Imbabura con un 3% de presencia de limitaciones en la producción del chocho, lo que quiere decir que estas zonas se encuentran en condiciones óptimas como: temperatura, precipitación y altitud para el cultivo de esta especie, las limitaciones analizadas se refieren a la presencia de factores indeseables para el cultivo como: heladas, granizadas y pendientes.

El chocho se produce desde el Carchi hasta Chimborazo, existen zonas de producción en el Austro, pero los principales centros de producción potencial son Cotopaxi, Chimborazo e Imbabura (INIAP, 2011).

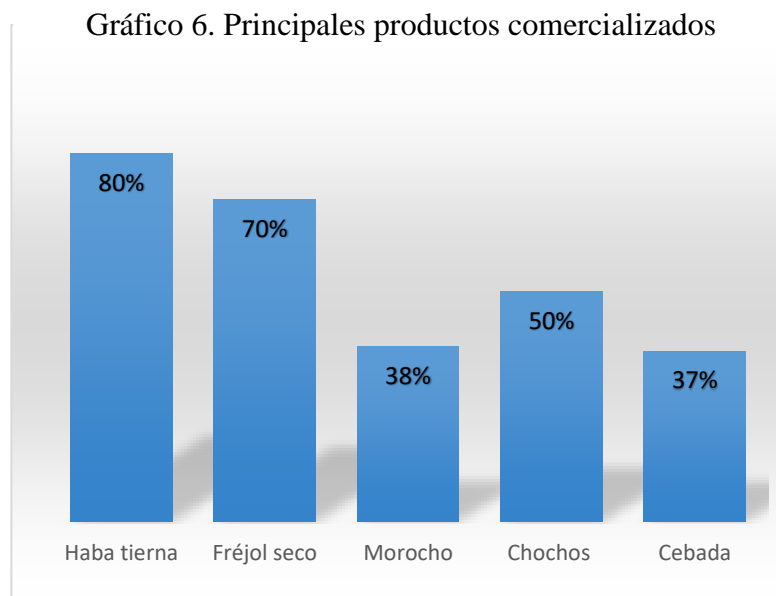
En la provincia de Imbabura el cantón más representativo en la producción y comercialización del chocho es Otavalo, específicamente en las parroquias de San Rafael y San Pablo del Lago, con una superficie sembrada de 60 ha, cosechada de 41 toneladas y vendida de 5 toneladas (INIAP, 2011).

➤ **Comercialización**

“En Otavalo, la asociación “2 de Junio”, conformada por 24 socios, procesa un promedio de 2.700 kg/ semana, ya que cada miembro concurre al tanque de lavado con 90 a 135 kg/ semana. En el barrio “La Florida” de la ciudad de Otavalo, ocho procesadores desamargan un promedio de 900 kg/ semana.

En la parroquia San Rafael la asociación “Hatun Pogyo” cuenta con 70 socios, cada uno de los cuales lleva el grano cocido hasta un estanque provisto de agua proveniente de una vertiente. De acuerdo al boletín técnico del Programa Nacional de Leguminosas emitido por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias en este lugar se procesa alrededor de 6.750 kg/ semana.

A orillas del lago San Pablo un 10% de procesadores desamarga el grano en los llamados “pogyos”, que son pequeñas acequias que desembocan en el lago. La cantidad procesada por semana es de 450 kg” (Peralta y Caicedo, 2012, p.30).



Fuente: MAGAP
Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

Entre los productos que son comercializados en mayor medida en la ciudad de Otavalo tenemos: habas tiernas con 80% de la producción, fréjol seco 70%, morocho 38%, chochos con un 50%, cebada con 37%. Siendo de esta manera la haba, el fréjol y el chocho los tres productos principales muy apetecidos para el consumo dentro de la zona.

1.5.4. Talento Humano

➤ *Disponibilidad de Mano de Obra*

Para la producción artesanal de productos no se necesita personal altamente profesional; puesto que, el proceso para la elaboración del producto no necesita de tecnología y tampoco se necesita de mucha ciencia.

Los índices de desempleo y subempleo han aumentado significativamente durante los últimos años con un 4,1% y 53%, respectivamente. (LA HORA, 2012). Esta población constituye el 52,3% de la económicamente activa en Otavalo, de los cuales el 51,83% se encuentra asentado en la zona urbana y el restante distribuida en las parroquias rurales. (**Ver Gráfico 6**).

La ejecución de este proyecto puede contribuir grandemente para bajar los índices de desempleo y subempleo al generar fuentes de empleo.

1.6. Construcción de la Matriz AOOD

1.6.1. Aliados

- Disponibilidad suficiente de grano de chocho.
- La mano de obra que se encuentra disponible dentro de la PEA cantonal y la mayor parte de la misma habita en la zona urbana.
- El grano de chocho que es muy conocido en la región
- Impulsa al cumplimiento principalmente del objetivo n° 10 del Plan Nacional del Buen Vivir que se refiere a “impulsar la transformación de la matriz productiva”.

1.6.2. Oponentes

- Posicionamiento de productos de características similares, lo que hace que la microempresa tenga una competencia directa.
- Alta variedad de productos sustitutos (maní, habas, tostado y una extensa variedad de caramelos)
- Falta de conocimiento de beneficios nutricionales del choco y la panela.

1.6.3. Oportunidades

- El apoyo activo del Gobierno Nacional impulsando a la creación de microempresas a través de incentivos.
- Apoyo de organismos como: Corporación Financiera Nacional, Banco Nacional de Fomento, Servicio de Rentas Internas y Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología, en el ámbito financiero, tecnológico, información, control de calidad, entre otros (PNBV, 2013-2017).
- Tendencia al aumento de consumo de productos más sanos y naturales.

1.6.4. Riesgos

- Aumento de microempresas similares con infraestructura instalada y personal con experiencia, que podrían desplazarnos del mercado.
- Consumidores tradicionalistas de productos sustitutos tales como: maní, tostado, habas y caramelos.
- Inseguridad en el marco legal del país, que afecten a los principales aliados como son los Supermercados y tiendas, en los cuales se realice la comercialización de chocho confitado.

1.7. Determinación de la oportunidad de inversión

Después de haber efectuado el diagnóstico situacional se pudo identificar los aspectos siguientes:

- En el cantón Otavalo existe alta disponibilidad de grano de chocho, puesto que se lo siembra y cosecha en las comunidades de Quinchuquí, Mariscal Sucre, Topo y Casco Valenzuela, cabe recalcar que existen vías de acceso que facilitan la adquisición de la materia prima.
- La ciudad de Otavalo se encuentra en un punto estratégico para la puesta en marcha de una microempresa, debido a las oportunidades geográficas, económicas, comerciales; así como también rutas de acceso, disponibilidad de servicios básicos y alcantarillado.
- Se puede identificar una oportunidad de implementar el proyecto en el cantón Otavalo por la población económicamente activa (PEA) que corresponde al 52,3%, de la cual la mayor parte se encuentra en la zona urbana. El 22 % de la economía depende del comercio e industria y el 19% de manufactura como las más importantes.

- El chocho es una gramínea muy conocida en la región, puesto que ha sido un producto que se lo consume tradicionalmente y ha estado en todas las mesas de las familias ecuatorianas.
- El proyecto promueve al cumplimiento del objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir que actualmente el Gobierno está impulsando para la transformación de la matriz productiva.
- La tendencia al consumo de productos más sanos y saludables ha permitido promover programas de Salud Alimentaria, que en la actualidad las entidades gubernamentales los están difundiendo, así como también el apoyo brindado a través de programas de planificación territorial, que hace atractivo a la puesta en marcha de un proyecto micro empresarial.
- El proyecto tiene el apoyo activo del Gobierno Nacional y de los distintos organismos que lo conforman; puesto que, impulsan a la creación de microempresas entregando incentivos y facilitando la puesta en marcha de la misma.

Por lo anteriormente mencionado, se puede determinar que el “Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de chocho confitado en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura” es pertinente desarrollarlo.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Objetivo General

Estructurar las bases teóricas – científicas mediante las cuales se fundamentará el Marco Teórico para sustentar cada una de las etapas que se desarrollarán el transcurso del proyecto.

2.2. La Microempresa

2.2.1. Definición

Una microempresa es la asociación de personas, que operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos. Humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación. (Monteros, 2011, p.12)

De acuerdo con el autor una microempresa se refiere a toda empresa de tamaño pequeño y no es necesario de que exista grandes recursos económicos y financieros, pero si debe contar con el talento humano, que es parte de vital importancia para la misma. Cabe recalcar también que la microempresa se la considera a nivel mundial “la espina dorsal de la economía de un país”, puesto que contribuye con el crecimiento del lugar donde se constituye, creando fuentes de empleo y mejorando la calidad de vida de quienes forman parte de la misma.

2.2.2. Tipos de microempresas

La heterogeneidad de la microempresa nos hace reflexionar sobre la existencia de varios niveles, que podríamos clasificarla de la siguiente manera:

- Microempresa de Subsistencia

- Microempresa de Crecimiento
- Microempresa que linda con la Pequeña Industria. (Monteros, 2011, p.17)

Como podemos notar la autora clasifica a las microempresas en diferentes tipos, dependiendo de su subsistencia, de crecimiento y las que lindan con la Pequeña Industria, pero cabe recalcar que independientemente de cual sea su tipo, la microempresa debe contar con los recursos tanto humanos, materiales, económicos y tecnológicos para su correcto funcionamiento, la misma que tiene un propósito en común que es el de cubrir las necesidades de sus clientes.

2.2.3. Características de la microempresa

La microempresa en Ecuador se puede definir como una pequeña unidad económica, con no más de trabajadores cuyos activos fijos, excluidos el valor de los terrenos y edificios, no superan US\$20.000,00 o su equivalente en sucres. Se caracteriza porque en la actividad se hace uso intensivo de la mano de obra, con escaso desarrollo tecnológico, una baja de división de trabajo, pequeño capital, baja productividad e ingreso, reducida capacidad de ahorro y con un limitado acceso a los servicios financieros y no financieros existentes. (Monteros, 2011, p.25)

Una microempresa es aquella que efectúa cualquier actividad comercial, ya sea de forma individual o algunas veces de tipo familiar, en lo referente a talento humano poseen personal muy calificado para su producción por dicha razón las microempresas se han convertido en un referente para el desarrollo nacional, además para constituirla no es necesario de una mayor inversión.

2.2.4. Aspectos importantes para iniciar una PYMES

Jacques, Cisneros y Mejía (2011) afirma. “Una verdadera oportunidad de negocios solo se puede ver, descubrir y finalmente tomar forma tras una confrontación entre la idea de negocio

y la realidad socioeconómica dentro de la cual deben mobilizarse los recursos para materializar esa idea” (p.8).

Las microempresas se han convertido en un fenómeno dentro de la sociedad, por ende se ha convertido en una parte importante para el país por su aporte al desarrollo pero sin duda alguna las microempresas necesitan contar con el financiamiento que le permita comenzar el negocio, puesto que el recurso económico es de vital importancia a la hora de emprender algún tipo de actividad comercial.

2.3. Artesano

El Código de Trabajo (2015) dice:

(...) se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, y que tuviere bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios.

2.3.1. Características de la producción artesanal

Para que la producción sea considerada como “artesanal” tiene que cumplir con las siguientes características. UNAM (2015) indica:

- Fabricación manual, domiciliaria, para consumo de la familia o la venta de un bien restringido.
- En el mismo lugar se agrupan el usuario, el artesano, el mercader y el transporte.
- El artesano elabora los productos con sus manos en su totalidad, seleccionando personalmente la materia prima, dándole su propio estilo, su personalidad.

- Requiere de una fuerza laboral altamente especializada en el diseño de las operaciones de manufactura, especialmente para el armado final del producto.
- Tienen una organización descentralizada en una misma ciudad. Cada artesano se especializa en un componente del producto.
- El volumen de la producción es generalmente reducido.

2.3.2. Calificación artesanal

Junta Nacional de Defensa del Artesano (2015). “La calificación artesanal la puede obtener los artesanos maestros de taller de una manera autónoma o en sociedad después de haber aprobado un curso de nivelación educativo habiendo también capacitado a sus operarios o aprendices constantemente”.

2.4. Marco Legal de la microempresa

2.4.1. Personas Naturales

Según la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI, 2013) son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas. Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Tomando en cuenta el concepto que este Organismo de Control nos entrega, podemos decir que una persona natural es aquella que realice cualquier tipo de actividad económica dentro del país y que le retribuya una rentabilidad.

➤ Personas Naturales obligada a llevar contabilidad

SRI (2015) informa que se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones

básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas.

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Entonces, están obligados a llevar contabilidad las personas naturales que realice actividades económicas dentro del país, sean estas nacionales o extranjeros. Los ingresos anuales percibidos que reciban de su actividad deberá superar los \$ 162.000 y sus gastos anuales excedan los \$ 129.600.

2.5.Las Leguminosas

Peralta, Murillo, Caicedo, Pinzón y Rivera (2011) manifiestan:

Las leguminosas de grano comestible, comprenden aquellas especies que pertenecen a la familia Fabaceae (Papilionaceae), cuyo uso principal radica en el consumo directo del grano o semilla y de la legumbre o vaina.

El alto contenido de proteína (20 a 46%), es el denominador común en estas especies, lo que determina su valor e importancia en la alimentación humana. Además tienen una utilidad secundaria como abonos verdes y de fijación de Nitrógeno. En el país, son componentes importantes de los sistemas de producción sostenible, principalmente en la Sierra, al cultivar en forma asociada, intercalada, en unicultivo y en rotación con otros cultivos. Además constituyen por tradición, un elemento básico en la alimentación (en variadas formas) de la población urbana y rural. Aportan

proteínas y carbohidratos de bajo costo, comparadas con las fuentes de origen animal, a las que la mayoría de la población no puede acceder fácilmente debido a los niveles de pobreza generalizada y persistente. (p.5)

De acuerdo con las investigaciones realizadas y comprobadas por los autores, podemos apreciar los grandes beneficios de éstas leguminosas que verdaderamente no han sido dadas a conocer masivamente para su consumo, actualmente buscamos mecanismos para el control del colesterol y triglicéridos sin darnos cuenta que tenemos tan cerca el remedio y con un consumo diario podríamos reestablecer el control de nuestro organismo.

2.5.1. El chocho

Jacobsen y Mujica (2012) afirman:

La especie de leguminosa - *Lupinus mutabilis* (tarwi) - se cultiva tradicionalmente en los Andes desde los 1.500 m, encontrándose en Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile y Argentina. Sus semillas son usadas en la alimentación humana, ya que esta especie ocupa uno de los primeros lugares entre los alimentos nativos con elevado contenido de proteínas y aceites a nivel mundial. Sin embargo, el grano requiere un tratamiento previo para su consumo, siendo necesario eliminar las sustancias antinutricionales que contiene y que le permiten a la planta disponer de defensas naturales contra el ataque de insectos. Estas sustancias son alcaloides formados por esparteína, lupinina, lupanidina, entre los principales, los cuales actualmente son utilizados para controlar garrapatas y parásitos gastrointestinales, como lombrices en los animales domésticos. (p.458)

El poco interés de nuestro medio en la difusión de los beneficios de ésta gramínea, que es propia y autóctona de sud américa ya que desde la época preincaica era parte de su dieta habitual hasta la actualidad y la presentación tradicional ha sido sencilla (la semilla preparada acompañada con sal).

2.5.2. Composición Química del chocho

Las semillas son excepcionalmente nutritivas. Las proteínas y aceites constituyen más de la mitad de su peso, estudios realizados en más de 300 diferentes genotipos muestran que la proteína varía de 41- 51% y el aceite de 14-24%. En base a análisis bromatológico, posee en promedio 35.5% de proteína, 16.9% de aceites, 7.65% de fibra cruda, 4.145% de cenizas y 35.77% de carbohidratos, encontrando correlación positiva entre proteína y alcaloides, mientras que es negativa entre proteína y aceite. (Jacobsen y Mujica, 2012, p.460)

El ser humano por naturaleza no aprecia las bondades de alimentos que se encuentran en el medio, menospreciando su valor nutricional. En la actualidad buscamos productos prefabricados extraídos con métodos transgénicos destruyendo el valor nutricional propio de un consumo directo debido a la influencia del marketing publicitario de componentes refinados que a la suma del tiempo se convierten únicamente en un consumismo nocivo a la economía popular y a la salud.

2.5.3. Usos del chocho

Se utiliza el tarwi en la alimentación humana previa eliminación del sabor amargo, para lo cual existen diversos métodos eficientes que garantizan su completa eliminación. Especialmente los ecuatorianos han trabajado con ese aspecto. Las formas de preparación varían según las regiones y ocasiones de consumo: mote de tarwi, ensaladas, sopas (crema de tarwi), guisos, postres (mazamoras con naranja) y cebiche serrano. Industrialmente se obtiene harina, usando un 15% en la panificación con excelentes resultados por el contenido en grasas. Los alcaloides (esparteína, lupinina, lupinidina, entre otros) son empleados para controlar ectoparásitos y parásitos intestinales de animales domésticos. Ocasionalmente los agricultores utilizan el agua de cocción del tarwi como laxante y como biosida en el control de plagas de

las plantas. En el estado de floración, la planta se incorpora al suelo como abono verde con buenos resultados, mejorando considerablemente la cantidad de materia orgánica, estructura y retención de humedad del suelo. Por su contenido en alcaloides, se siembra a menudo como cerco vivo o para separar parcelas de diferentes cultivos, aspecto que actúa como repelente o evita el daño que pudieran causar los animales. (Jacobsen y Mujica, 2012, p.464)

De acuerdo con lo expuesto al chocho se lo ha usado ya sea para el consumo humano, en la agricultura y en la ganadería, es muy importante recalcar que se aprovecha todos los componentes que tiene esta gramínea, puesto que, lo que no puede consumir el ser humano como es el grano recién cosechado, se lo puede utilizar como plaguicida de las mismas plantas. Es por esto que podemos recalcar que al ser un grano de alto valor nutricional y medicinal para las personas, animales y plantas, es necesario potencializar su consumo entregando al mercado diferentes presentaciones.

2.6. Confitar

Es necesario conocer la definición del término confitar, puesto que el producto que vamos a entregar al mercado es en base al proceso de confitar al chocho Real Academia Española (RAE, 2015) significa, cubrir con un baño de azúcar las frutas o semillas para hacerlas más agradables al paladar” “Cocer las frutas en almíbar” “Endulzar, suavizar”.

Esta es una técnica que se utiliza para realizar compotas o mermeladas. La palabra confitar se puede utilizar para referirnos a cuando cubrimos con mucho azúcar a verduras, frutas, semillas o frutos secos en una sartén (lo que se conoce cuando caramelizamos un alimento, como la cebolla caramelizada o pimientos de piquillo caramelizados).

2.7.El maní

Guzmán (2011) afirma:

El maní o cacahuete es una fuente importante de aceite vegetal y de proteína en las zonas tropicales y subtropicales. Es originario de América del Sur de donde se distribuyó a otros países. Su contenido de aceite es 50 % y el de proteína 30 %. La planta de maní se aprovecha en forma integral para el consumo; su follaje se utiliza como forraje fresco o ensilado; las semillas se comen crudas, cocidas, tostadas o en gran variedad de confituras. De la semilla se extrae el aceite y el subproducto denominado torta, rica en proteínas, es utilizado como concentrado para la alimentación animal. El maní puede rendir de 25 a 30 % de cáscara y de 70 a 75 % de semilla con alguna diferencias entre variedades. En producción por hectárea se puede obtener un rendimiento de 1,5 toneladas de maní en cáscara o más. (p.5)

2.8. El haba

Giménez et al. (2012) menciona:

Vicia faba, el haba, es una planta trepadora herbácea, anual, de tallos semi-erectos que se enredan; cultivada en todo el globo por sus semillas, las cuales son empleadas en gastronomía. Da su nombre a la familia de las fabáceas, de la cual es la especie tipo. Contienen 77.1% de agua. Son muy ricas en calorías y proteínas, vitaminas: C, A, E, B1 y B2, en concreto de tiamina, niacina y folatos, minerales como potasio, fósforo, sodio, calcio, hierro, magnesio y zinc, además está compuesta por antioxidantes, lecitina, colina, hidratos de carbono, fibra y beta carotenos. (p.538)

Las habas favorecen el tránsito intestinal, es muy útil para eliminar grasa de las arterias, disminuyendo el nivel de colesterol. Su contenido en lecitina y colina ayuda a mejorar los síntomas del Alzheimer.

2.9. Estudio de Mercado

Baca (2010) afirma: “Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (p.7).

De acuerdo con el autor, el estudio de mercado es una parte muy importante al momento de emprender un negocio, puesto que este es quien determina lo referente a oferta, demanda, precios y comercialización.

2.9.1. Mercado

Rivera y López (2012) afirma: “El conjunto de compradores que buscan un determinado producto. En suma, tradicionalmente los economistas han usado el término mercado en relación con los compradores y vendedores que desean intercambiar un conjunto de productos sustitutos o clase de producto” (p.71).

El mercado de acuerdo al autor se refiere a la actividad que se realiza entre los oferentes y demandantes, puesto que no es necesario de que exista un lugar físico para llamarlo mercado y para intercambiar bienes o servicios.

2.9.2. Segmentación de Mercado

Fernández y Quintero (2010) afirma: “Para llenar las diversas necesidades de mercado se debe encausar los esfuerzos hacia grupos más pequeños o segmentos dentro del mercado total, entiendo como segmento a cada uno de los cuales pueda seleccionarse como mercado meta” (p.28). En concordancia con el autor el segmentar un mercado en el estudio del mismo, es de mucha importancia, puesto que de esta manera se dividirá al mercado en grupos más pequeños, permitiendo reconocer a nuestros consumidores reales, permitiendo al empresario disminuir la inversión en este aspecto.

2.9.3. Demanda

Rivera y López (2012) afirman: “Estimación razonada de las posibilidades cuantitativas de ventas de un producto o de un servicio para un período determinado para una clientela definida” (p.90). La demanda se refiere a una petición de bienes o servicios que el público objetivo puede o quiere adquirir para satisfacer sus necesidades. Esta fuerza de mercado

depende mucho de la oferta, al tener un comportamiento en el mercado de una manera inversamente proporcional a la otra.

2.9.4. Oferta

Baca (2010) afirma: “Oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes, está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (p.47). Se enmarca en la ley de la oferta, que se refiere a las cantidades de bienes o servicios que los vendedores o productores están dispuestos a poner en el mercado ya sea con productos similares o con productos sustitutos.

2.9.5. Precio

Rojas (2013) afirma:

Es la cantidad de dinero por la que se ofrece un producto o servicio en intercambio. El consumidor entrega un valor o precio al vendedor a cambio del cual tiene la oportunidad de beneficiarse con el uso del producto o servicio. (p.172)

➤ Factores determinantes para el precio

El precio de venta depende de:

- Elasticidad- precio de la demanda
- Concepto de la mercadotecnia de la empresa.
- Estructura del mercado en cuanto a oferta y número de consumidores.
- Fijación de precios oficiales.
- Tipo y naturaleza del mercado y sistema de distribución.
- Estructura de los costos de operación.
- Margen de rentabilidad esperada. (Córdoba, 2012, p.77)

2.9.6. Producto

Rojas (2013) afirma:

Es el primer y más importante componente de la mezcla del marketing que está constituido, por una parte material, tangible (forma, color, sabor, envase, marca, precio) y otra parte intangible (valor, calidad, prestigio) que el vendedor ofrece y el comprador puede aceptar para satisfacer alguna de sus necesidades. (p.150)

2.9.7. Promoción

Rojas (2013) afirma:

Tiene que ver con la comunicación de los mercadólogos de la empresa con los consumidores potenciales para hacerles saber características, bondades, ventaja, precio, ofertas, rebajas, etc, de sus productos o servicios. Aquí hay que resaltar la habilidad para manejar el lenguaje y la comunicación con los consumidores. La motivación, la persuasión y la oportunidad son factores de mucha importancia. El publicista es el técnico que conoce muy bien los entornos, culturas, sociales, económicos, políticos y tecnológicos para manejar al público con el mensaje más persuasivo y vendedor. A menudo es preciso comunicar la existencia de ventajas, ofertas, existencia exclusiva y bondadosa a clientes especiales con quienes debe usar otro rasgo importante de la comunicación: La empatía. (p.111)

2.9.8. Plaza

Rojas (2013) afirma:

Este factor del mercado está constituido por el ámbito territorial donde tendrán lugar las actividades de mercadotecnia, las condiciones físicas de que dispone la empresa para la distribución de sus productos. Todas las actividades de mercadotecnia son orientadas a un mercado objetivo de consumidores. La meta que se espera alcanzar será alcanzar sus necesidades en forma permanente. (p.110)

2.10. Estudio Técnico

Meza (2010) afirma: “El estudio técnico es verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o producción del servicio para lograr los objetivos del proyecto” (p.23). El autor indica que el estudio técnico debe cumplir con distintas etapas técnicas de manera que con cada etapa se pueda definir y diseñar el proceso productivo del negocio y todo cuanto se refiera a la operatividad de la planta.

2.10.1. Tamaño del proyecto

Para una adecuada formulación de un proyecto empresarial es necesario conocer ampliamente el tamaño del proyecto Arboleda (2013) afirma. “El tamaño del proyecto empresarial es su capacidad de producción del bien o de prestación del servicio durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata” (p.7).

El tamaño del proyecto hace referencia a la cantidad de producto o servicio que se está ofertando, por unidad de tiempo; es decir, se lo puede establecer dependiendo de la capacidad de producción de un bien o servicio en un período de tiempo determinado.

2.10.2. Localización del proyecto

Arboleda (2013) afirma. “La localización del proyecto empresarial, para poder establecer el punto o sitio donde la resultante de las denominadas fuerzas locacionales del proyecto es la mejor, en términos de máxima ganancia o mínimo costo unitario” (p.7). El autor hace referencia a la ubicación óptima de la planta de producción, que se encuentre situado en un lugar de fácil acceso para adquirir el bien o servicio que se está ofertando.

➤ Macrolocalización

Meza (2013) menciona:

La macro localización, tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente y

debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto. (p.23)

Dentro de la implementación de un proyecto la macrolocalización o también conocida como macro zona es de mucha importancia porque permite identificar la región o territorio donde se pretende realizar el proyecto, en esta parte se debe analizar todas las alternativas que permitan operar en condiciones óptimas y tener la accesibilidad a servicios necesarios.

➤ **Microlocalización**

Meza (2013) indica:

La microlocalización, abarca la investigación y comparación de los componentes del costo un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle (costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.). Cuando se hace el estudio a nivel de perfil, basta con identificar la zona para efectos de la localización. (p.25)

La microlocalización se la realiza con el fin de seleccionar la zona precisa para instalar la planta de producción del proyecto y dar inicio con la operatividad de la misma, este lugar donde se encuentra, deberá permitir alcanzar los objetivos de rentabilidad y bajo costo de producción.

2.10.3. Ingeniería del proyecto

Arboleda (2013) afirma:

La ingeniería del proyecto empresarial tiene por objetivo el diseño del departamento técnico u operativo de la futura empresa; es la parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica; es decir, con la participación de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del área de producción del bien o de prestación del servicio de la futura empresa. (p.197)

La ingeniería del proyecto comprende aspectos tanto técnicos y de infraestructura que permitirán dar inicio al proceso de producción del proyecto. Es una etapa que se encuentra dentro de la formulación del proyecto en la cual se determinan todos los recursos necesarios para llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto.


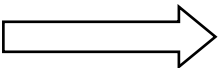
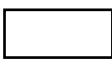

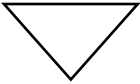
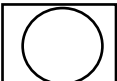
2.10.4. Proceso de Producción

Córdoba (2012) afirma: “El proceso productivo se refiere a los procesos de transformación aplicados en el proyecto para la fabricación de los bienes, es decir, la conversión de las materias primas en productos terminados” (p.24).

El proceso productivo de acuerdo con el autor, se refiere a un conjunto de operaciones entrelazadas, en las cuales se combinan los recursos tanto humanos, materiales y tecnológicos para dar como resultado un producto o servicio final.

2.11. Simbología de diagrama de flujo

El diagrama de flujo se refiere a una representación gráfica de todas las operaciones que se deben realizar para obtener un producto elaborado, constituyendo una herramienta muy necesaria para tener muy en cuenta los tiempos que se establezcan para cada proceso.

Actividad	Símbolo	Resultado predominante
Operación		Se produce o se realiza algo
Transporte		Se cambia de lugar o se mueve un objeto
Inspección		Se verifica la calidad o la cantidad del producto
Demora		Se interfiere o se retrasa del paso siguiente
Almacenaje		Se guarda o se protege el producto o los materiales
Actividad combinada		Operación combinada con una inspección

Fuente: Blog spot

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

2.12. Estudio Financiero

Córdoba (2012) menciona:

En el estudio financiero se especifica las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y la estimación de ingresos y egresos para el período de la vida útil del proyecto. Osea el estudio financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que genera y la manera como se financia (p.61)

El estudio financiero es otra parte importante por desarrollar en un estudio de factibilidad, puesto que dicho estudio permite establecer el monto total de los recursos económicos que se necesitaran para el proyecto, los costos totales para la operación de la planta así como otra serie de indicadores que interesaran como base para la puesta en marcha del proyecto.

2.12.1. Ingresos

Valdivieso (2013) manifiesta:

Los ingresos se clasifican en: Ingresos Operacionales, Ingresos no Operacionales. Los ingresos operacionales incluyen todos los ingresos obtenidos por la venta de un producto o servicio: Los ingresos no operacionales son aquellos que se relacionan en forma directa con las principales actividades del negocio. (p.192)

De acuerdo con el autor los ingresos representan un elemento esencial y relevante con los que un negocio puede contar para trabajar. Entonces, los ingresos son todas las ganancias o entradas de dinero al presupuesto de un negocio, sean estos monetarios o no monetarios que permiten expandir o aumentar su infraestructura con el objeto de aumentar su productividad.

2.12.2. Egresos

Calvache (2010) afirma: “Egresos son todos los gastos monetarios, que significan desembolsos para la empresa los que van a estar en funcionamiento de su organización en un

ejercicio económico” (p.23). Los egresos se los relaciona con los gastos y la inversión, los mismos que se hallan inmersos en el giro del negocio, es decir, son erogaciones de dinero necesarias para llevar a cabo la actividad económica y a su vez poder obtener rendimiento.

2.12.3. Costo de Producción

Chiliquinga (2010) afirma: “Costo de producción como los costos necesarios para transformar de forma o de fondo material en productos determinados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipo y otros” (p.89). En los costos de producción podemos encontrar costos directos e indirectos, así como también costos de fabricación, los mismos que corresponden a una valoración monetaria de inversión, ya que a través del producto se podrá recuperar la misma.

2.12.4. Gastos de Administración

Urbina (2010) afirma: “Los gastos de administración son los egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa” (p.123). El autor se refiere como gastos de administración, a todas las erogaciones en las que se incurre en actividades que realiza en la dirección general; es decir en funciones en donde la fuerza intelectual predomina.

2.12.5. Gastos de Ventas

Urbina (2010) afirma: “Los gastos de ventas son los desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas” (p.124). Los gastos de ventas son todos los desembolsos de dinero que se generan en toda las actividades que sean referentes al almacenamiento y venta de productos o servicios que se esté ofertando al público.

2.12.6. Gastos Financieros

Chiliquinga (2010) afirma: “Son las cargas financieras, a los pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras” (p.134). Son salidas de

dinero que se producen por la necesidad de obtener un capital ajeno, del cual se debe pagar intereses.

2.12.7. Depreciación

Hargadon y Múnera (2010) afirma: “La depreciación como un activo fijo que pierde su valor por causa del deterioro natural y esta depreciación es justamente otro gasto en que incurre el negocio” (p.159). La depreciación la sufre cualquier tipo de activo fijo o bien mueble por el usos o desuso que se les da, mientras que los bienes inmuebles son los que ganan plusvalía.

2.12.8. Estados Financieros

Torres (2011) alude: “Los estados financieros son el producto de salida del sistema contable, el cual tiene comodatos de entrada a los hechos económicos (transacciones comerciales), los que luego de un proceso de registro y medición se convierte en informes de salida” (p.35). Realizar estados financieros para cumplir no solo con la normativa legal que tiene las empresas sino también para conocer su situación económica y financiera. Cabe recalcar que a través de los estados financieros se puede tomar las mejores decisiones en la empresa, puesto que la información que los estados arrojan deberá ser fiables y confiables.

➤ Estado de Situación Financiera

Zapata (2011) afirma: “Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado” (p.63). El estado de situación financiera de una empresa muestra la posición financiera en un momento determinado, muestra la inversión realizada (activos) y también a través de que medio se los obtuvo (pasivos), ya sea por endeudamiento, venta de inversiones, patrimonio, entre otros.

➤ **Estado de Resultados Integral**

Zapata (2011) afirma: “Es dinámico ya que expresa en forma acumulativa las cifras de rentas, ingresos, costos y gastos resultantes en un período determinado” (p.66). La información que nos muestra este estado se refiere a como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un período determinado de tiempo en forma clara y ordenada. En este informe se debe aplicar el principio del período contable que es de un año. Podemos encontrar rubros como ingresos, egresos y gastos permitiéndonos también determinar la utilidad antes y después de impuestos.

➤ **Flujo de Caja**

Rivera (2010) alude:

El flujo de caja o el flujo del efectivo es un documento que nos permite dejar en claro cómo se moverán los recursos financieros del proyecto, es decir los ingresos y los egresos, durante su ejecución. Puede determinarse por semana, mes u otro período convencional. (p.165)

El estado de flujo de efectivo es parte importante dentro de los estados financieros porque muestra las entradas y salidas de dinero tanto de la caja como de depósitos bancarios a la vista puesto que estos son fácilmente convertible en efectivo.

2.12.9. Evaluadores Financieros

Baca (2010) afirma:

Con métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, anota sus limitaciones de aplicación y los compra con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y muestra la aplicación práctica de ambos. (p.180)

2.12.9.1. Valor Actual Neto (VAN)

Baca (2010) menciona:

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivalente a comparar todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en ese momento o tiempo cero. (p.182)

2.12.9.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Córdoba (2011) afirma: “La tasa interna de retorno conocida como la TIR; refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil” (p.75).

2.12.9.3. Costo – Beneficio (C/B)

Meza (2010) señala:

En el análisis de coste beneficio la aproximación es diferente, no se comparan ingresos con costes, sino beneficio con costes sociales. El resultado de restar los costes sociales de los beneficios sociales es el beneficio social neto del proyecto, determina si un proyecto aporta beneficios a la sociedad. (p.92)

2.12.9.4. Período de Recuperación

Córdoba (2012) afirma: “Llamado también periodo de reembolso, se define como el número esperado de periodos que se requieren para que se recupere una inversión original” (p.79).

2.12.9.5. Punto de Equilibrio

Baca (2010) afirma: “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variable” (p.148).

2.12.9.6. Costo de Oportunidad

Izar (2013) señala:

El costo de oportunidad se entiende como aquel costo en que se incurre al tomar una decisión y no otra. Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreñar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado. (p.98)

2.13. Estructura Organizacional

Meza (2010) afirma: “Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales” (p.28).

2.13.1. Misión

Hurtado (2010) afirma: “La misión es la razón de ser de toda organización, ella responde a la sociedad a través de una finalidad específica para lo cual existe la organización. La misión es única para cada empresa, expresa el debe-ser” (p.145).

2.13.2. Visión

Hurtado (2010) afirma:

La visión es una imagen mental de un estado futuro posible y deseable de la empresa que proporciona una guía para poder distinguir entre aquello que la organización debe preservar y lo que es susceptible de cambio. Una visión clara se caracteriza por tener una articulación coherente, esta compartida por todo el personal. (p.149)

2.13.3. Organigrama Estructural

Meza (2010) afirma: “La estructura organizacional de la empresa se hace mediante una representación gráfica, llamada Organigrama, que al mismo tiempo nos muestra los elementos del grupo y sus relaciones respectivas” (p.28). Para alcanzar el éxito que toda empresa desea es importante precisar una misión, que es la razón de ser de la misma; una visión la cual muestre detalladamente lo que quiere llegar hacer en un futuro determinado y también objetivos medibles y cuantificables que permitan cumplir y evaluar los objetivos

propuestos al momento de iniciar una actividad económica. Otra parte importante dentro de la estructura organizativa es el organigrama estructural para poder determinar el grado de responsabilidad y la hasta donde son las obligaciones del personal que labore en la empresa.

2.14. Evaluación de Impactos

Miranda (2010) alude:

La grave crisis ambiental mundial merece medidas objetivas de solución a éste problema; la desigualdad de género o la marginación de ciertos sectores de la sociedad hace que se establezcan estudios de impactos ambientales, sociales y de igualdad de participación; donde el primero es un estudio técnico y multidisciplinario que se lleva a cabo sobre el medio físico, biológico con el propósito de conservar, proteger, recuperar y/o mejorar los recursos naturales existentes; proyectando una mejor salud y calidad de vida de la población; el otro permite la inclusión de grupos vulnerables por sus condiciones diversas y su impacto social. (p.198)

➤ **Impacto Social**

Arboleda (2013) menciona: “Impacto social como no solo el análisis de eficiencia de los impactos de un proyecto sino que también analiza aspectos de equidad; es decir, los efectos que el proyecto tiene sobre la distribución de ingresos y riqueza” (p.158).

➤ **Impacto Económico**

Arboleda (2013) “Impacto Económico como una herramienta para analizar la contribución de un proyecto al bienestar nacional, teniendo en cuenta el objetivo de eficiencia, busca medir el aporte neto de un proyecto al bienestar de toda la colectividad nacional” (p.158).

➤ **Impacto Ambiental**

Arboleda (2013) afirma: “Impacto ambiental como el conjunto de elementos naturales o inducidos por el hombre que interactúa en un espacio y tiempo determinado, es decir, las condiciones del medio ambiente natural y social que afectan al ser humano” (p.159).

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El estudio de mercado es una parte muy importante y necesaria al momento de realizar un proyecto de factibilidad, puesto que, proporciona información relevante de factores claves para ingresar a un mercado, permitiendo conocer el mercado meta al cual se dirigirá el producto, gustos y preferencia de los clientes, demanda, oferta y muchas más variables relacionadas al estudio de mercado.

En los últimos años la alimentación de la población ecuatoriana ha dado un giro bastante considerable debido a la forma de vida apresurada que se lleva, teniendo como resultado la generación de enfermedades; razón por la cual el Gobierno ha hecho grandes campañas acerca del cuidado de la salud considerando una correcta alimentación, basándose en una dieta de altos nutrientes y vitaminas.

Los valores nutricionales que posee el chocho que es la materia prima principal en la elaboración del chocho confitado son desconocidos para la mayoría de la población, lo que hace atractivo al producto brindando la debida información nutricional del producto terminado para satisfacer las necesidades y expectativas existentes del consumidor.

En el estudio de mercado se da a conocer los aspectos relacionados con los componentes nutricionales que el chocho confitado, la respectiva demanda del mismo, la oferta de chocho que hay en la ciudad de Otavalo en la actualidad, así como el precio, su comercialización y las estrategias que se aplicarán para lograr posicionar el producto en el mercado.

3.2. Objetivos del Estudio

3.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para la determinación el segmento de la población al cual se va a dirigir el producto, las estrategias que se utilizarán para penetrar en dicho segmento, el reconocimiento de los potenciales clientes y los oferentes, a través de técnicas de recolección de datos e información.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar la demanda de chocho confitado en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.
- Conocer la oferta de productos sustitutos de chocho confitado en el área de influencia del proyecto
- Determinar el valor monetario para la venta de chocho confitado
- Definir las características de chocho confitado.
- Establecer los sistemas de comercialización de chocho confitado.

Tabla 11. Matriz de Variables de mercado

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Población a investigarse
Identificar la demanda de chocho confitado en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.	Demanda	Consumo de chocho Nivel de aceptación Frecuencia de compra Volumen de producción Características preferentes Marca de dulce confitado preferente	Primaria	Encuesta	Familias de la zona urbana de Otavalo
Conocer la oferta de productos sustitutos de chocho confitado en el área de influencia del proyecto	Oferta	Oferta existente de confites Competencia	Secundaria	Bibliográfica	Instituto de promoción de exportaciones e inversiones PRO-ECUADOR Supermercados Otavalo
Determinar el valor monetario para la venta de chocho confitado.	Precio	Precio del producto	Primaria	Encuesta	Familias de la zona urbana de Otavalo
Definir las características de chocho confitado	Producto	Productos sustitutos Presentación del producto Canales de distribución	Primaria	Encuesta	Familias de la zona urbana de Otavalo
Establecer los sistemas de comercialización de chocho confitado	Comercialización	Medios de difusión Frecuencia de comercialización Alianzas Estratégicas	Primaria	Encuesta Entrevista	Familias de la zona urbana de Otavalo Administradores de supermercados y tiendas

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La investigadora

Año: 2015

3.3. Identificación del producto

3.4. Chocho Confitado

El chocho y la panela son las materia primas principales que se utilizarán para el proceso de confitado; es decir, al chocho, a través de un proceso de cocción se lo recubrirá con un dulce conocido en la zona como panela, siendo este un producto de consumo al tener innumerables beneficios nutritivos.

El chocho posee altos beneficios nutritivos en los cuales tenemos: calcio, fósforo, proteínas, vitaminas, grasas y posee un componente activo como lo es el denominado Gamma conglutin, que permite reducir los niveles de glucosa en la sangre, siendo este el principal aporte que entrega esta leguminosa.

Por otro lado tenemos como ingrediente indispensable a la panela, que al igual que el chocho aporta también nutrientes como vitaminas, posee buenas cantidades de fósforo, calcio, hierro, magnesio, manganeso, zinc y cobre, como la sacarosa, además de glucosa y fructuosa, los cuales aportan grandemente al organismo.

El chocho confitado que se presenta al mercado es otra forma de consumir dicha leguminosa; es decir, el producto que se entrega se caracteriza por tener un sabor diferente al que tradicionalmente se lo consumía, siendo así un dulce exquisito y con alto valor nutritivo, atractivo para el consumo de aquellas personas que buscan recibir beneficios saludables en su dieta diaria. No es necesario añadir conservantes; ya que, el producto en un lugar seco puede durar hasta 30 días.

Por lo tanto, la combinación de estos dos productos aportará en la dieta diaria de la población de Otavalo, mejorando los niveles de vida en la salud, haciéndolo un producto novedoso para el consumo diario de los habitantes otavaleños.

Gráfico 7. Presentación de chocho confitado



Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

3.4.1. Etiqueta

El diseño de la etiqueta consta todos los datos concernientes al chocho confitado, desde los ingredientes, información nutricional y todos los parámetros de información necesarios establecidos por los organismos reguladores.

Para realizar la etiqueta se tomó muy en cuenta las normas y estándares establecidas por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria; con el fin de poder obtener el registro sanitario y de esta manera pueda funcionar la microempresa, también cabe mencionar que, para la comercialización del producto se toma muy en cuenta las características que a continuación se presentan en la etiqueta.

Gráfico 8. Etiqueta

Información nutricional	
Cantidad de una ración	150 gr
Raciones por envase	1 unidad
Cantidad por ración	
Calorías	250
Calorías de grasa	110
Porcentaje (%) del valor diario*	
Grasas totales	12 g 18 %
Grasas saturadas	3 g 15 %
Grasas trans	3 g
Colesterol	30 mg 10 %
Sodio	470 mg 20 %
Potasio	700 mg 20 %
Carbohidratos totales	31 g 10 %
Fibras dietéticas	0 g 0 %
Azúcares	5 g
Proteínas	5 g
Vitamina A	4%
Vitamina C	2%
Calcio	20%
Hierro	4%

*Los porcentajes del valor diario están basados en una dieta de 2,000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores según sus necesidades de calorías.

Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

3.4.2. Empaque

Para determinar cuál será el empaque para el producto se tomó en cuenta, normas establecidas por el Ministerio del Ambiente, las cuales indican que el empaque debe para ser reciclado y que no contamine el medio ambiente y para la comercialización se tomó en cuenta tres aspectos importantes: la visibilidad del contenido del producto, transportación y conservación del chocho. Por estas razones se determinó que la mejor opción del empaque son las fundas de polipropileno bio.

Gráfico 10. Empaque



Fuente: Plasticentro
Año: 2015

3.5. Productos sustitutos

➤ La haba

Las habas confitadas son parte de los dulces tradicionales ecuatorianos y es muy apetecido por la población. Este producto se lo puede encontrar en cualquier lugar de comercialización como son supermercados, tiendas, puestos informales y artesanales por su alto valor nutritivo. Las habas confitadas son la competencia indirecta para el chocho confitado que presentaré al mercado.

➤ El maní

El maní confitado en la ciudad de Otavalo es muy apetecido para el paladar de los pobladores, por ser un alimento con altos valores nutricionales y es preferido por un alto porcentaje de otavaleños por tener un sabor muy agradable al paladar.

➤ El tostado

El tostado de dulce o también conocido como “caca de perro” que es un tipo golosina tradicional en la ciudad de Otavalo y es elaborado de forma tradicional en la mayor parte de hogares otavaleños, tiene una textura crocante puesto que está cubierto con miel de panela para obtener el sabor dulce y muy apetecido por la población.

3.6. Matriz de variables de mercado

3.7. Segmentación de mercado y mercado meta

Segmentar mercados se refiere a formar varias porciones de un mercado de acuerdo a diferentes variables. Actualmente la segmentación es importante para toda microempresa debido a que todos los esfuerzos que realice dicha unidad económica deben centrarse en un mercado objetivo, y para seleccionarlo debe primeramente segmentar el mercado para escoger cual es el segmento que va a atender.

3.7.1. Segmentación de mercado

Tabla 12. Segmento de mercado

VARIABLES	CRITERIOS
<u>Geográficas:</u>	
Región	Sierra
Provincia	Imbabura
Sector	Urbano
<u>Demográficas:</u>	
Sexo	Hombres y mujeres
Hogares	Número de hogares
<u>Socio-Económicas:</u>	
Nivel económico	Personas que tengan una fuente de ingreso económico medio o alto
<u>Psicográficas</u>	
Valores culturales	Personas que acepten productos novedosos y artesanales

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

3.7.2. Mercado Meta

Después de realizar el análisis de los criterios de cada segmento, se prosiguió a escoger el mercado meta. Llegando a la conclusión de que el mercado meta más apto para el chocho

confitado está constituido por los hogares de la zona urbana de la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, compuesto por hombres y mujeres jefes de hogar que tengan una fuente de ingreso económico medio o alto, especialmente para aquellas familias que les guste adquirir productos novedosos y hechos artesanalmente. Dicho segmento es el mercado meta al cual se buscará llegar a través de las cadenas de mercado más importantes del sector urbano de Otavalo como son: Akí, Santa María, La Mía y tiendas más concurridas, puesto que este es el medio recomendable para comercializar este tipo de confite porque de esta manera puede ser exhibido en las perchas de los supermercados y es aquí donde acude la mayor parte de familias otavaleñas a realizar la compra de confites y caramelos, así como también por la facilidad de acudir a dichos supermercados.

3.8. Identificación de la población

3.8.1. Población a investigar

La población investigada se estableció según datos obtenidos del Censo Nacional y Vivienda realizado en el año 2010. De acuerdo a esta fuente existen 13.258 hogares urbanos. Para el análisis de la proyección de los hogares urbanos se tomó el 2,02% que equivale a la tasa de crecimiento poblacional y a continuación se muestra un cuadro con la evolución de la misma.

Tabla 13. Número de Hogares del cantón Otavalo-2015

Año	Hogares
2011	13.258
2012	13.526
2013	13.799
2014	14.078
2015	14.362

Fuente: Censo de la Población y Vivienda, 2010

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

3.8.2. Cálculo de la muestra

La población o universo a investigar asciende a 14.362 por ello se aplicará muestreo, para obtener una porción representativa de la población en total y la fórmula que se aplicó se detalla a continuación.

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

n= número de encuestas a levantar.

N= población a investigar.

Z= nivel de confianza, sugerencia trabajar al 95% (1,96).

δ^2 = Varianza

e= error, se sugiere 5%, error y confianza deben cuadrar

(N-1)= correcciones para mayores de treinta

Muestra= n/N % distribución de frecuencia

Reemplazando:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)^2 (14.362)}{(0,005)^2 (10.934-1) + (1,96)^2 (0,25)^2}$$

$$n = 374, 18$$

Para el levantamiento de información que contribuya a identificar todos los aspectos relevantes a la población de Otavalo, se realizaron 374 encuestas, que contribuyeron a la investigación de mercado.

3.9. Mecánica Operativa

El análisis de mercado permitió conocer la demanda y oferta de chocho confitado que hay en la ciudad de Otavalo, para poder determinar la demanda que el proyecto va a satisfacer, también la disponibilidad de la materia prima, así como el precio del producto terminado que saldrá al mercado; además, se determinará las estrategias de comercialización y distribución del chocho confitado.

3.9.1. Técnicas e Instrumentos

La información que se obtuvo para el desarrollo del presente proyecto se la ha recopilado en base a las técnicas de investigación de campo como son las entrevistas, encuestas y observación considerada información primaria; así como la investigación bibliográfica considerada información secundaria.

3.9.1.1. Información Primaria

Se consideró importante obtener información a través de encuestas, entrevistas y observación, por cuanto el producto que se desea ofertar es novedoso y no existen datos históricos en la ciudad de Otavalo y también para conocer el mercado existente para el consumo del producto.

- Encuesta: La encuesta se aplicó a 374 jefes de familias de la zona urbana, que es la muestra de la población del cantón Otavalo que serán posibles consumidores de chocho confitado.
- Entrevista: Se aplicó entrevistas a los distintos Administradores de los supermercados de la ciudad de Otavalo: Sr. Mauricio Lema, Administrador de Súper despensa Akí, Sra. Esmeralda Rodríguez, Administradora de Santa María, Ing. Edwin Lema Ruiz Gerente de La Mía y a la Sra. Adela Rueda propietaria de Abastos Adela Rueda, con el fin de determinar las alianzas de comercialización a las que se puede llegar para colocar el chocho confitado en las perchas de cada una de sus instalaciones.
- Ficha de Observación: Se la aplicó en los principales lugares de distribución del producto sustituto al chocho confitado con la finalidad de identificar a los principales oferentes.

3.9.1.2. Información Secundaria

Los datos bibliográficos de la página web del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) sirvieron para obtener información acerca de los valores nutricionales

que se consideran en el producto así como también las cantidades y porcentajes de nutrientes que contiene un paquete de chocho confitado.

3.10. Tabulación y Análisis de la Información

La tabulación y el análisis de la información se lo realizó de las encuestas que fueron dirigidas a los jefes de familia del sector urbano de la ciudad de Otavalo, tomando una muestra de 374 familias de la zona urbana y los resultados que se obtuvieron son los siguientes:

1. De las siguientes opciones de dulces confitados, seleccione la que más le guste.

Indicador: Productos sustitutos

Tabla 14. Productos sustitutos

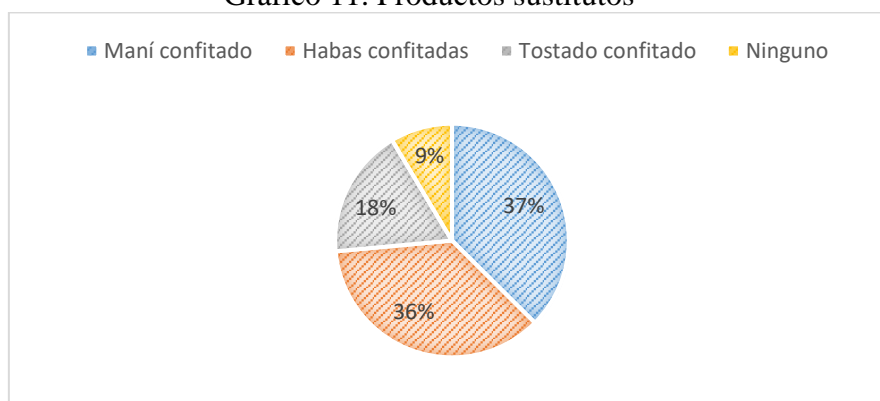
Alternativa	Frecuencia (f)	%
Maní confitado	140	37%
Habas confitadas	135	36%
Tostado confitado	67	18%
Ninguno	32	9%
Total	374	100%

Fuente: Encuesta realizada a las familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 11. Productos sustitutos



Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

ANÁLISIS

Se puede visualizar en el gráfico estadístico que en un mayor porcentaje de la población de Otavalo consume maní confitado, esto permitirá conocer que producto sustituto tiene mayor acogida por los clientes. En un menor porcentaje, pero no tan bajo se encuentra el consumo de habas confitadas siguiéndole el tostado confitado, puesto que no existe una venta abierta y existe una medida menor de familias que no consume este tipo de dulces confitados.

2. ¿Acostumbra a consumir chochos?

Indicador: Consumo de chocho

Tabla 15. Consumo de chocho

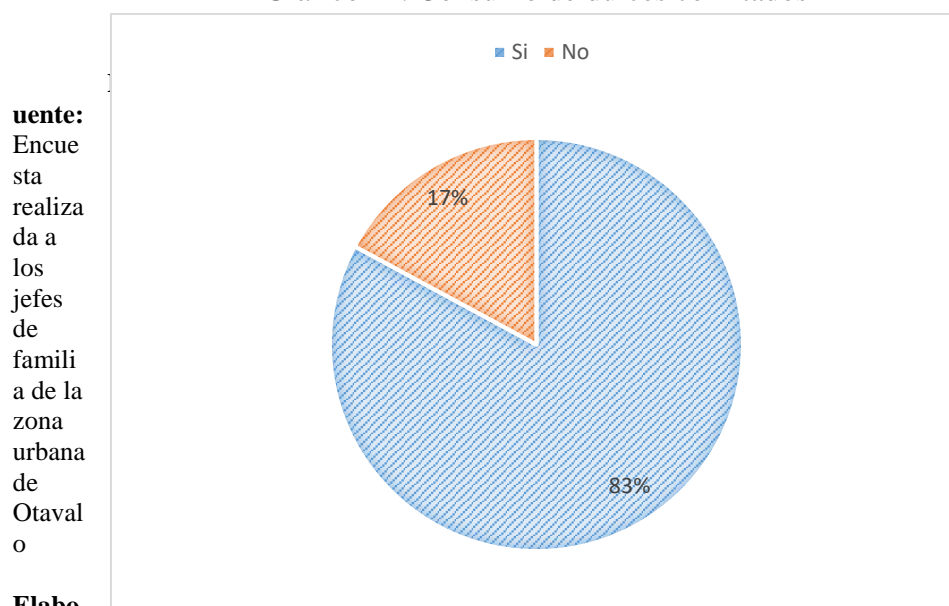
Alternativa	Frecuencia (f)	%
Si	310	83%
No	64	17%
Total	374	100%

Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 12. Consumo de dulces confitados



Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

ANÁLISIS

De acuerdo a la encuesta realizada se puede apreciar en el gráfico estadístico que gran número de la población otavaleña tiene una gran tendencia a consumir chochos, puesto que es una leguminosa muy conocida para los familias, mientras que una menor proporción de la población no consume chochos.

3. ¿Con qué frecuencia consume dulces confitados?

Indicador: Frecuencia de compra

Tabla 16. Frecuencia de compra

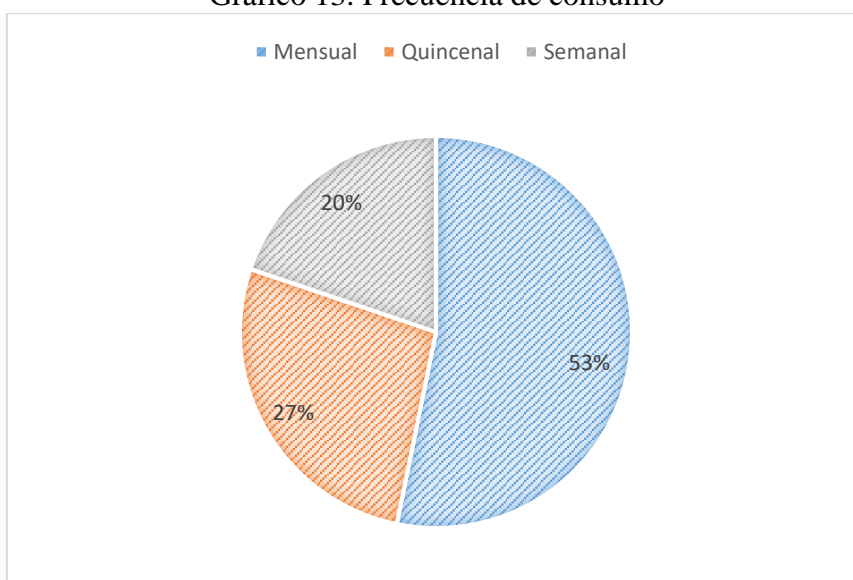
Alternativa	Frecuencia (f)	%
Mensual	199	53%
Quincenal	101	27%
Semanal	74	20%
Total	374	100%

Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 13. Frecuencia de consumo



Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

ANÁLISIS

De acuerdo a los datos obtenidos y reflejados en el gráfico estadístico muestra que el consumo de caramelos y confites para las familias de la zona urbana de Otavalo lo realizan mensualmente, un porcentaje menor compra de forma quincenal y un porcentaje reducido lo consume semanalmente.

4. ¿Qué hace que usted consuma chochos?

Indicador: Características preferentes

Tabla 17. Características preferentes

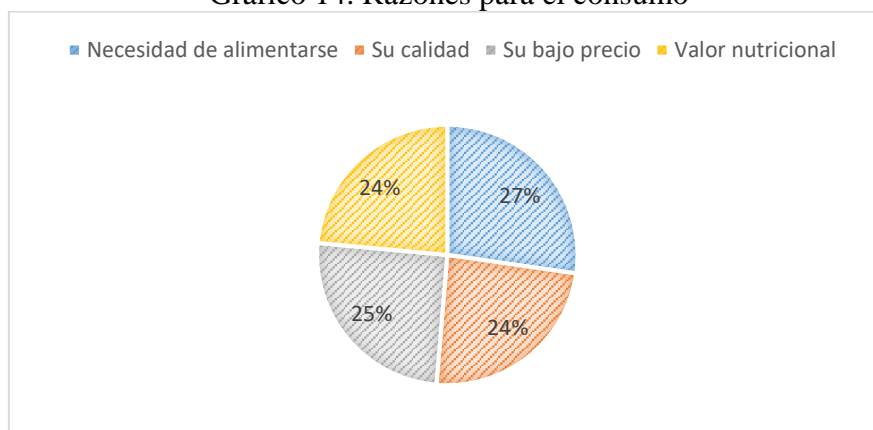
Alternativa	Frecuencia (f)	%
Necesidad de alimentarse	102	27%
Su calidad	90	24%
Su bajo precio	94	25%
Valor nutricional	88	24%
Total	374	100%

Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 14. Razones para el consumo



Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

ANÁLISIS

De acuerdo a los datos obtenidos se determina que los consumidores de la ciudad de Otavalo optan por el consumo de chocho por la necesidad de consumir un producto que sea un sustento alimenticio otro punto clave es el costo bajo que tiene para ser adquirido, por otra parte en un mismo porcentaje está lo referente a los beneficios nutritivos que presta a la salud del ser humano por un lado el consumo por eso es muy importante tomar en cuenta este punto momento de producir el producto y buscar la manera de que se conserve esas características nutricionales. Otro punto importante que se puede verificar en el gráfico es que la calidad del chocho juega un papel importante en el paladar de la población otavaleña.

5. ¿Le gustaría consumir chochos confitados?

Indicador: Nivel de aceptación

Tabla 18. Nivel de aceptación

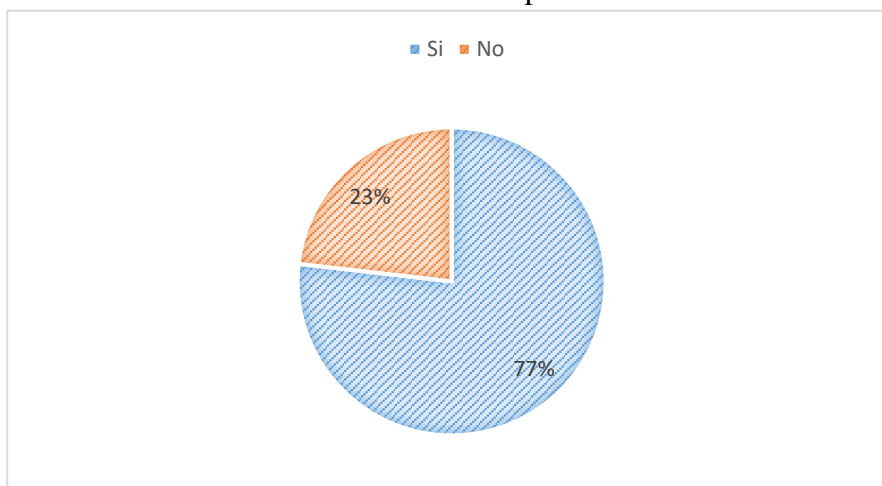
Alternativa	Frecuencia (f)	%
Si	288	77%
No	86	23%
Total	371	100%

Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 15. Nivel de aceptación



Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

ANÁLISIS

Como se puede verificar en el siguiente gráfico un gran porcentaje de la población otavaleña le merece a este nuevo producto como es el chocho confitado una gran novedad, por eso están dispuestos a consumir el producto, mientras que un porcentaje menor no estaría dispuesto a comprarlo.

6. ¿Cuántas unidades de este producto de 150 gramos estaría dispuesto a comprar mensualmente?

Indicador: Volumen de producción

Tabla 19. Volumen de producción

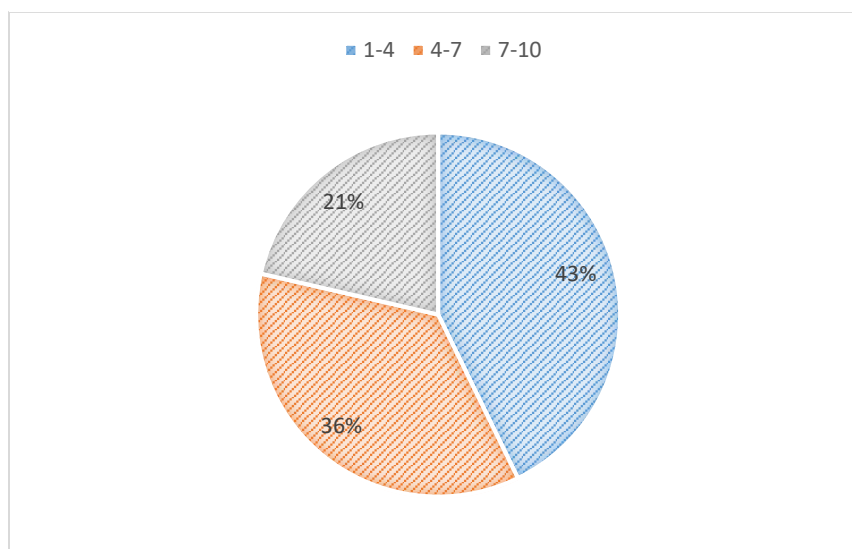
Alternativa	Frecuencia (f)	%
1-4	160	43%
4-7	134	36%
7-10	80	21%
Total	374	100%

Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 16. Volumen a consumir-150 gr



Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

ANÁLISIS

De las 374 encuestas aplicadas, la mayor parte de personas encuestadas indican que estarán dispuestas a comprar de 1 a 4 unidades de nutritivo chocho confitado cuyo contenido neto sea de 150 gr. Existe un 36% de la población encuestada que estaría dispuesta a comprar entre 4 a 7 unidades. Esta pregunta permitió establecer un volumen de producción estimado de chocho confitado.

7. ¿En qué tipo de envase le gustaría consumir chocho confitado?

Indicador: Presentación del producto

Tabla 20. Presentación del producto

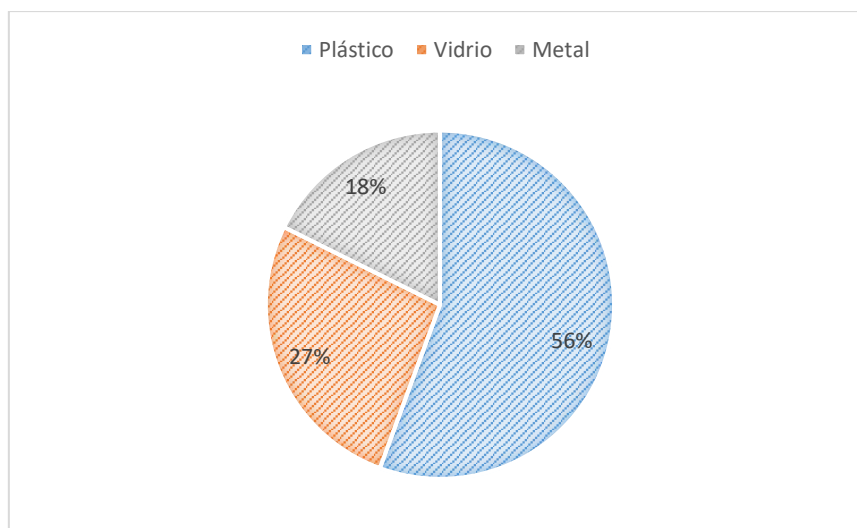
Alternativa	Frecuencia (f)	%
Plástico	208	56%
Vidrio	100	27%
Metal	66	18%
Total	374	100%

Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 17. Presentación del producto



Fuente: Encuesta realizada a las familias de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

ANÁLISIS

Según los datos obtenidos y como se puede observar en el gráfico estadístico se concluye que los consumidores optarían por adquirir el chocho confitado en un envase plástico con su correspondiente registro sanitario y fecha de caducidad para garantizar la frescura del producto, pero también un porcentaje menor optaría por adquirir el producto en un envase de vidrio y de metal, esto permitirá diversificar la forma de empaque de chocho confitado para entregarlo a la población otavaleña.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 150 gramos de chocho confitado?

Indicador: Precio de chocho confitado

Tabla 21. Precio del producto

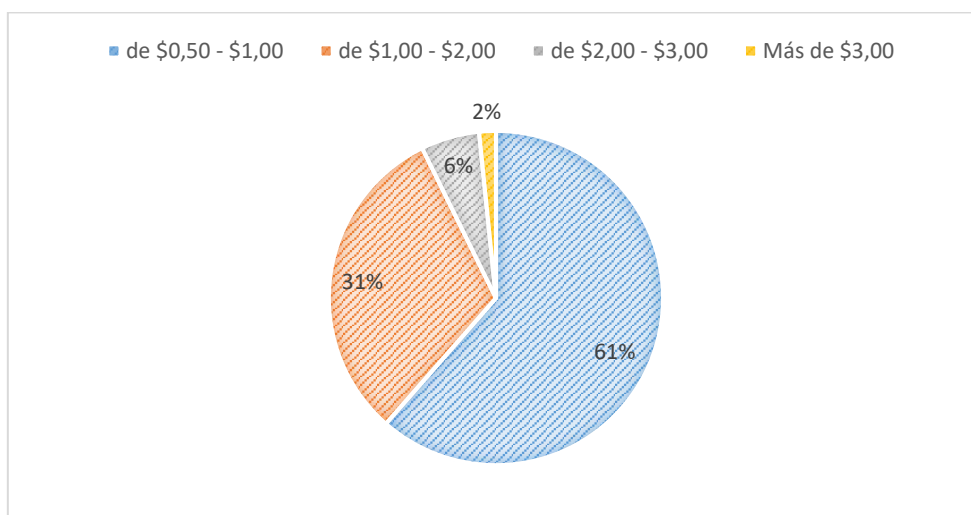
Alternativas	Frecuencia (f)	%
de \$0,50 - \$1,00	228	61%
de \$1,00 - \$2,00	116	31%
de \$2,00 - \$3,00	21	6%
Más de \$3,00	9	2%
Total	374	100%

Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 18. Precio del producto



Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

ANÁLISIS

Como se puede verificar en el gráfico se puede determinar que los potenciales clientes están dispuestos a pagar por un volumen de 150g de chocho confitado de 0,50 a un dólar, en un menor porcentaje pagarían entre \$1 y \$2 dólares, esta información me servirá para establecer en el proyecto un producto que cumpla con la exigencias del consumidor y alcanzar los precios máximos que están dispuestos a cancelar.

9. ¿Dónde usted adquiere frecuentemente dulces confitados?

Indicador: Canales de distribución

Tabla 22. Canales de distribución

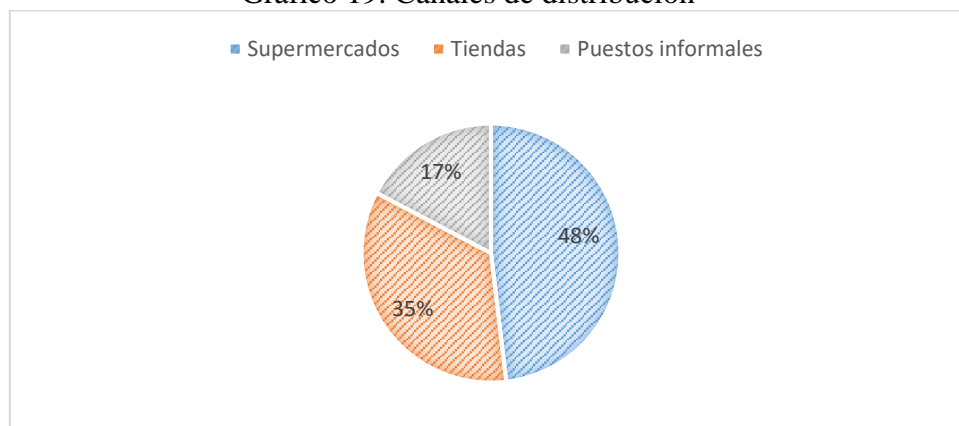
Alternativa	Frecuencia (f)	%
Supermercados	180	48%
Tiendas	130	35%
Puestos informales	64	17%
Total	374	100%

Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 19. Canales de distribución



Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

ANÁLISIS

De acuerdo a los datos estadísticos obtenidos podemos concluir que los consumidores para la adquisición de caramelos y confites prefieren los supermercados, puesto que los mismos proporcionan una visibilidad del producto en sus perchas, otro porcentaje no tan menor lo hace en las tiendas por su fácil y rápido acceso a las mismas, mientras que en un menor porcentaje prefiere realizar su compra en lugares como puestos informales.

10. Al momento de la adquisición de un producto sustituto al chocho confitado, ¿qué marca prefiere?

Indicador: Marca de dulce confitado preferente

Tabla 23. Marca de dulces confitados preferentes

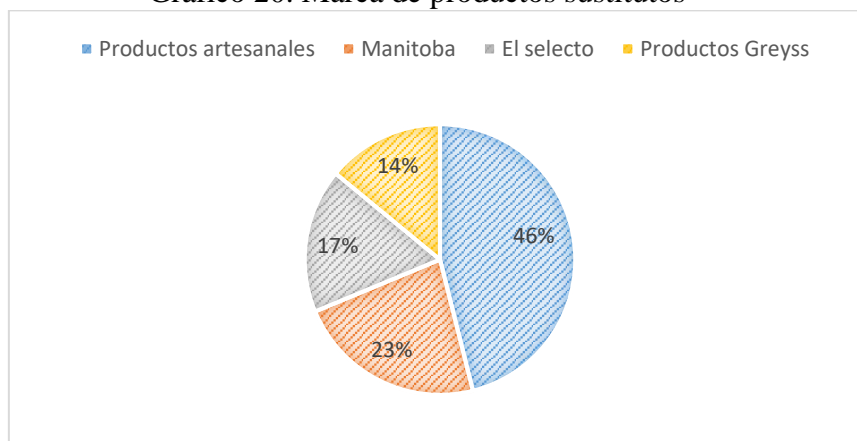
Alternativa	Frecuencia (f)	%
Productos artesanales	171	46%
Manitoba	84	22%
El selecto	64	17%
Productos Greyss	55	15%
Total	374	100%

Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 20. Marca de productos sustitutos



Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

ANÁLISIS

Como se puede verificar en el gráfico, los consumidores al momento de adquirir un producto sustituto al chocho confitado prefieren comprar el producto que no tenga marca, es decir, en lugares que los elaboren artesanalmente, podemos determinar también que existe un menor porcentaje se inclina por comprar este tipo de producto con marca Manitoba, seguido de El Selecto y por último Productos Greys's. Estos datos me permitirán establecer cuál es mi mayor competencia indirecta, puesto que el producto que se está ofertando no tiene una competencia directa, es decir, el producto no se lo oferta en el mercado.

11. ¿En qué ocasiones adquiriría usted el producto?

Indicador: Frecuencia de comercialización

Tabla 24. Frecuencia de comercialización

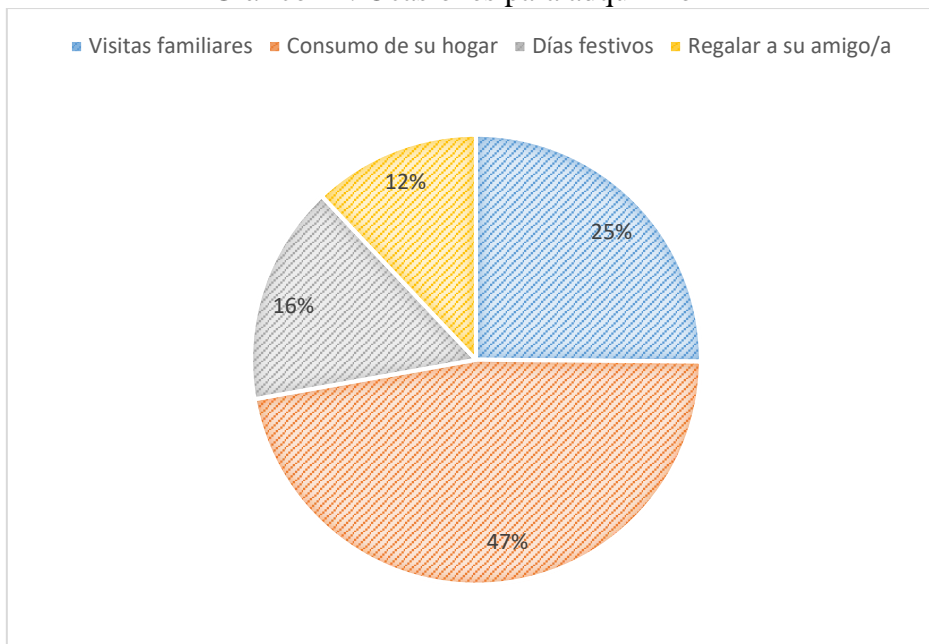
Alternativa	Frecuencia (f)	%
Visitas familiares	94	25%
Consumo de su hogar	176	47%
Días festivos	59	16%
Regalar a su amigo/a	45	12%
Total	374	100%

Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 21. Ocasiones para adquirirlo



Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

ANÁLISIS

En estos resultados podemos ver que las familias de la ciudad de Otavalo, en la mayoría de los casos adquirirían el producto para consumo del hogar o sea para llevar un aperitivo y compartirlo con sus seres queridos. Y en lo más relevante un menor porcentaje lo adquirirán para atender alguna visita en especial.

12. A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades del producto.

Indicador: Medios de difusión

Tabla 25. Medios de difusión

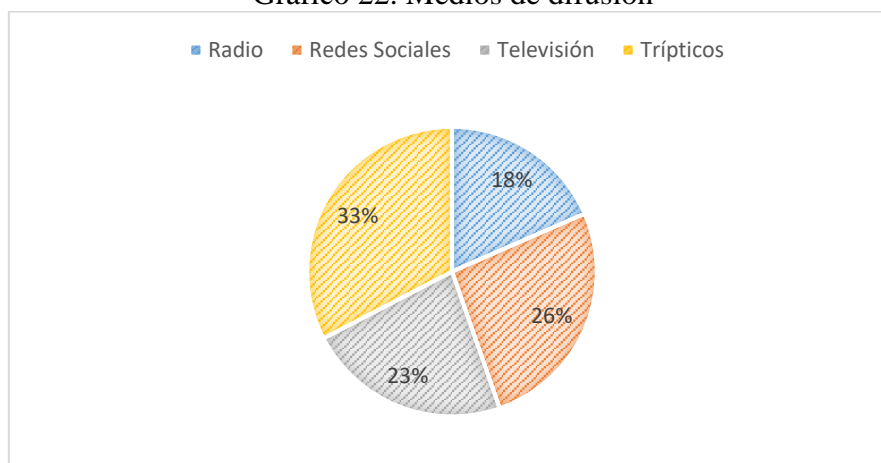
Alternativa	Frecuencia (f)	%
Radio	69	18%
Redes Sociales	98	26%
Televisión	85	23%
Trípticos	122	33%
Total	374	100%

Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 22. Medios de difusión



Fuente: Encuesta realizada a los jefes de familia de la zona urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

ANÁLISIS

Como se puede verificar en el gráfico estadístico el medio de comunicación más óptimo para difundir las novedades del chocho confitado son los trípticos puesto que contiene una gran cantidad de información que se la entregará al mercado meta, otra manera puede ser a través de las redes sociales que es una herramienta muy utilizada actualmente por medio de anuncios publicitarios. En menor proporción se realizaría por medios como la radio y la televisión, puesto que como se puede apreciar en el gráfico los consumidores no tienen mucha participación con los mismos.

Entrevistas realizadas a los Administradores de los Supermercados y tiendas para posibles Alianzas Estratégicas

Lugar: Ciudad de Otavalo

Fecha de Entrevista: Lunes 2 y martes 3 de mayo

Hora de Entrevistas: Se realizaron las entrevistas el día lunes 14:00 hasta las 16:15 y el martes 09:30 hasta las 13:00 a los diferentes administradores

Número de Entrevistados: 4

Nombres:	N° Entrevista
➤ Sr. Mauricio Lema Vargas Administrador de Súper Despensas Akí	E.1
➤ Sra. Esmeralda Rodríguez Administradora de Supermercado Santa María	E.2
➤ Ing. Edwin Lema Ruiz Gerente General de Supermercados La Mía	E.3
➤ Sra. Adela Rueda Propietaria de Abastos Adela Rueda	E.4

CUESTIONARIO

Los entrevistados manifestaron lo siguiente:

1. ¿Cuenta su local con productos similares al chocho confitado?

E.1 y E.4 manifestaron que cuentan con productos similares como es el maní confitado, los E.2 y E.3 cuentan con más variedad de este tipo de confites como son las habas, el tostado de dulce y el maní confitado.

2. ¿Qué estándares son necesarios para que el producto pueda ser comercializado en su local o empresa?

Todos los entrevistados coincidieron que los estándares que se deben cumplir para la comercialización de productos en sus instalaciones son los siguientes:

- Registro Sanitario
- Semaforización
- Fecha de elaboración, caducidad y lote
- Etiqueta
- Información nutricional
- Normas INEN

3. ¿Tiene el local días establecidos para la recepción de este tipo de productos?

E.1 respondió que adquieren productos los días martes y jueves, tomando en cuenta que es necesario que los encargados de bodega realicen en días posteriores el pedido de caramelos y confites. E.3 supo manifestar que en el local se ha establecido los días 10 y 15 de cada mes para actualización de stock en donde cada uno de los proveedores hace llegar los productos para ser receptados una vez que se realice el control de calidad. E.2 dijo que la recepción de los productos son los lunes y viernes porque los fines de semana existe mucha afluencia de personas en sus instalaciones. Y por último E.4 indicó que para abastecerse de productos toma en cuenta la cantidad que existe en stock.

4. ¿Estaría dispuesta la empresa a adquirir el producto para comercializarlo en su local?

Todos los Administradores en esta pregunta coincidieron en que estarían dispuestos a adquirir chocho confitado para comercializarlo en sus instalaciones. E.3 señaló que la empresa está dispuesta a oír ofertas de negocio y establecer una nueva línea de comercialización siempre y cuando el producto cuente con las especificaciones requeridas. Cabe recalcar que E.1 supo manifestar que la empresa siempre dará prioridad al producto ecuatoriano impulsando al consumo de lo nuestro.

5. ¿Cuántas unidades de la producción de chocho confitado de 150 gramos estaría su empresa dispuesta a aceptar?

Por último en lo referente a la cantidad de unidades de chocho confitado de 150 gramos que posiblemente podrían adquirir para comercializarlo, E.3 manifestó que podría obtener

entre 400 y 500 unidades mensualmente aproximadamente, el E.1 manifestó que adquirirían cerca de 400 a 450 unidades al mes, E.2 expresó que podría obtener alrededor de 350 unidades y E.4 receptaría más o menos 200 unidades mensuales. Cabe recalcar que todos los entrevistados concordaron que la adquisición de producto dependerá mayormente de la rotación de inventario; es decir: “como se venda”

3.10.1. Ficha de Observación

La oferta se define como la cantidad de bienes y/o servicios que está constituida por el conjunto de pequeños productores que existen en el mercado local y que constituyen la competencia indirecta actual a la que debe enfrentarse el chocho confitado.

De acuerdo a la ficha de observación aplicada a los supermercados ubicados en la ciudad de Otavalo se pudo obtener la siguiente información.

Marca de la competencia	Envase	Peso	Precio	Supermercado
Manitoba	Funda	50gr	0,56	Akí
El Selecto	Funda	200gr	1,97	Santa María
Productos Greys	Funda	250gr	2,35	Santa María
Productos Nacionales Greys	Funda	320gr	1,95	La Mía
		320gr	1,95	La Mía
Productos artesanales	Funda	100gr	1,00	Abastos “Adela Rueda”
		150gr	1,35	

Tabla 26. Ficha de Observación

Fuente: Anexo N° 1

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Con la información obtenida en las fichas aplicadas a los distintos supermercados y tiendas de la ciudad de Otavalo se determinó que dentro del mercado local no existe una competencia directa de chocho confitado, pero si existe productos sustitutivos, como lo son el maní, las habas confitadas o de dulce y el tostado o conocido como “caquita de perro”, también se

observó que en Súper despensa Akí no se encuentra mucha variedad de este tipo de confites y por lo tanto la competencia es menor por lo que se concentrará los esfuerzos para ubicar el chocho confitado en las perchas de dicho supermercado.

3.11. Análisis de la demanda

3.11.1. Demanda Actual

Al no contar con datos históricos acerca de la demanda actual de chocho confitado, se tomó como base los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los posibles consumidores de chocho confitado que son las familias de la zona urbana de la ciudad de Otavalo.

Se consideró a la cantidad de hogares de la ciudad de Otavalo, a continuación se aplicó el porcentaje de aceptación de los posibles consumidores, luego se multiplicó estas dos cantidades para obtener el número de personas que consumirán de forma semanal, quincenal y mensual.

Tabla 27. Demanda Actual

Hogares	14.362
% de posibles consumidores	77%
Total	11.059

Fuente: Encuestas realizadas a los jefes de familia de la zona Urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Años: 2015

3.11.1.1. Demanda actual en unidades

Para determinar el consumo actual de chocho confitado por unidades se realizó la pregunta N° 6 en la encuesta aplicada. Esta pregunta permitió conocer la demanda actual existente en unidades en la ciudad de Otavalo. Para el tamaño de la población se consideró a los 11.059 hogares que equivalen a los posibles consumidores, después se obtuvo el promedio de unidades, el cual se obtuvo sumando las frecuencias y dividiéndolas para dos. La población investigada es el resultado de una multiplicación del tamaño de la población con el porcentaje de consumo. Para finalizar, se obtuvo el consumo de unidades anual, realizando una multiplicación del promedio de unidades por el consumo anual y por la población

investigada. En el estudio se determina que el consumo es de 642.292 unidades con un peso de 150 gramos al año. Cabe mencionar que la demanda no es tan alta puesto que la compra de confites se lo hace de forma mensual.

Tabla 28. Demanda actual en unidades

Frecuencia	Tamaño de la población	Promedio de unidades mensuales	Consumo anual	% de consumo	Población investigada	Total consumo anual
1-4	11.059	3	12	43%	4.755	142.658
4-7	11.059	6	12	36%	3.981	262.756
7-10	11.059	9	12	21%	2.322	236.878
Total						642.292

Fuente: Encuestas realizadas a los jefes de familia de la zona Urbana de Otavalo

Elaborado por: La Investigadora

Años: 2015

3.11.2. Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda se toma la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Otavalo, que es de 2,02%. Para realizar la proyección de la demanda se ha tomado como base la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

Dónde:

Q_n= Demanda Futura

Q₀= Demanda Inicial

i= Tasa de crecimiento

n= Año proyectado

Tabla 29. Proyección demandada en unidades de 150gr

Años	Demanda proyectada
2015(año base)	642.292
2016	655.266
2017	668.502
2018	682.006
2019	695.783
2020	709.837

Fuente: Encuestas realizadas a los jefes de familia de la zona de Otavalo

Elaborado por: La investigadora

Año: 2015

3.12. Análisis de la Oferta

3.12.1. Oferta Actual

Al no contar con datos históricos de la producción de maní, habas confitadas y tostado de dulce como principales productos sustitutivos de chocho confitado, puesto que la mayoría de quienes producen dichos productos sustitutos lo realizan de una manera artesanal, por dicha razón se optó por buscar información acerca de la producción de confites a nivel nacional.

Para conocer la oferta existente en la ciudad de Otavalo, se determinó el porcentaje de participación de la ciudad con el número total de habitantes del país. De acuerdo datos del INEC para el año 2015 serán 16'379.325 ecuatorianos. En lo que corresponde a la ciudad, la proyección realizada por el mismo organismo señala que Otavalo cuenta con una población de 104.874 habitantes para el presente año. Para determinar dicha participación se procedió a realizar una relación proporcional de la población y de esta manera se pudo determinar que la participación de la ciudad equivale al 0,64%

Tabla 30. Porcentaje de participación en confites - Otavalo

AÑO	2015
POBLACIÓN NACIONAL	16.379.325
POBLACIÓN CANTONAL	104.874
PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN	0,64%

Fuente: Proyección provincias y cantones, 2010 (INEC)

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

La oferta se proyectó para cinco años de vida útil del proyecto, tomando en cuenta datos históricos obtenidos del Instituto de promoción de exportaciones e inversiones (PRO ECUADOR) acerca de la producción de confites en el Ecuador en el año 2012. La investigación indica que para dicho año existió una producción nacional de 9'000.287 unidades pero cabe mencionar que en dicho estudio no se conoce con exactitud la presentación y el peso del contenido. De igual manera se determinó la proyección para conseguir datos exactos. Para la tasa de crecimiento de la oferta se tomó en cuenta el 3,68%

que es la tasa de crecimiento industrial nacional, obtenida de la página del Ministerio de Industrias y Productividad.

Tabla 31. Proyección Oferta en Unidades al año 2015

Año	Oferta Proyectada
2012	9.000.287
2013	9.331.497
2014	9.674.896
2015	10.030.933
2016	10.400.071
2017	10.782.793

Fuente: Estudio de mercado de confites (Pro-Ecuador)-2012

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Con la cantidad obtenida de la proyección de la oferta en unidades y con el porcentaje de la participación de la producción en unidades del cantón se determinó la cantidad de confites que se oferta actualmente en la ciudad que se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 32. Oferta cantonal en unidades

Oferta Nacional	% de participación	Oferta cantonal
10'030.933	0,64%	64.226

Fuente: Tabla 29

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

3.12.2. Proyección de la Oferta

Para realizar la proyección se tomó como base la oferta cantonal que se obtuvo de realizar la multiplicación entre la oferta nacional en unidades y la participación productiva cantonal de Otavalo, luego se consideró la siguiente fórmula de crecimiento para la proyección que es de 3,68% que corresponde a la tasa de crecimiento industrial:

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

Donde:

Q_n= Oferta Futura

Q_o= Oferta Inicial

i= Tasa de crecimiento

n= Año Proyectado

Tabla 33. Oferta Actual Proyectada

Año	Oferta Proyectada
2015 (año base)	64.226
2016	66.590
2017	69.040
2018	71.581
2019	74.215
2020	76.946

Fuente: Tabla 31

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

3.13. Demanda potencial a satisfacer

Una vez realizada la determinación tanto de demanda como de oferta de confites en el mercado de Otavalo, puesto que en el mercado no existe chocho confitado se puede establecer la demanda potencial a satisfacer considerando que los dulces se encuentran en su cultura de alimentación.

Después de haber obtenido los datos correspondientes en lo referente a demanda y oferta se procedió a sacar la diferencia entre estas dos variables y se obtuvo como resultado la demanda potencial a satisfacer que equivale a 578.065 unidades de chocho confitado de 150 gramos.

A continuación se presenta el cuadro donde se expresa la demanda a satisfacer en los próximos 5 años:

Tabla 34. Demanda potencial a satisfacer

Año	Demanda (unidades)	Oferta (unidades)	Demanda potencial a satisfacer
2015 (año base)	642.292	64.226	578.065
2016	655.266	66.590	588.676
2017	668.502	69.040	599.462
2018	682.006	71.581	610.425
2019	695.783	74.215	621.567
2020	709.837	76.946	632.891

Fuente: Tabla 27 y 31

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Al obtener los resultados de la demanda y la oferta proyectadas se puede determinar que todavía existe una cantidad considerable de demanda que se puede satisfacer, brindando una gran oportunidad de poder penetrar en el mercado de producción y comercialización de confites.

3.14. Demanda a captar por el proyecto

El proyecto de acuerdo a su capacidad operativa y administrativa que se plantea como microempresa logrará captar el 10% de la demanda potencial a satisfacer por cada año, puesto que al ser un producto nuevo necesitará de un tiempo considerable para posicionarse en el mercado y también porque existe una gran variedad de competencia indirecta, puesto que en el mercado podemos encontrar mucha variedad de caramelos y confites.

En el siguiente cuadro se presenta la demanda a cubrir por el proyecto para los próximos 5 años:

Tabla 35. Demanda a cubrir por el proyecto

Año	Demanda potencial a satisfacer	Capacidad del proyecto	Demanda mensual (unidades)
2015	578.065	57.807	4.817
2016	588.676	58.868	4.906
2017	599.462	59.946	4.996
2018	610.425	61.042	5.087
2019	621.567	62.157	5.180
2020	632.891	63.289	5.274

Fuente: Tabla 32

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

La microempresa después de realizar las proyecciones tendrá una capacidad de producción máxima de 57.807 unidades de chocho confitado para el primer año y dentro de los próximos años las unidades irán incrementando. Considerando que la competencia indirecta cubre gran parte de la demanda de caramelos y confites, sin embargo todavía existe la probabilidad de seguir incrementando en los años futuros la producción, debido a que existe una cantidad considerable de demanda potencial en el mercado de la ciudad de Otavalo.

3.15. Análisis de precios

Para la determinación de los precios de venta de productos sustitutivos al chocho confitado que son comercializados en los supermercados y tiendas de la ciudad, se los determina después de haber realizado un análisis de los costos y gastos en los que se incurre al momento de producir el producto con su correspondiente margen de utilidad. Para fijar el precio del chocho confitado se tomará como base el precio de venta marcado en los supermercados por la competencia indirecta, así como comparando con el precio a los que los consumidores estarían dispuestos a adquirir el producto que se consideró en la pregunta n° 8, de la encuesta realizada a los posibles consumidores de chocho confitado.

3.16. Estrategias de mercado

3.16.1. Estrategias de comercialización

La comercialización de chocho confitado es una estrategia indispensable para el proyecto debido a que de esta manera se logrará introducir el producto en el mercado, hasta alcanzar el logro de posicionar el producto en el mercado y su durabilidad dentro del mismo.

➤ Canales de distribución

La microempresa se encargará de comercializar el chocho confitado a los supermercados y tiendas donde la mayor parte de la población acude para realizar sus compras, tales como: Akí, Santa María, La Mía y Abastos de la Sra. Adela Rueda.

Para realizar la comercialización de chocho confitado, es necesario realizar alianzas estratégicas con los supermercados y tiendas, con la finalidad de colocar el producto en las perchas de los mismos y de esta manera poder presentar a la población un producto rico en vitaminas y muy saludable para la dieta alimenticia. Por esta razón se realizó entrevistas a los diferentes administradores, la cual permitió conocer la variedad de productos similares al chocho confitado, así como los estándares que se deben cumplir para que el producto se pueda comercializar, también los días establecidos para la entrega de los productos que son

necesarios conocerlos para conseguir un posible nicho de mercado, así como también la disposición de llegar a alianzas estratégicas lo cual se obtuvo una buena aceptación y lo más importante la cantidad de unidades que adquirirían para colocar el producto en sus instalaciones.

Otra forma por la cual se comercializará será directamente entregando el producto a las tiendas y puestos informales o también a través de la venta a intermediarios, con la finalidad de dar a conocer el producto en otros puntos de venta, así se logrará posicionar en el mercado al producto de chocho confitado

3.16.2. Estrategias de marketing

De acuerdo a las condiciones con las que el producto entrará al mercado por la falta de conocimiento que la población tiene con respecto a los beneficios saludables que posee el chocho utilizada en el producto que es el chocho confitado se considera realizar ciertas estrategias de marketing las cuales consisten en: producto, promoción, precio y plaza (marketing mix); las cuales se presentan a continuación:

Producto

El chocho confitado es un dulce natural cuya materia principal en su elaboración es el chocho y la panela lo que lo hace llamativo al producto para las personas que deseen cambiar su consumo de dulces habituales por uno más saludables y con mayores beneficios nutritivo.

El chocho confitado saldrá al mercado en envase plástico de 150 gr, puesto que la mayor parte de la población lo compraría para el consumo en el hogar según datos obtenidos en la encuesta dirigida a la encuesta dirigida a las familias de la zona urbana de la ciudad de Otavalo en las preguntas n°7 y n°11.

La microempresa cumplirá siempre con todos los pedidos solicitados y con un producto de calidad y con todas las normas requeridas para el consumo humano para lograr la

penetración, posicionamiento en el mercado y ganar la credibilidad y fidelidad de nuestros clientes.

Estrategias

Algunas estrategias que podemos formular relacionadas al producto son:

- El chocho confitado es saludable y beneficioso para el consumo.
- Demostrar su calidad a través de la presentación como es el empaque, la marca y normas sanitarias necesarias.
- Demostrar que el chocho y la panela como materias primas utilizadas en la elaboración, lo hacen diferente a cualquier tipo de dulce confitado.

Precio

La microempresa pretende establecer un precio justo y accesible para sus consumidores tomando en cuenta los costos y gastos de producción; el costo del chocho, así como también los precios de la competencia; además se debe considerar el margen de utilidad que la microempresa debe tener para lograr rentabilidad.

Se entregará un producto de calidad para poder cumplir con las expectativas y necesidades que tienen los consumidores con respecto a los beneficios de su alimentación. Con esto la microempresa logrará entrar en el mercado sin ninguna restricción y podrá lograr un posicionamiento.

Estrategias

Una vez establecido el precio del producto con su respectiva utilidad se puede aplicar estrategias de precio las cuales son:

- Para quienes compren un número mayor a 60 unidades de 150gramos semanales se aplicará un descuento del 5%.
- Se aplicará crédito de 7 días para clientes que compren cantidades superiores a 30 unidades de 150 gramos semanales.

Plaza

Como se mencionó anteriormente la microempresa proveerá principalmente a los supermercados de la ciudad de Otavalo, debido que es más conveniente entregar el chocho confitado directamente a los mismos y también porque no contaremos con puntos de venta para distribuir a los consumidores.

➤ **Estrategias de Publicidad**

En cuanto a la promoción se aplicará algunas estrategias para llegar hasta el cliente para que conozca el producto y sus beneficios, de esta manera se logrará una penetración en el mercado y un posicionamiento dentro de él, las estrategias son:

Promoción: Gracias a las alianzas estratégicas que se realicen con los supermercados, dentro de las instalaciones se regalarán muestras de degustación. Cabe resaltar también que se otorgarán promociones a los supermercados, con la finalidad de afianzar lazos de alianza.

Publicidad: Para captar el mercado meta determinado, así como también captar a todo tipo de clientes se repartirá trípticos con la información necesaria acerca del producto como lo es el chocho confitado en lugares estratégicos en donde existe afluencia de la población; ya que, el 33% de la población acepta este medio de difusión. (**Ver Tabla 25**). No tenemos que dejar a un lado quienes prefieren enterarse de las novedades en la red social, para lo cual se creará una cuenta en Facebook, puesto que es la más usada en la actualidad. Y para quienes prefieren otros medios de comunicación, se realizara spot publicitarios.

3.17. Conclusión del análisis

Una vez realizado el estudio de mercado se determina que existe una demanda potencial a satisfacer; además, el producto que la microempresa ofrecerá tiene un índice de aceptación del 77% de la población objeto de estudio y también el 43% compraría mensualmente entre una a cuatro unidades de 150 gramos, lo que lo hace muy atractivo que se inicie la producción y comercialización de chocho confitado en la ciudad de Otavalo.

Un 56% de la población investigada prefiere adquirir chocho confitado en un envase plástico, de esta manera se garantiza la frescura y duración del producto. El 61% de los jefes de hogar pagarían por el producto hasta \$1,50

Tomando en cuenta esta cifra de aceptación, se procederá a tomar un 10% de la demanda potencial a satisfacer como captación del proyecto, esta cifra se consideró porque la microempresa está en capacidad de producir 4.817 unidades mensuales de chocho confitado así como también por el número de trabajadores que la microempresa dispondrá durante un periodo de 260 días laborables; siendo así que en el año se producirá 57.807 unidades de chocho confitado, con un contenido de 150 gramos.

La microempresa aplicará alianzas estratégicas con los supermercados y tiendas para lograr colocar el chocho confitado en las perchas; puesto que, un 83% de la población ingresa a estos lugares para adquirir dulces confitados, de esta manera se llegará al consumidor final favoreciéndolo con los beneficios saludables que presta este producto novedoso e innovador.

Se aplicará también estrategias de marketing para lograr posicionarnos en el mercado y posteriormente en la mente de los clientes, con la finalidad de ganar mercado y expandir la venta a nivel cantonal.

Se determinó que el 83% de la población investigada acostumbra a consumir chochos de una manera tradicional, cabe mencionar también que un 48% de dicha población consume esta leguminosa por el alto valor nutricional y por su calidad.

El estudio permitió conocer que un 53% de la población objeto de estudio consume dulces confitados mensualmente; es decir, que en sus compras mensuales se encuentran incluido algún tipo de dulce o caramelo.

Con el estudio se pudo determinar que, un 46% de la población investigada cuando adquiere dulces confitados elige productos elaborados artesanalmente, esto hace que el

proyecto sea atractivo; puesto que, el producto que se oferta en el mercado cumple con las preferencias expuestas.

El estudio de mercado permitió conocer el 47% de los jefes de familia adquirirá el producto para el consumo en el hogar. Para la difusión de las novedades del producto se tomará en cuenta la televisión y redes sociales, pero cabe recalcar que se dará mayor atención a la última; ya que, esta es más accesible y menos costosa.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

Dentro del estudio técnico del proyecto se analiza la localización macro y micro del proyecto después de hacer un análisis con las características adecuadas para determinar el mejor lugar donde se pueda ubicar la microempresa. Se determina el tamaño del proyecto una vez analizada la demanda potencial a cubrir obtenida en el estudio de mercado tomando en cuenta la capacidad instalada que tendrá la microempresa.

Dentro de la ingeniería del proyecto se pretende establecer los procesos de producción y comercialización del producto en este caso el chocho confitado a través de flujogramas y describiendo cada proceso para mantener una estandarización del producto y lograr la eficiencia, eficacia y provisión de recursos para mantener siempre la calidad del producto; adicionalmente se establece la distribución de la planta así como se da a conocer todos los materiales e insumos, maquinaria y equipos con sus respectivos precios obtenidos a través de cotizaciones directa en almacenes o haciendo uso de páginas electrónicas que se dedican exclusivamente a dicho fin , con la finalidad de poner en funcionamiento la microempresa.

Se conocerá el Talento Humano que se necesitará para llevar a cabo el proyecto, la disponibilidad de chocho en grano procesado dando a conocer los proveedores de la misma y los lugares de compra una vez hecho el análisis respectivo con las condiciones que la microempresa dispone; obteniendo como resultado un presupuesto técnico para determinar la inversión que tendrá el proyecto, describiendo a su vez cuanto capital va a ser propio y cuanto financiado por alguna institución de crédito; conociendo el capital de trabajo y además determinar el manejo del financiamiento del mismo, tomando en cuenta las condiciones en

las que darían un crédito a la microempresa las instituciones financieras de la ciudad de Otavalo.

4.2. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se determina en base a algunos factores que se analizaron tanto en el diagnóstico como en el estudio de mercado los cuales son indispensables para el funcionamiento de la microempresa, dichos factores se los presenta detalladamente a continuación:

4.2.1. Mercado

La demanda de confites es muy imponente en el mercado de la ciudad de Otavalo debido a que se encuentran dentro de la lista de compra de las familias de la zona urbana de Otavalo; sin embargo, también existe una oferta considerable para cubrir con la demanda de caramelos y confites; pero aun así existe una demanda potencial notable, razón por la cual la microempresa debido a su capacidad de producción y comercialización ha decidido tomar el 5% de toda la demanda potencial a satisfacer, para cubrir en los primeros cinco años tal y como se presenta en el siguiente cuadro a continuación:

Tabla 36. Demanda a cubrir del proyecto

Producción	Unidades
Producción anual	57.807
Producción mensual	4.817
Producción semanal	1.204
Producción diaria	219

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.3. Localización del proyecto

4.3.1. Macrolocalización

La macrolocalización de la microempresa productora y comercializadora de chocho confitado estará ubicada en Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Otavalo.



Fuente: Google Maps
Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

4.3.2. Microlocalización

Luego de realizar el análisis del cantón Otavalo y sus parroquias para determinar el sitio estratégico donde se ubicara la microempresa productora y comercializadora de chocho confitado se estableció que el mejor lugar para ubicar le microempresa será el Barrio Monserrath porque cumple con todos los requerimientos como son: accesibilidad para llegar hasta los lugares donde se adquirirá el chocho como materia prima, cercanía y diversas vías de acceso para la distribución a los diferentes supermercados de la ciudad; adicionalmente se puede contar con mano de obra rápida y es un sitio con alto grado de seguridad y cuenta con todos los servicios básicos necesarios para la producción de chocho confitado.

4.3.3. Identificación de los posibles lugares

Para determinar el lugar exacto para la ubicación de la microempresa se estableció tres alternativas de los lugares donde se podía ubicar la microempresa tales lugares fueron el Barrio Monserrath, San Juan y El Empedrado, los tres lugares ubicados en la ciudad de Otavalo; tal y como se presenta en el siguiente cuadro con su respectiva calificación:

Tabla 37. Posibles lugares para la ubicación de la microempresa

Lugar	Calificación
Monserrath	A
San Juan	B
El Empedrado	C

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.3.4. Matriz de factores ponderada

Para determinar la microlocalización más adecuada para la instalación de la planta y los factores más importantes que influyen en el desarrollo del proyecto, se utilizó el método cualitativo de puntos donde analizará por factor tres alternativas de localización, siendo 0 su calificación más baja y 10 la más alta.

Tabla 38. Ponderación de factores principales

Factores	Peso %	Monserrath		San Juan		El Empedrado	
		Calif	Pond	Calif	Pond	Calif	Pond
Ubicación	15%	9	1,35	7	1,05	8	1,2
Disponibilidad de chocho en grano	15%	8	1,2	9	1,35	6	0,9
Disponibilidad de mano de obra	14%	9	1,26	8	1,12	7	0,98
Servicios básicos	20%	10	2	8	1,6	8	1,6
Cercanía a carreteras	14%	9	1,26	6	0,84	7	0,98
Seguridad	12%	9	1,08	8	0,96	9	1,08
Manejo de desechos	10%	8	0,8	6	0,6	6	0,6
		8,95		7,52		7,34	

Fuente: Método Cualitativo por Puntos (Evaluación de Proyectos; Gabriel Baca Urbina)

Elaborado por: La Investigadora

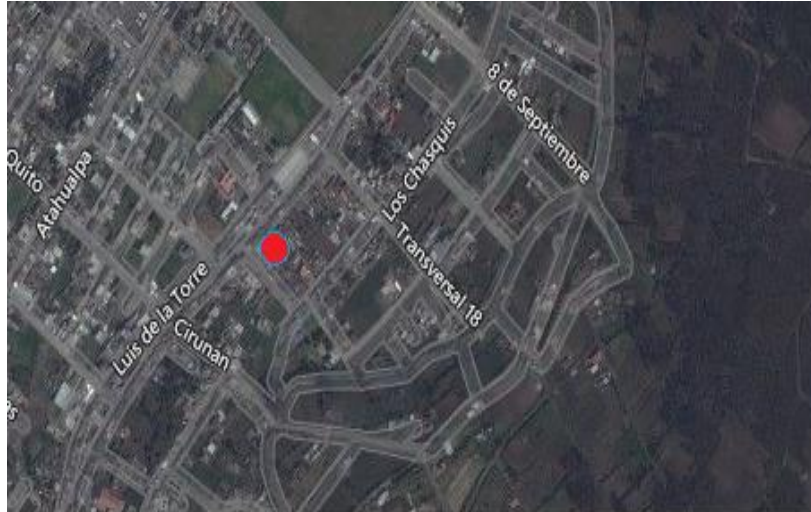
Año: 2015

En la matriz de ponderación se puede observar que el lugar más idóneo para ubicar la microempresa de producción y comercialización de chocho confitado es el barrio Monserrath obteniendo 8,95 puntos de ponderación lo que significa que es el lugar más idóneo para el desarrollo de las actividades de la microempresa.

4.3.5. Ubicación estratégica de la microempresa

El terreno para edificar la planta de producción es propio y está ubicado en la parroquia El Jordán, barrio Monserrath, entre las calles Luis Alberto de la Torre y Panchina cuenta con una superficie de 100 m².

Gráfico 24. Ubicación geográfica de la planta de producción



Fuente: Google maps
Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

4.3.6. Disponibilidad de materia prima e insumos

En lo que se refiere a la materia prima e insumos es necesario considerar la adquisición de los mismos en una cantidad óptima para la producción de chocho confitado, para ofrecer al cliente siempre un producto de calidad, para lo cual se detalla a continuación los proveedores de cada uno de la materia prima e insumos que se utilizará en la producción de chocho confitado.

➤ Chocho en grano procesado

El chocho procesado que se utilizará en la producción del chocho confitado nos proveerá el Sr. Luis G., productor que reside en la comunidad de Quinchuquí y se dedica a el proceso de desamargamiento del grano de chocho, el cual nos proveerá de 70 kilogramos a la semana puesto que el Sr. Luis procesa un promedio de 150 kg/semana de chochos.

Otro proveedor que abastecerá de chocho en grano procesado será Don Pedro A. que reside en la parroquia de San Pablo del Lago en la comunidad de Casco Valenzuela. El Sr. Pedro somete a un proceso de desamargamiento al chocho para convertirlo en un producto comestible de aproximadamente de 100 kg semanales, de los cuales nos proveerá 60 kg/semana, puesto que es proveedor de comerciantes del mercado central.

➤ **Panela**

Los proveedores de panela se ubican en la Av. 31 de Octubre entre las calles Morales y Abdón Calderón, que distribuyen la panela al por mayor y menor. Además de estos distribuidores, se tiene la ventaja de encontrarnos a pocos kilómetros de la zona de Intag en donde existe la producción directa de este producto lo cual facilitaría la compra al productor así se conseguiría un beneficio en el costo del producto terminado.

➤ **Empaque y etiqueta**

Para el empaque de 150 gramos será PLASTICENTRO distribuidora al por menor y mayor de plásticos ubicada entre las calles Juan Montalvo y Modesto Jaramillo.

El proveedor de etiquetas será la Imprenta Dikapsa ubicada en Otavalo entre las calles Atahualpa y Vicente Ramón Roca.

4.3.7. Disponibilidad de mano de obra

En el sector que está ubicada la microempresa existe un gran número de mano de obra debido a que se encuentra muy cerca de la terminal terrestre donde existe mucha afluencia de personas dispuestas a obtener un empleo y que a través de capacitaciones podrán desarrollar de mejor manera las actividades de la microempresa.

Además, para la contratación del personal se dará oportunidad a personas que tengan predisposición para trabajar, asumiendo que no tenga experiencia, debido a que con capacitaciones se puede conseguir un perfecto desarrollo de las capacidades de cada persona al realizar las funciones que le correspondan en la microempresa.

4.4. Ingeniería del proyecto

La microempresa debe diseñar los procesos y procedimientos que se requieren para la estandarización del producto, elaborados a través de flujogramas, adicionalmente se debe realizar la distribución de la planta, determinando todas las áreas que se requieren para la operación de la empresa.

4.4.1. Descripción de los procesos productivos

La elaboración del chocho confitado requiere de un proceso para obtener un producto de calidad que satisfagan tanto las expectativas como las necesidades que el cliente tiene, para ello a continuación se describe el proceso a seguir:

4.4.2. Recepción y selección de chocho procesado

Cuando el chocho en grano procesado llegue de los proveedores será transportado a las mesa de acero inoxidable para proceder a seleccionar la gramínea que se encuentre en excelentes condiciones, para de esta manera asegurar que el sabor del producto no pierda su exquisitez.

4.4.3. Pelado de la cáscara del chocho

Después de haber seleccionado el chocho se procede a sacar la cáscara, granos por grano y se coloca en un recipiente con agua, para posteriormente proceder a lavar y colocar en un escurridor permitiendo quitar el exceso de agua.

4.4.4. Preparación de la panela

En una paila industrial de aluminio se coloca una mínima cantidad de agua y se añade la cantidad suficiente de panela, hasta lograr una miel homogénea.

4.4.5. Confitación del chocho

Una vez realizado la preparación de la gramínea y habiendo obtenido la miel se añade los chochos a fuego bajo (180°C). De manera continua se debe mantener en movimiento la mezcla con una cuchara de madera y a fuego bajo para evitar q la panela se quemee, hasta que

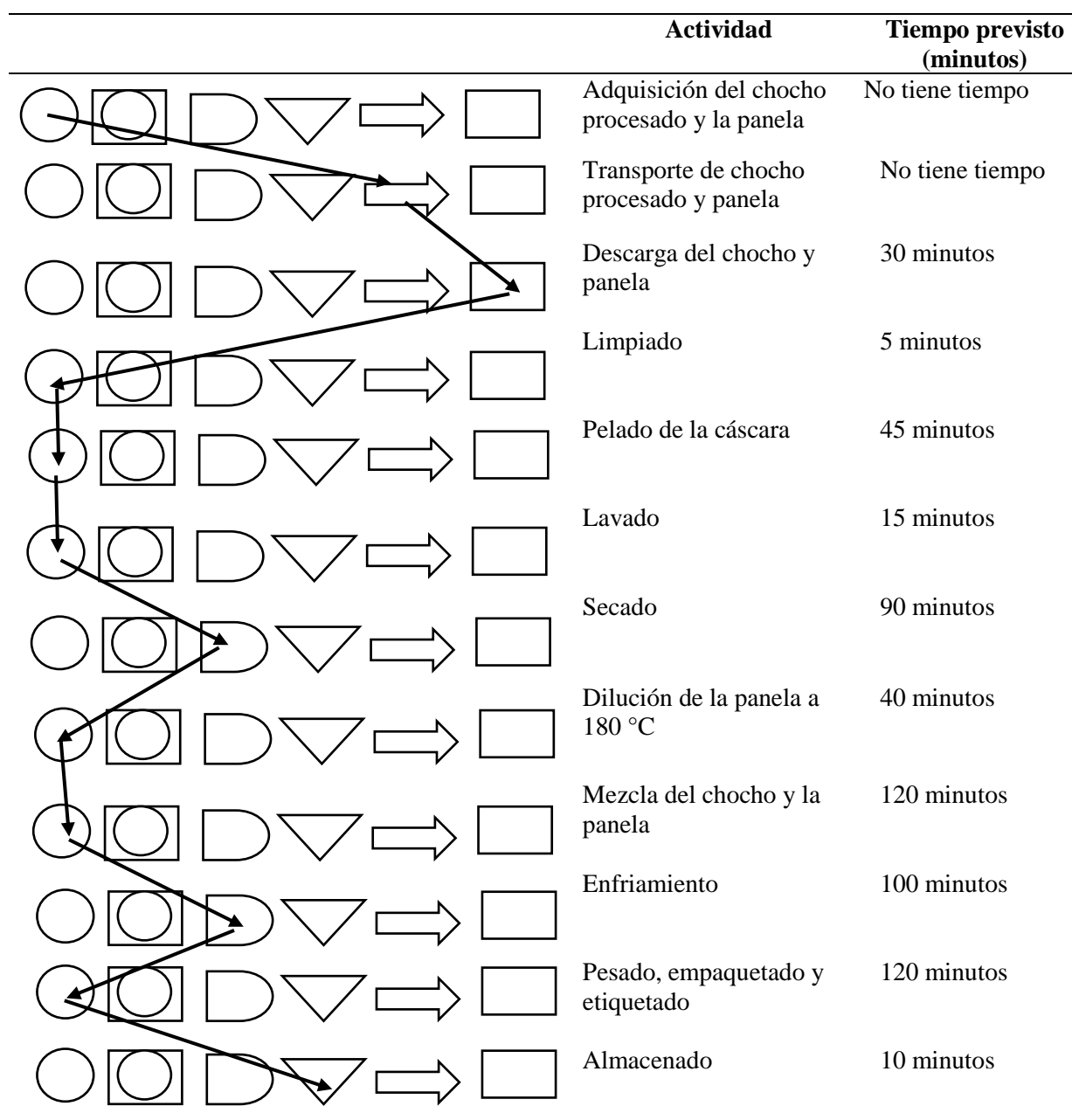
la miel llegue al punto de empanización y se procede a retirar el producto a otro recipiente amplio con ventilación que permita el enfriamiento.

4.4.6. Empaquetado y almacenamiento

Los recipientes que contienen el producto terminado son ubicados en la mesa de acero inoxidable y con la ayuda de una balanza se procede a empaquetar ayudándose de una pala de aluminio para granos, facilitando este proceso. Apiladas las fundas de 150 gramos de chocho confitado se procede a pesar y sellar herméticamente colocando la etiqueta con sus respectivas especificaciones. Se pone en gavetas contabilizándolas para llevar a la bodega para posteriormente su distribución en los supermercados y tiendas.

4.4.7. Flujograma del proceso de producción

Gráfico 25. Flujograma producción chocho confitado



Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Con los tiempos establecidos se obtiene una producción de 219 unidades diarias.

4.5. Distribución de la planta

La microempresa cuenta con una superficie de 100 m² y estará distribuida de la siguiente manera:

4.5.1. Área de operación

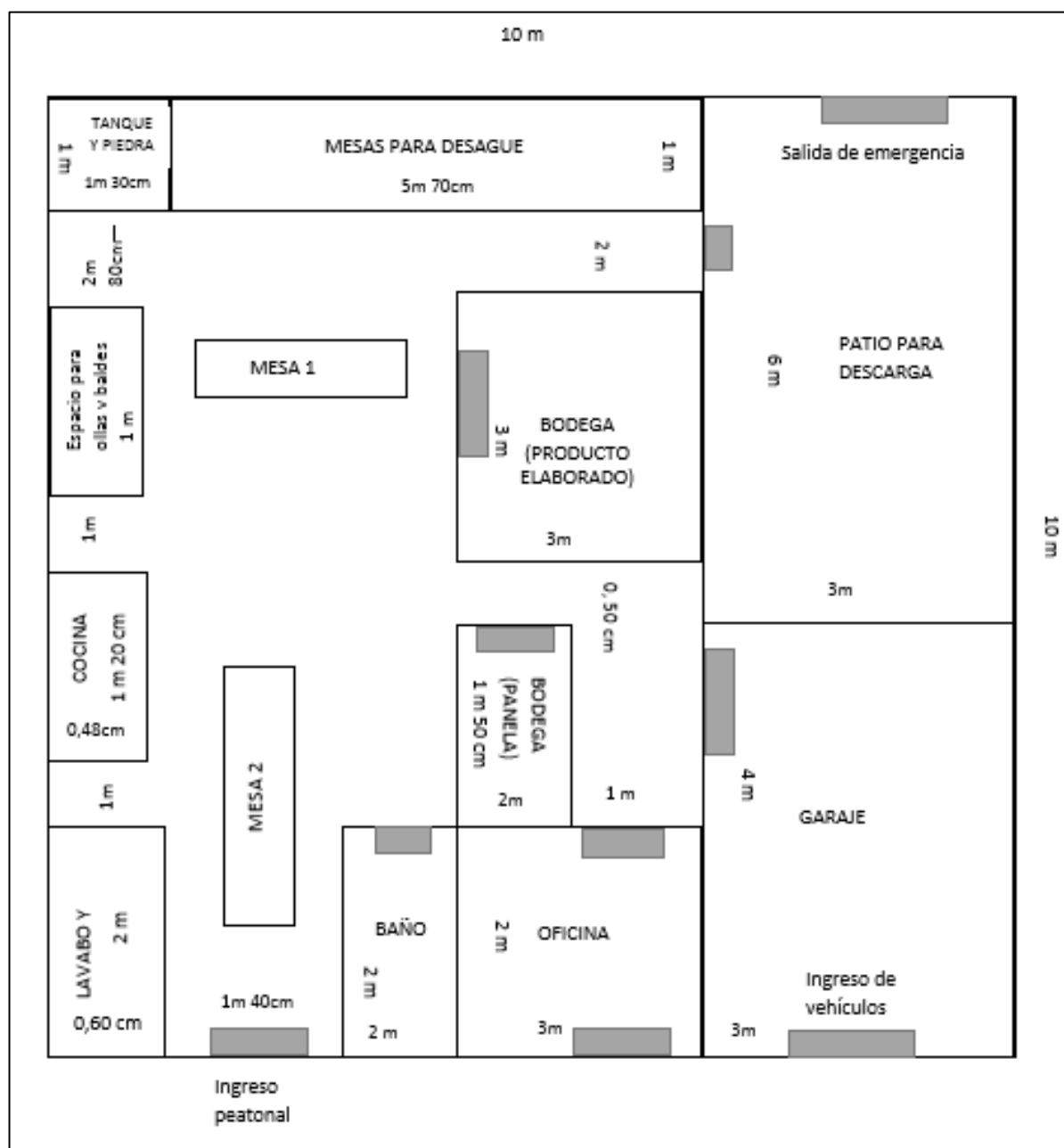
- Recepción y selección de materia prima
- Pelado de la cascara del chocho
- Preparación de la panela
- Confitación del chocho
- Empaquetado y almacenamiento

4.5.2. Área administrativa

- Gerencia general

La microempresa contará con una infraestructura básica; sin embargo, será necesario realizar adecuaciones pertinentes en áreas específicas necesarias para que los trabajadores puedan cumplir con todas sus funciones y que tengan un buen clima laboral dentro de las instalaciones.

Gráfico 26. Distribución de la planta



Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.6. Requerimiento técnico de la planta

4.6.1. Requerimiento de maquinaria y equipo

Cocina industrial 3 quemadores: se adquirirá una cocina industrial, equipo que será utilizado en la cocción de la panela y también para realizar el proceso de confitación del chocho.

Gráfico 27. Cocina industrial



Fuente: Estudio Técnico
Año: 2015

CARACTERÍSTICAS DE LA COCINA INDUSTRIAL

Dimensiones	75.000 BTU/h 120X48 X 85 CMS de altura
Capacidad	Para recipientes hasta de 50 cmts
Marca	Luminarc
Potencia	Hasta 260°C
Incluye	Cilindro de gas

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

Selladora de fundas: este equipo será utilizado para desarrollar el proceso de empaque permitiendo sellar las fundas plásticas que contengan 150gr de chocho confitado, para posteriormente ser almacenados hasta su distribución

Gráfico 28. Selladora de fundas



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

CARACTERÍSTICAS DE LA SELLADORA DE FUNDAS

Dimensiones	160 pulgadas
Capacidad	Sella fundas de hasta 30 cm
Duración	1 segundo para el sellado
Incluye	Repuesto de banda selladora

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Balanza digital: será utilizado para pesar la cantidad de chocho confitado que deberá contener cada funda y que tenga mayor precisión en el peso.

Gráfico 29. Balanza digital



Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

CARACTERÍSTICAS DE LA BALANZA DIGITAL

Capacidad	30kg
Precisión	5 g
Dimensiones	Balanza: 395x150x380 mm Plato: 345x240 mm
Incluye	1 balanza ACS-03 1 cargador de pared

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Paila industrial de acero inoxidable: se adquirirán 2 pailas industriales las mismas que se utilizarán para convertir la panela en miel y proceder a confitar el chocho, se ha escogido el material de acero inoxidable por el fácil manejo al momento de confitar y también porque no produce bacterias al manipularlo.

Gráfico 30. Paila industrial



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

CARACTERÍSTICAS DE LA PAILA INDUSTRIAL

Diámetro	60 cm
Altura	18 cm
Espesor	3.00 mm
Capacidad	30.00 Lt diarios

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

4.6.2. Requerimiento de muebles y enseres para el área de producción

Para la implementación del proyecto y el buen funcionamiento de la microempresa se adquirirá muebles y enseres acordes a las necesidades de la producción a realizarse. Entre ellos se tendrá desde mesas, cucharas, gavetas, entre otros para desarrollar con éxito el proceso productivo.

Tabla 39. Muebles y enseres para producción

Descripción	Unidad
Mesa de acero inoxidable	2
Gavetas plásticas	2
Cucharas de madera	2
Cedazos	3
Ollas de acero inoxidable	2
Instrumentos de cocina	1
Pala de aluminio para granos	3
Extintidor	1

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

4.6.3. Requerimiento de equipos administrativos

Las oficinas de la parte administrativa tendrán que ser equipadas para el desarrollo adecuado de las actividades que cada área realice los cuales son: Suministros de oficina, equipo de computación, muebles y enseres, estos equipos se presentan detalladamente en los siguientes cuadros:

Tabla 40. Suministros de oficina

Descripción	Unidad
Resmas de papel	5
Teléfono	2
Grapadora	3
Grapas	2 cajas
Perforadora	3
Esferos azul	6
Esferos negro	6
Lápices	6
Organizador de escritorio	3
Carpetas	6
Cartuchos impresora	6
Escritorios	2
Sillas	3
Archivadores	2

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Tabla 41. Equipo de computación

Descripción	Unidad
Computadora	2
Impresora	1

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.6.4. Requerimiento de vehículo

La microempresa para su correcto funcionamiento requiere de un vehículo tipo camioneta de medio uso para la recepción del chocho en grano procesado y para la distribución de chocho confitado a los respectivos supermercados y tiendas.

CARACTERÍSTICAS DEL VEHÍCULO

Potencia	79 HP
Motor	2.5 litros
Seguridad	2 airbags
Balde	1.045 kg
Color	Blanco

Fuente: Sr. Diego Gallardo
Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

4.6.5. Requerimiento de personal

El personal que la microempresa necesitará para desarrollar las actividades será distribuido tanto en el área operativa que es la producción del chocho confitado como en el área administrativa, para lo cual se ha decidido contratar a las siguientes personas para ocupar los cargos de diferentes áreas cumpliendo con las funciones y responsabilidades que se les asigne a cada uno.

Tabla 42. Personal Administrativo y Operativo

Personal	Unidad
Gerente	1
Contador (Servicios profesionales)	1
Operarios	1

Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

4.7. Inversiones fijas

Las inversiones fijas se refieren a la infraestructura, maquinaria, instalaciones y equipos a utilizarse en los procesos de producción y comercialización de chocho confitado.

4.7.1. Planta de producción

La microempresa contará con un local arrendado el cual será remodelado de acuerdo a las especificaciones para una microempresa productora y comercializadora de chocho confitado; siendo la infraestructura de la siguiente manera:

- El área administrativa
- El área de producción estará adaptada para la ubicación de la maquinaria e insumos que se requieren para el proceso productivo.

Tabla 43. Planta de producción

Descripción	Cantidad mts	Valor m2	Costo Total
Obra Civil	100 m2	30,00	3.000,00

Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

4.7.2. Maquinaria y equipos

Los costos de todas las maquinarias y equipos para la producción de chocho confitado, para obtener un producto terminado de calidad se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 44. Costo maquinaria y equipo

Descripción	Unidad	Costo unitario	Costo total
Cocina industrial	1	375,00	375,00
Selladora envasadora de fundas	1	23,90	23,90
Balanza digital	1	45,00	45,00
Paila industrial en aluminio	2	56,75	113,50
Total			557,40

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

4.7.3. Muebles y enseres para el área de producción

Dentro de la microempresa los muebles y enseres para la producción son muy importantes para obtener el producto terminado, puesto que la elaboración de chocho confitado será de una manera artesanal, a continuación se detalla los costos de los muebles y enseres:

Tabla 45. Costos muebles y enseres para producción

Descripción	Unidad	Costo unitario	Costo total
Mesa de acero inoxidable	2	150,00	300,00
Gavetas plásticas	2	14,50	29,00
Cuchara de madera	2	3,50	7,00
Cedazos	3	18,50	55,50
Ollas de acero inoxidable	2	72,00	144,00
Instrumentos de cocina	1	12,10	12,10
Pala de aluminio para granos	3	2,40	7,20
Extintidor	1	49,00	49,00
Total			603,80

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

4.7.4. Equipo de computación

Toda microempresa dispone de equipo de computación para poder desempeñar sus actividades diarias. Es claro que uno de los factores más importantes dentro de toda microempresa es el equipo de computación ya que a través de ellos y un software se puede mantener un buen control de las actividades administrativas. Los costos del equipo de computación se presentan a continuación:

Tabla 46. Costo equipo de computación

Descripción	Unidad	Costo unitario	Costo total
Computadora	2	781,25	1.562,50
Impresora	1	74,00	74,00
Total			1.636,50

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.7.5. Vehículo

La microempresa requiere un vehículo tipo camioneta para la recepción de chocho en grano procesado de los proveedores y la entrega de chocho confitado en los supermercados, el mismo que será de medio uso. El costo del vehículo se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 47. Costo vehículo

Descripción	Unidad	Costo unitario	Costo total
Recepción de chocho y distribución de chocho confitado	1	5.500,00	5.500,00
Total			5.500,00

Fuente: Sr. Diego Gallardo -Quito

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.7.6. Resumen de la inversión fija

Después de analizar los rubros de la inversión fija que son: Infraestructura en este caso adecuación de la microempresa de sus áreas operativa y administrativa, maquinaria y equipo, muebles y enseres para el área de producción, suministros de oficina, equipo de computación, vehículos; los cuales luego de la adquisición de las cotizaciones respectivas se presentan en resumen en el siguiente cuadro:

Tabla 48. Resumen Inversión Fija

Descripción	Valor
Planta de producción	3.000,00
Maquinaria y equipo	557,40
Muebles y enseres para producción	603,80
Equipo de computación	1.636,50
Vehículo	5.500,00
TOTAL	11.297,70

Fuente: Tablas 41, 42, 43, 44, 45

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.8. Costo de producción

4.8.1. Materia prima directa

La materia prima que a continuación se detalla será utilizada para la elaboración de dos kilos de chocho confitado, que posteriormente se lo distribuirá en su presentación de 150 gramos. Como unidad de medida se tomará como referencia kilogramos. En lo que se refiere al chocho, es necesario 2,5 kilogramos debido a que la gramínea está compuesta la mayor parte de agua y al momento de su cocción se reducirá considerablemente por lo tanto se obtuvo una producción de 13 fundas de 150 gramos.

Tabla 49. Materia prima directa

Descripción	Cantidad (kilogramos)	Precio por kilogramo	Total
Chocho en grano desamargado	2,5	1,20	3,00
Panela	1,3	0,20	0,26
Total			3,26
Costo Unitario	13		0,25

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.8.2. Mano de obra directa

La mano de obra directa será de un trabajador con sus respectivos beneficios de ley para la producción del producto y se detalla a continuación con su respectivo costo:

Tabla 50. Costo mano de obra directa

Personal	Sueldo Básico	13er Sueldo	14to Sueldo	Aporte Patronal	Total mensual
Operario 1	366,00	30,50	29,5	44,47	470,47
Total					470,47

Fuente: Ministerio del Trabajo

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.8.3. Costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos que se tomarán en cuenta serán los que a continuación se detallan; ya que, intervienen de forma indirecta en el proceso productivo

Tabla 51. Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
Fundas plásticas de 150 gramos	unidad	1	0,04	0,04
Etiquetas	unidad	1	0,05	0,04
Agua	metros cúbicos	0,001	0,10	0,10
Electricidad	kilovatios hora	1	0,1	0,10
Total				0,27

Elaborado Por: La Investigadora
Año: 2015

4.9. Gastos Administrativos

4.9.1. Sueldos Administrativos

Para la administración del proyecto, se necesitara de tan solo un colaborador el cual recibirá todos los beneficios obligatorios que constan en la Ley, en lo referente a los fondos de reserva y vacaciones se pagarán a partir del primer año cumplido de servicio. El contador no será un empleado fijo y se lo contratará por servicios profesionales, puesto que la microempresa de acuerdo a la Ley de Régimen tributario Interno no está obligada a llevar contabilidad al no cumplir los parámetros establecidos en esta Ley.

Tabla 52. Sueldos Administrativos

Personal	Sueldo Básico	13er Sueldo	14to Sueldo	Aporte Patronal	Total mensual	Total anual
Administrador	370,00	30,83	29,5	44,96	475,29	6.258,31
Contador (servicios profesionales)	-	-	-	-	185,00	2.220,00
Total	370,00	30,83	29,5	44,96	660,29	8.478,31

Elaborado Por: La Investigadora
Año: 2015

4.9.2. Suministros de oficina

El área administrativa necesita de implemento y equipos para la oficina los cuales se detallan a continuación:

Tabla 53: Costo de Suministros de Oficina

Descripción	Unidad	Costo unitario	Costo total
Resmas de papel	5	3,00	15,00
Teléfono	2	7,86	15,72
Grapadora	3	3,48	10,44
Grapas	2 cajas	0,96	1,92
Perforadora	3	4,47	13,41
Esferos azul	6	0,28	1,68
Esferos negro	6	0,28	1,68
Lápices	6	0,22	1,32
Organizador de escritorio	3	1,70	5,10
Carpetas	6	0,20	1,20
Cartuchos impresora	6	7,32	43,92
Escritorios	2	50,00	100,00
Sillas	3	15,00	45,00
Archivadores	2	50,00	100,00
TOTAL			356,39

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.9.3. Servicios básicos

Los costos de la energía eléctrica por KW/hora es de 0.09 centavos de dólar; de servicio telefónico es de 0.07 centavos de dólar el minuto, a esto se incluye 30 dólares mensuales por ser un plan empresarial; y el agua potable tendrá un costo de 0,25 ctvs. de dólar por cada m3 más 1,05 ctvs. del alcantarillado. El internet tiene un costo de 25.00 dólares mensuales por 1 x 0,512 Mbps. En el siguiente cuadro se detalla el costo de los servicios básicos para el año operacional:

Tabla 54: Servicios Básicos

Descripción	Unidad	Costo Unitario	Costo Total	Total Anual
Electricidad	kW	0,09	90,00	1.080,00
Agua	M3	1,30	10,40	124,80
Teléfono	minutos	0,07	30,00	360,00
Internet	Mbps	25,00	25,00	300,00
TOTAL			155,40	1.864,80

Fuente: EMELNORTE-EPMAPS-CNT

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.9.4. Gastos de publicidad

La microempresa incurrirá en gastos de publicidad y marketing para promocionar el producto y que llegue a los consumidores de caramelos y confites por medio de los puntos de venta como los supermercados principalmente y las tiendas de la ciudad de Otavalo, para ello se considera lo siguiente:

Tabla 55: Gasto Publicidad

Descripción	Total	Total anual
Trípticos	10,00	300,00
Spot Publicitario	15,00	
Total	25,00	300,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.9.5. Gastos diferidos y de constitución

Para los gastos de pre-factibilidad de la microempresa se estiman como gastos los siguientes: la puesta en marcha incluida certificaciones, permisos, patentes, entre otros. Los trámites representan erogación de dinero por lo que representara un gasto y para lo cual se acudió a realizar la consulta acerca de los valores de estos trámites para constituir la microempresa al abogado Rommel Felipe Lema Villalba y a continuación se presenta el siguiente cuadro.

Tabla 56. Gastos Diferidos

Descripción	Total anual
Gastos de constitución	600,00
Permisos de Funcionamiento	455,00
Asesoramiento Legal	45,00
Total	1.100,00

Fuente: Abg. Rommel Lema Villalba

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.9.6. Resumen del capital de trabajo

El capital de trabajo estará constituido por todos los rubros antes mencionados. Para el capital de trabajo se considerará 3 meses hasta que la empresa genere ingresos por ventas de

los productos que se obtengan; los valores del capital de trabajo que se requiere para todo el primer trimestre de producción se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 57. Resumen Capital de Trabajo

Descripción	Total
Costos de Producción	
Materia prima	14.496,10
Mano de Obra Directa	6.194,48
Costos Indirectos de Producción	15.607,76
SUBTOTAL	36.298,34
Gastos Administrativos	
Administrador	6.258,31
Contador (servicios profesionales)	2.220,00
Servicios Básicos	1.864,80
Suministros de oficina	356,39
SUBTOTAL	10.699,50
Gastos de Ventas	
Publicidad	300,00
SUBTOTAL	300,00
CAPITAL DE TRABAJO ANUAL	47.297,84
CAPITAL DE TRABAJO 3 MESES	15.765,95

Fuente: Tablas 47, 48, 49, 50, 52 y 53

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

4.10. Estructura y financiamiento de la inversión

4.10.1. Estructura de la inversión inicial

La inversión inicial del proyecto para dar inicio con sus actividades asciende a 27.063,65 dólares de los cuales el 58% será capital propio, proporcionado por el propietario de la microempresa y el 42% será capital financiado obtenido a través de alguna institución financiera, a continuación se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 58. Inversión Inicial

Descripción	Valor
Inversión Fija	11.297,70
Planta de producción	3.000,00
Maquinaria y equipo	557,40
Muebles y enseres para producción	603,80
Equipo de computación	1.636,50
Vehículo	5.500,00
Capital de trabajo (para 3 meses)	15.765,95
SUBTOTAL	27.063,65
Inversión diferida	1.100,00
Gastos de constitución	1.100,00
Total	28.163,65

Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

4.11. Modelo de Financiamiento

La inversión total del proyecto se la obtiene sumando la inversión fija y el capital de trabajo, como se lo indica en el siguiente cuadro:

Tabla 59. Modelo de financiamiento

Descripción	Valor USD	Porcentaje
Inversión Propia	15.765,95	58%
Inversión Financiada	11.297,70	42%
Total	27.063,65	100%

Fuente: Tabla 56

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

5.1. Estado de Situación Financiera

En el estado de situación inicial muestra los rubros que constituirán los activos de la microempresa, es decir, el capital de trabajo y los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Por otro lado se presentan los pasivos esperados de la microempresa, es decir, las obligaciones financieras que contraerá el propietario, y finalmente el capital contable que constituye el patrimonio neto de la microempresa. A continuación se presenta el estado de situación inicial proforma.

Tabla 60. Estado de situación inicial Proforma

MISHKI-CHOCHO			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO NO CORRIENTE	
Efectivo y equivalente de efectivo	15.765,95	Obligaciones con Instituciones financieras	11.297,70
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	15.765,95	TOTAL PASIVOS	11.297,70
ACTIVOS NO CORRIENTES		PATRIMONIO	
Planta de producción	3.000,00	Aporte propio	15.765,95
Maquinaria y equipo	557,40		
Muebles y enseres de producción	603,80		
Vehículo	5.500,00		
Equipo de computación	1.636,50		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	11.297,70		
		TOTAL PATRIMONIO	15.765,95
TOTAL ACTIVOS	27.063,65	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	27.063,65

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.2. Determinación de ingresos por ventas

La proyección de ingresos da como resultado un incremento considerable cada año, siendo proporcional al aumento de precios, de igual forma se aumenta la capacidad de producción de acuerdo a la capacidad instalada de la planta; puesto que en relación a las pailas de aluminio con la que se cuenta tiene capacidad de producción de 3.000 gramos por hora y en el primer año se empieza con una producción de 1.204 unidades de 150 gramos de chocho confitado semanales, es decir 57.807 unidades por año aumentando al 1%, lo que permite que no exista una sobreproducción. En lo que se refiere al precio de venta se irá proyectando dependiendo de la inflación. (Ver Tabla 34)

Tabla 61: Ingresos por Ventas

MISHKI-CHOCHO						
Descripción	Proyección Anual	2016	2017	2018	2019	2020
Chocho confitado 150gr	57.807	58.385	58.968	59.558	60.154	60.755
Precio de venta	1,05	1,09	1,12	1,16	1,20	1,25
Total Ventas	60.696,85	63.437,20	66.301,26	69.294,63	72.423,14	75.692,90

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.3. Determinación de costos y gastos

5.3.1. Costos de Producción

5.3.1.1. Materia Prima Directa

Aquí se detalla el costo de la materia prima a utilizar para el proceso productivo, de acuerdo a la demanda establecida por el porcentaje de captación y se ha determinado la materia prima a utilizar por 150 gramos de chocho confitado por el precio que se encuentra en el mercado considerando que la inflación para el 2015 es de 3.48%, emitida por el Banco Central del Ecuador. (Ver Tabla 49)

Tabla 62: Proyección Materia Prima Directa

MISHKI-CHOCHO						
Descripción	Costo Anual	2016	2017	2018	2019	2020
Volumen Proyectado	57.807	58.385	58.968	59.558	60.154	60.755
Costo unitario	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29	0,30
SUBTOTAL	3,26	3,37	3,49	3,61	3,74	3,87
Materia Prima Directa	3,26	3,37	3,49	3,61	3,74	3,87
Chocho en grano	3,00	3,10	3,21	3,32	3,44	3,56
Panela	0,26	0,27	0,28	0,29	0,30	0,31
Total Costos						
Proyectados	14.496,10	15.150,57	15.834,59	16.549,49	17.296,66	18.077,57

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.3.2. Mano de obra directa

La Mano de Obra Directa que la planta requiere son tres operarios los que se encargarán tanto de la elaboración del producto y distribución del mismo.

La proyección se la calcula en base a la tasa de incremento de sueldo del último año, siendo esta tasa del 3.39%, cifra emitida por el Ministerio del Trabajo.

Tabla 63. Proyección mano de obra

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Operario 1	6.194,48	6.404,47	6.621,59	6.846,06	7.078,14
Total	6.194,48	6.404,47	6.621,59	6.846,06	7.078,14

Fuente: Estudio técnico Tabla 48

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.3.3. Proyección de costos indirectos de fabricación (CIF)

Para proceder a proyectar los costos indirectos de fabricación se toma en cuenta todo lo referente a materiales que se utiliza indirectamente para el término de la producción de un producto, para el empaquetado del chocho confitado así como también para asegurar la higiene como son los guantes, cofias o gorros y servicios básicos; las cantidades y precios irán aumentando de acuerdo con la tasa de inflación que es del 3.48% emitida por el BCE. (Ver Tabla 51).

Tabla 64. Proyección de CIF

MISHKI-CHOCHO							
Descripción	Valor	Costo	2016	2017	2018	2019	2020
		Anual					
Unidades Producidas		57.807	58.385	58.968	59.558	60.154	60.755
Fundas plásticas de 150gr	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,05	0,05
Etiquetas	0,05	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06	0,06
Agua	0,08	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09	0,09
Electricidad	0,10	0,10	0,10	0,11	0,11	0,11	0,12
TOTAL	0,27	0,27	0,28	0,29	0,30	0,31	0,32
TOTAL CIF		15.607,76	16.312,42	17.048,90	17.818,62	18.623,09	19.463,89

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.3.4. Proyección de gastos administrativos

Demuestran cuáles son los gastos administrativos que tendrá la planta, para el éxito de la microempresa y la factibilidad del proyecto.

La proyección de gastos administrativos será de la siguiente manera: Los sueldos administrativos serán proyectados con el 3.39% considerando que es la tasa de crecimiento salarial y los gastos administrativos están proyectados con el 3.48% de acuerdo con la tasa de inflación.

Tabla 65: Proyección Gastos Administrativos

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Gerente	6.258,31	6.689,82	7.393,50	8.448,20	9.980,60
Contador (servicios profesionales)	2.220,00	2.373,07	2.622,68	2.996,81	3.540,40
Servicios Básicos	1.864,80	1.929,70	1.996,85	2.066,34	2.138,25
Suministros de oficina	356,39	368,79	381,63	394,91	408,65
TOTAL	10.699,50	11.361,37	12.394,65	13.906,26	16.067,90

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.3.5. Proyección de publicidad

La publicidad es importante realizarla para que la empresa sea conocida a nivel local para lo cual se considera un valor de \$300 para el año 2015; y para los siguientes años se toma en

consideración la tasa de inflación que es de 3.48% considerada por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 66: Proyección de Publicidad

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Publicidad	300,00	312,15	324,79	337,95	351,63
Total	300,00	312,15	324,79	337,95	351,63

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.4. Proyección del capital de trabajo

El capital de trabajo está presupuestado para tres meses, período en cual se necesita invertir para la producción de chocho confitado como son los costos directos que lo conforman la materia prima directa, costos indirectos de fabricación y la mano de obra directa; también tenemos costos indirectos en los que se encuentran la mano de obra indirecta, suministros de oficina, servicios básicos y publicidad.

Por lo tanto para los tres primeros meses del primer año la microempresa necesita un capital de trabajo de \$15.765,95.

5.5. Financiamiento

Para que la microempresa inicie sus actividades requiere de \$ 11.297,70; los cuales son financiados por el Banco Nacional de Fomento y a una tasa de interés del 11% anual, a cinco años plazo, la amortización de la deuda se realizará anualmente.

Tabla 67: Resumen de Amortización

MONTO SOLICITADO	11.297,70			
PERÍODOS	5 AÑOS			
TASA	11%			
CUOTA MES	1.072,24			
Períodos	Saldo Inicial	Intereses	Capital	Saldo final
1	11.297,70	1.154,11	1.793,56	9.504,14
2	9.504,14	946,56	2.001,11	7.503,02
3	7.503,02	714,99	2.232,68	5.270,34
4	5.270,34	456,63	2.491,04	2.779,30
5	2.779,30	168,37	2.779,30	0,00

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.5.1. Pago de interés de la deuda

Tabla 68: Pago de Intereses

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos Financieros	1.154,11	946,56	714,99	456,63	168,37
Total	1.154,11	946,56	714,99	456,63	168,37

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.5.2. Pago del capital

El capital se lo va cancelando junto al interés cada año y se lo obtiene de la tabla de amortización, el pago del capital se detalla a continuación.

Tabla 69: Pago de Capital

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Pago de capital	1.793,56	2.001,11	2.232,68	2.491,04	2.779,30
Total	1.793,56	2.001,11	2.232,68	2.491,04	2.779,30

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.6. Depreciaciones

Para la depreciación de los activos fijos de la microempresa se tomará en cuenta la Ley de Régimen Tributario Interno Art. 17 numeral 6, el cálculo se lo realiza en base al siguiente cuadro.

Tabla 70. Tasas de Depreciación

TASA DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS		
Activo	%	Vida útil
Planta de producción	5%	20
Muebles y Enseres para producción	10%	10
Maquinaria y Equipos	10%	10
Vehículo	20%	5
Equipo de computación	33,33%	3

Fuente: Servicio de Rentas Internas-SRI

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Dentro de la microempresa se hará la compra de varios activos fijos como son: vehículos, muebles y enseres, equipo de computación, maquinaria y equipo, para los cuales se utilizará el método de depreciación en línea recta, además se le dará un valor de salvamento o residual

que corresponde a lo que hace falta por depreciarse propiedad, planta y equipo al término de su vida útil.

Tabla 71: Depreciación Propiedad, Planta y Equipo

Detalle	Valor inicial	Vida Útil	2016	2017	2018	2019	2020	Total	Valor residual
PRODUCCIÓN									
Planta de producción	3.000,00	20	150,00		150,00	150,00	150,00	600,00	2.400,00
Muebles y Enseres para producción	603,80	10	60,38	60,38	60,38	60,38	60,38	301,90	301,90
Maquinaria y Equipos	557,40	10	55,74	55,74	55,74	55,74	55,74	278,70	278,70
SUBTOTAL	4.161,20		266,12	116,12	266,12	266,12	266,12	1.180,60	2.980,60
ADMINISTRACIÓN									
Vehículo	5.500,00	5	1.100,0	1.100,0	1.100,0	1.100,0	1.100,0	5.500,0	-
Equipo de computación	1.636,50	3	545,50	545,50	545,50	-	-	1.636,50	0,00
SUBTOTAL	7.136,50		1.645,50	1.645,50	1.645,50	1.100,00	1.100,00	7.136,50	0,00
TOTAL	11.297,70		1.911,62	1.761,62	1.911,62	1.366,12	1.366,12	8.317,10	2.980,60

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.7. Estados Financieros proyectados

Los balances deben ser presentados cada año y los que se proyectaron fueron los siguientes: estado de situación inicial y estado de resultados.

5.7.1. Estado de resultados proyectado

El estado de resultados proyectado muestra los resultados económicos de la operación prevista del proyecto, para los 5 primeros años; el cual considera los ingresos por ventas menos los egresos estimados.

El estado se lo presenta a continuación:

Tabla 72: Estado de Resultados

MISHKI-CHOCHO					
ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos	63.437,20	66.301,26	69.294,63	72.423,14	75.692,90
(-)Costos de producción	36.298,34	37.867,46	39.505,07	41.214,16	42.997,90
Materia Prima Directa	14.496,10	15.150,57	15.834,59	16.549,49	17.296,66
Mano de Obra Directa	6.194,48	6.404,47	6.621,59	6.846,06	7.078,14
Costo Indirectos de Fabricación	15.607,76	16.312,42	17.048,90	17.818,62	18.623,09
UTILIDAD BRUTA	27.138,85	28.433,79	29.789,56	31.208,98	32.695,01
(-) Gastos Administrativos					
Administrador	6.258,31	6.689,82	7.393,50	8.448,20	9.980,60
Contador (servicios profesionales)	2.220,00	2.373,07	2.622,68	2.996,81	3.540,40
Servicios Básicos	1.864,80	1.929,70	1.996,85	2.066,34	2.138,25
Suministros de oficina	356,39	368,79	381,63	394,91	408,65
SUBTOTAL	10.699,50	11.361,37	12.394,65	13.906,26	16.067,90
(-) Gasto Ventas					
Publicidad	300,00	310,44	321,24	332,42	343,99
SUBTOTAL	300,00	310,44	321,24	332,42	343,99
(-) Depreciaciones	1.911,62	1.761,62	1.911,62	1.366,12	1.366,12
(-)Amortización Gastos de Const	366,67	366,67	366,67	-	-
UTILIDAD OPERATIVA	13.861,06	14.633,69	14.795,38	15.604,18	14.917,00
(-) Gastos Financieros	1.154,11	946,56	714,99	456,63	168,37
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	12.706,96	13.687,14	14.080,38	15.147,55	14.748,63
(-)Fracción básica	11.170,00	11.286,00	11.404,00	14.689,00	11.642,00
(=)FRACCIÓN EXCEDENTE	1.536,96	2.401,14	2.676,38	458,55	3.106,63
(*)Impuesto fracción excedente	0%	0%	0%	5%	0%
(-)IMPUESTO CAUSADO	-	-	-	22,93	-
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	12.706,96	13.687,14	14.080,38	15.124,62	14.748,63

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Para el pago del impuesto a la renta de personas naturales se consideró tablas de años anteriores para poder realizar un promedio estimado del crecimiento anual y establecer el pago para los años siguientes.

Al ser una microempresa de artesano calificado, estamos exonerado del pago del 15% de participación a los trabajadores.

5.8. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja representa el comportamiento del dinero en las operaciones de la microempresa; tomando en cuenta que dichos valores son solo pronósticos no representan ninguna certeza de los verdaderos ingresos y egresos que se obtendrán.

Se considera como valor de rescate el valor total del valor residual de las depreciaciones de la propiedad, planta y equipo.

Se realizará la reinversión para la compra de equipo de computación, puesto que es muy necesario para tener una base de datos de los inventarios y su rotación.

Flujo de caja						
Concepto	0	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión Inicial	27.063,65					
Utilidad proyectada		12.706,96	13.687,14	14.080,38	15.124,62	14.748,63
(+)Depreciación		1.911,62	1.761,62	1.911,62	1.366,12	1.366,12
(+)Valor de rescate		0	0	0	0	2.980,60
(+)Reinversión		0	0	0	800,00	-
(+)Amort.Gtos.Diferidos		366,67	366,67	366,67	-	-
Total Ingresos		14.985,24	15.815,42	16.358,67	17.290,74	19.095,35
Egresos						
(-)Pago de capital		1.793,56	2.001,11	2.232,68	2.491,04	2.779,30
Total egresos		1.793,56	2.001,11	2.232,68	2.491,04	2.779,30
FLUJO NETO	27.063,65	13.191,68	13.814,31	14.125,99	14.799,70	16.316,04

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.9. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el punto mínimo aceptable de producción para no incurrir en pérdidas, de tal forma que el punto de equilibrio tiene como fin obtener el nivel de ventas anuales con el que el proyecto cubrirá los costos fijos y variables.

Existen dos formas de presentar el punto de equilibrio las cuales son en unidades y en dólares las cuales se presentan continuación:

$$\frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

$$\frac{\text{INVERSIÓN FIJA} + \text{COSTOS FIJOS 1 AÑO}}{\text{PVU AÑO 1} - \text{CVU 1 AÑO}}$$

Tabla 73: Punto de Equilibrio

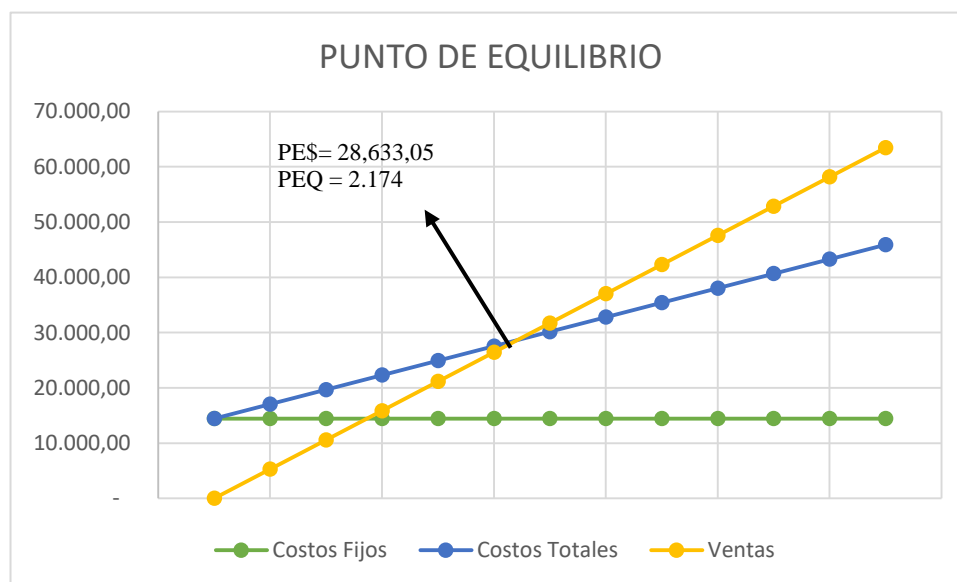
Concepto	2016
INGRESOS	
Ventas	63.437,20
COSTOS FIJOS	
Mano de Obra	6.194,48
Gastos Administrativos	10.699,50
Gasto de ventas	300,00
Gasto financiero	1.154,11
Depreciaciones	1.911,62
Amort. Gastos Diferidos	366,67
TOTAL COSTOS FIJOS	14.431,90
COSTOS VARIABLES	
Materia Prima Directa	15.150,57
Costos Indirectos de fabricación	16.312,42
TOTAL COSTOS VARIABLES	31.462,99
COSTO TOTAL	45.894,89
UTILIDAD	17.542,31
Punto de equilibrio (dólares)	28.633,05
Punto de equilibrio (unidades)	2.174

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Gráfico 31. Punto de equilibrio



Fuente: Estudio Financiero Tabla 71

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

El punto de equilibrio en unidades primer año será de 2.174 y para cubrir los costos y gastos del proyecto deberá mantener un punto de equilibrio en dólares de \$28.633,05.

5.10. Evaluación financiera

La evaluación financiera permite determinar si el proyecto es factible o no, para lo cual se requiere de evaluadores financieros los mismos que tienen como objetivo calcular los beneficios netos que se espera obtener de la inversión del proyecto.

5.10.1. Costo de oportunidad

El costo de oportunidad se obtuvo para determinar el valor actual neto y la tasa interna de retorno. Para establecer el costo de oportunidad se requiere saber las tasas activas que representa la tasa de interés que la entidad financiera cobra por el crédito entregado y la tasa pasiva que se refiere a el interés que nos pagaría la entidad financiera por la colocación en inversión, las mismas tasas deben estar establecidas por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 74: Costo de Oportunidad

COSTO DE OPORTUNIDAD				
DATOS DE ENTRADA				
Inversión Inicial	27.063,65			
Aporte Propio	15.765,95	Aporte Propio	58%	
Aporte financiado	11.297,70	Aporte Financiado	42%	
Tasa activa	11%			
Tasa pasiva	8%			
Plazo del crédito	5 años			
Plazo de pago	5 años			
Concepto	Monto	%	Tasa Ponderación	Tasa Ponderada
Aporte propio	15.765,95	58%	8%	4,66%
Aporte financiado	11.297,70	42%	11%	4,59%
Total	27.063,65	100%	19,00%	9,25%

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

El costo de oportunidad para el proyecto será de 9,25%, tasa ponderada que se utilizará para obtener la tasa de rendimiento medio.

5.10.2. Tasa de rendimiento medio

Para determinar la tasa de rendimiento medio se toma como base la tasa ponderada o costo de oportunidad que es 9.25% y la tasa de inflación que es 3.48% establecida por el Banco Central del Ecuador a junio del 2015 y se procede a aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{TRM} = (1 + \text{CO}) * (1 + \text{Inf}) - 1$$

Donde:

TRM = Tasa de Rendimiento Medio

CO = Costo de Oportunidad

Inf = Inflación

Tabla 75: Tasa de Rendimiento Medio

Tasa Ponderada	Inflación	Tasa Rendimiento medio
9,25%	3,48%	13,05%

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.10.3. Valor actual neto (VAN)

El valor presente neto se refiere al valor monetario que resulta de traer los flujos de caja a valores presentes; es decir, cada resultado de la sumatoria de flujos de cada año se resta a la inversión inicial y determina si un proyecto es factible o no; el proyecto es viable si el valor es mayor o igual a ceros.

A continuación se presenta la formula con la que se determina el VAN:

$$\text{VAN} = -I + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^5}$$

Donde:

VAN = Valor Actual Neto

FNE = Flujo Neto de Efectivo

i = Tasa de rendimiento medio

Tabla 76: Valor Actual Neto

MISHKI-CHOCHO VAN		
Años	Flujos Netos	Flujos de Fondos Actualizados
0	(27.063,65)	(27.063,65)
1	13.191,68	\$ 11.668,44
2	13.814,31	\$ 12.219,18
3	14.125,99	\$ 12.494,87
4	14.799,70	\$ 13.090,79
5	16.316,04	\$ 14.432,04
VAN		\$ 36.841,66

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

El valor actual neto del proyecto es de \$ 36.841,66 lo que significa que es recomendable ejecutar el proyecto; puesto que, es muy viable y atractivo.

5.10.4. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno del proyecto tendrá que ser mayor a la tasa mínima aceptable de rendimientos, para que la inversión sea económicamente aceptable.

Para calcular la TIR se aplica la

siguiente fórmula:
$$TIR = \frac{TS1 + VAN(+)}{VAN(+)} \frac{(TS2 - TS1)}{VAN(+)} - VAN(-)}$$

Donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

VAN (+) = Valor Actual Neto Positivo

VAN (-) = Valor Actual Neto Negativo

Tabla 77: Tasa Interna de Retorno

MISKI-CHOCHO

VAN	
Años	Flujos Netos
0	(27.063,65)
1	13.191,68
2	13.814,31
3	14.125,99
4	14.799,70
5	16.316,04
TIR	43%

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

La Tasa interna de retorno determina que existe rentabilidad en el proyecto a una tasa del 43% positiva en los años de vigencia del proyecto.

5.10.5. Relación beneficio costo

La relación beneficio – costo se obtiene dividiendo el flujo neto actualizado sobre el valor de la inversión con la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\sum \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$RBC = \frac{45.184,07}{27.063,65}$$

$$RBC = 1,67$$

El resultado de la relación beneficio – costo es de 1,67 lo cual demuestra que el proyecto es viable ya que supera a uno; lo que significa que por cada dólar invertido la microempresa va a recuperar 0,67 centavos de dólar.

5.10.6. Tiempo de recuperación de la inversión

Esta herramienta de evaluación permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión basándose en los flujos de caja proyectados.

$$TRI = \frac{\sum FNE}{\text{Inversión Inicial}}$$

Donde:

TRI = Tiempo de Recuperación de la Inversión

FNE = Flujos Netos de Efectivo

Tabla 78: Recuperación de la Inversión

Años	Flujos Netos	Flujos Netos Actualizados	Flujos Netos Acumulados	Inversión
0				(27.063,65)
1	13.191,68	11.668,44	11.668,44	
2	13.814,31	12.219,18	23.887,62	2 años
3	14.125,99	12.494,87	36.382,49	3 meses
4	14.799,70	13.090,79	49.473,27	
5	16.316,04	14.432,04	63.905,31	

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

5.11. Resumen de evaluadores financieros

Tabla 79: Resumen de Evaluadores Financieros

EVALUADORES FINANCIEROS	VALORES
VAN	36.841,66
TIR	43%
R. COSTO/BENEFICIO	1,67
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	2 años, 3 meses

Fuente: Estudio financiero Cuadro N° 75, 76 y 77

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Los evaluadores financieros obtenidos luego de realizar todo el estudio financiero fueron positivos, por lo que el VAN es de \$36.841,66 dólares que es mayor que cero; la TIR es del 43% lo que significa que es bueno porque es un porcentaje mayor a la tasa de rendimiento medio; además la relación de costo beneficio es de 1,67 lo que significa que por cada dólar invertido se recuperará 0,33 centavos; y finalmente la inversión se recuperará en un plazo de 2 años, 3 meses, lo que es bueno porque la recuperación está dentro de los cinco años del proyecto.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Denominación de la empresa

6.1.1. Nombre o razón social

El nombre o razón social de la microempresa es Jessica Lizbeth Lema Hualpa con Ruc 1004339436001, puesto que es de persona natural.

6.1.2. Titularidad o propiedad de la empresa

“Mishki Chocho” es una microempresa de persona natural, no obligada a llevar contabilidad y que cuenta con la calificación de artesana, en la cual el gerente propietario es el encargado de las obligaciones y toma de decisiones que contraiga la microempresa, ya sea tanto económicamente como legal.

6.1.3. Logotipo de la microempresa

El logotipo de la empresa representa la identidad corporativa de la misma, debido a que la microempresa produce chocho confitado. El logotipo presenta el nombre del producto elaborado que es MISHKI CHOCHO y su respectivo eslogan que en este caso es ENDULZA TU VIDA FORTIFICA TUS HUESOS.

A continuación se demuestra el logotipo del nombre comercial de la nueva unidad productiva.

Gráfico 32. Logotipo



Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

6.2. Elementos Estratégico

6.2.1. Misión

La microempresa se dedica a la producción y comercialización de chocho confitado, ofreciendo un producto de calidad con altos contenidos nutricionales en la ciudad de Otavalo, con la colaboración de mano de obra altamente calificada, con la finalidad de siempre entregar un producto de excelencia para nuestros consumidores.

6.2.2. Visión

En el 2021, lograr ampliar gradualmente su posición en el mercado de Otavalo, siendo reconocida por la producción y comercialización de chocho confitado. La meta es alcanzar la satisfacción de todos sus clientes a través del mejoramiento continuo de sus procesos productivos.

6.2.3. Objetivos

Los objetivos principales de la microempresa serán:

- Instalar la microempresa productora y comercializadora de chocho confitado, en el sector urbano de la ciudad de Otavalo.
- Dar a conocer el nuevo producto en la ciudad de Otavalo

- Ofrecerle al consumidor un producto 100% nutritivo y de calidad con buena imagen que le permita ser conocido y así conseguir prestigio en el mercado.
- Optimizar los recursos de la empresa y buscar nuevas alternativas que resulten beneficiosas a fin de poder incursionar en nuevos mercados.
- Dar a los trabajadores un buen trato y motivación salarial a fin de lograr eficiencia y crecimiento de la organización.

6.2.4. Valores

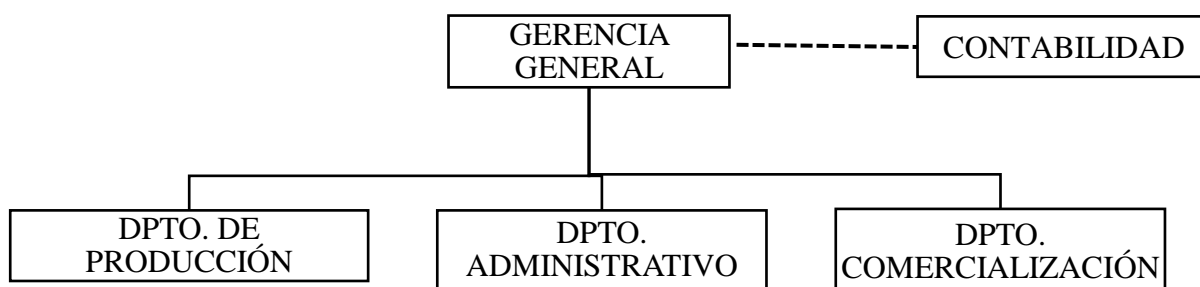
- Responsabilidad.- Todos y cada uno de los miembros de la microempresa debe cumplir sus obligaciones y tareas con responsabilidad, promoviendo el progreso y respondiendo cabalmente por las decisiones y acciones propias que se realiza.
- Honestidad.- Demostrar compostura y moderación en las acciones que se realicen, honestidad y justicia para con el cliente y la microempresa, ya que de esto depende el buen funcionamiento de la misma.
- Ética.- Los trabajadores deberán trabajar con eficiencia, con un trato respetuoso para sus compañeros como para los clientes, desempeñando sus funciones con rectitud y disciplina.
- Cooperación.- Es importante la ayuda y compañerismo dentro de la empresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en conjunto.

6.3. Estructura Organizacional

La estructura orgánica y funcional es un instrumento de gestión que ayuda a definir con claridad las funciones de las diferentes unidades administrativas de una organización. Apoya al cumplimiento de la misión, visión y objetivos de la microempresa.

En la microempresa existirá el siguiente organigrama estructural:

Gráfico N° 1: Organigrama Estructural



Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

6.3.1. Nivel Ejecutivo

El nivel ejecutivo está conformado por el gerente de la microempresa quien ejercerá la representación legal y tendrá en su misión fijar estrategias específicas, quien tiene la obligación de cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales y estatutarias. En este nivel se toman decisiones de tipo técnico, relativas al cumplimiento de los planes y programas diseñados para alcanzar los fines generales.

6.3.2. Nivel Operativo

Está compuesto por producción, empaquetado y comercialización. Este nivel está directamente relacionado con la producción. Su función es realizar en forma eficaz las tareas que se realizan en la microempresa.

6.4. Matriz de competencias

Constituye una norma de cumplimiento obligatorio en el cual se indican los requisitos mínimos de control interno en cada puesto a implantar en la microempresa.

Cuadro 1. Manual de funciones (Gerente)

MISHKI CHOCHOS MANUAL DE FUNCIONES Unidad: Administrativa		
Puesto: Gerente Misión del puesto: Máximo responsable de cumplir y hacer cumplir la misión, visión y objetivos de la microempresa, así como también de guiarla.		
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Trabajo bajo presión • Excelente manejo de relaciones humana 	
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Honestidad • Responsabilidad • Capacidad para liderar • Habilidades para negociar • Capacidad para la toma de decisiones • Trabajo en equipo • Dirección de personas 	
Funciones y responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante legal y judicial de la microempresa • Cumplir y hacer cumplir las leyes, ordenanzas, reglamento y normas aplicables a la pequeña empresa. • Delegar funciones como el poder para tomar decisiones. • Revisar los Estados Financieros y demás cuentas de la administración económica de la microempresa • Administrar de manera adecuada los recursos de la microempresa. 	
Perfil Profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios en Administración de empresas, Contabilidad o afines. • De preferencia de 23 a 40 años. • Experiencia mínima de 1 año en cargos similares. 	
Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Cuadro 2. Manual de funciones (personal de producción)

MISHKI CHOCHOS MANUAL DE FUNCIONES Unidad: Producción		
Puesto: Operario		
Misión del puesto: Cumplir con todo el proceso de producción de una forma eficiente y eficaz		
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Puntualidad • Trabajo en equipo • Buena presencia 	
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar a presión • Paciencia 	
Funciones y responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer todo sobre la microempresa • Supervisar la calidad y las especificaciones • Encargado de realizar inventarios y reportar mensualmente a la gerencia • Realizar pedidos de compra para adquisición de la materia prima • Todas aquellas personas integrantes del área de producción estarán a cargo de la recepción, pelado del chocho, el confitado y empaquetado del chocho confitado 	
Perfil Profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguno 	
Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

Cuadro 3. Manual de funciones (vendedor)

MISHKI CHOCHOS MANUAL DE FUNCIONES Unidad: Comercialización		
Puesto: Vendedor		
Misión del puesto: Vender el producto y ser el punto de conexión entre el cliente y la empresa		
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Honradez • Profesionalismo • Puntualidad • Buena presencia 	
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Excelente manejo de relaciones humanas • Habilidades para negociar 	
Funciones y responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Distribuir el producto terminado como lo es el chocho confitado en todos los supermercados de la ciudad • Apego a las políticas de venta de la empresa • Llevar un correcto registro de las ventas realizadas • Llenar documentos • Mantener el vehículo en perfectas condiciones 	
Perfil Profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Ser bachiller o egresado en marketing • Tener licencia tipo A • De preferencia de entre 20 a 45 años. • Experiencia mínima de 1 año en cargos similares 	
Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:

Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

6.5.Conformación Jurídica

La empresa es de una persona natural no obligada a llevar contabilidad ya que los ingresos, los gastos y la utilidad aún están por debajo de la ley de Régimen Tributario Ecuatoriano vigente.

Las personas naturales que realicen alguna actividad económica y para que sean legalmente constituidas necesitan cumplir con ciertos requisitos que se mencionan a continuación:

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- Original y copia de la Cédula de Identidad del propietario de la empresa.
- Original y copia del Certificado de votación del propietario de la empresa.
- Original y copia de un comprobante de pago de un servicio básico del domicilio.
- Original y copia de un comprobante de pago de un servicio básico del local comercial.

PERMISO DE LOS BOMBEROS

- Original y copia de cédula del propietario de la empresa.
- Original y copia del RUC.
- Original y copia del título de Artesano Calificado (solo si es artesano calificado)

PATENTE

- Original y copia de la cédula de identidad del propietario.
- Original y copia del certificado de votación del propietario.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Formulario de solicitud y declaración de patente de No Obligado a llevar contabilidad.
- Original y copia del RUC.
- Original y copia del permiso de los bomberos.

Permiso de funcionamiento para establecimientos sujetos a control sanitario

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.

- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

Proceso para formalización de personas naturales

SRI (2015) indica los siguientes requisitos para constituir la microempresa:

- 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.

Para cumplir con la normativa legal que rige en el Ecuador, es necesario cumplir con los requisitos antes mencionados para constituirse legalmente como una persona natural para de esta manera poder ejercer actividades lícitas.

Inscripción de Registro Sanitario de Alimentos Procesados

- Ingresar la solicitud en la VUE (Ventanilla única ecuatoriana).
- Declaración de que el producto cumple con la Norma Técnica nacional respectiva.
- Descripción general del proceso de elaboración del producto: en el documento debe constar el nombre del producto.

- Diseño de la etiqueta o rótulo del producto.
- Declaración del tiempo de vida útil del producto.
- Especificaciones físicas y químicas del material del envase.
- Descripción del código del lote
- Contrato de elaboración del producto y/o convenio de uso de marcas
- Documento con datos para la factura.

Requisitos para la calificación y recalificación artesanal

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario)
- Copia del Título Artesanal
- Carnet actualizado del gremio
- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
- Foto a color tamaño carnet
- Tipo de sangre
- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior.

6.6. Reglamento Interno

El reglamento interno de la microempresa constará de todas las normas para cada una de las escalas jerárquicas, las cuales se harán cumplir por la máxima autoridad. Todas las normas que se establecen en el reglamento interno regularán el funcionamiento de la microempresa internamente y permitirán sancionar en caso de no dar cumplimiento a las mismas.

La finalidad de este Reglamento Interno es principalmente hacer respetar toda la normativa y lineamientos que se encuentra estipulada en ella, para que de esta manera se

pueda tener una cultura organización de armonía, formalidad y orden, logrando con esto dar una excelente imagen y reconocimiento corporativo. (Ver Anexo 4)

6.7. Código de Ética

El Código de Ética estará fundamentado de principios, valores, ética y fundamentos morales que regirán en la vida diaria de la microempresa. El código de ética será la esencia misma de la microempresa, estableciendo una interrelación con la cultura organizacional, con el fin de contar con lineamientos que establezcan las pautas de conducta que se respetarán por todos los niveles jerárquicos en cada acción diaria que realicen dentro de la empresa.

Este documento garantizará la productividad y sostenibilidad de la microempresa porque inmiscuye a todo el equipo de trabajo, quienes buscan distintas manera de contribuir con el desarrollo y crecimiento empresarial. (Ver Anexo 5)

6.8. Formato de registro de empleados

Gráfico 33. Registro de empleados

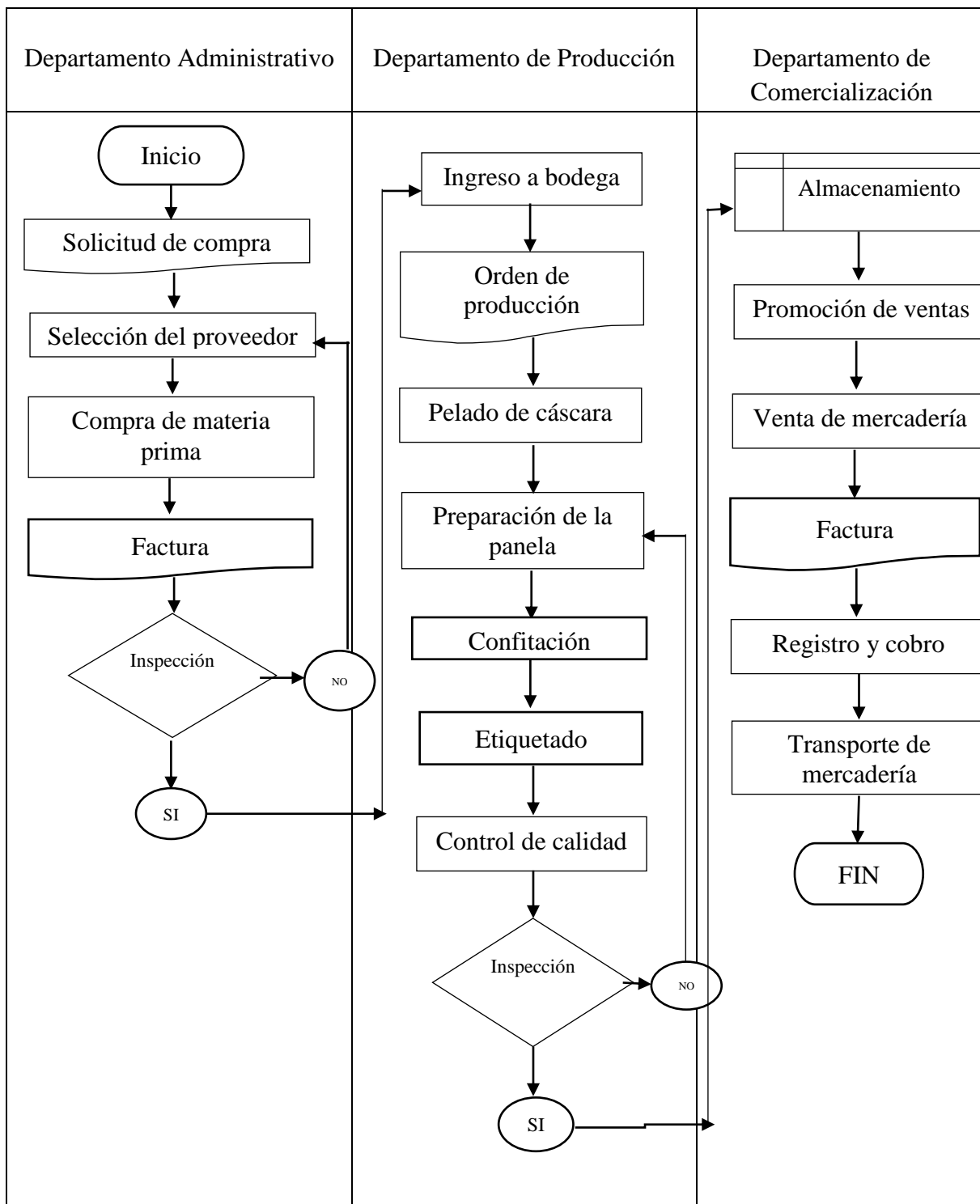
Fuente: contabilidadmacrosexcel.globered.ec

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

6.9. Flujograma de procedimientos

Personal que labora en el área



Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Identificación de impactos

Los impactos son la incidencia en diferentes ámbitos que posiblemente tendrá la puesta en marcha de la microempresa dedicada a la producción de chocho confitado, los mismos que deben ser identificados y analizado con la finalidad de establecer sus ventajas y desventajas, para lo cual se han podido determinar los siguientes impactos:

- Impacto Económico
- Impacto Social
- Impacto Tecnológico
- Impacto Cultural
- Impacto Ambiental

Se establece los niveles de impactos sobre la base de la siguiente tabla:

Tabla 80. Nivel de Impactos

NIVEL	IMPACTO
-3	Alto Negativo
-2	Medio Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No Hay Impacto
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Elaborado por: La Investigadora
Año: 2015

7.2. Análisis de Impactos

Para analizar los principales impactos que genere el proyecto se requiere emplear una matriz, estableciendo posibles indicadores que afecten en cada ámbito, y asignando una calificación a cada uno de los componentes como se sugirió en la tabla anterior.

7.2.1. Impacto Económico

El impacto económico es el que se refiere al incremento y sostenibilidad económica de las organizaciones, a través de los diferentes cambios, políticas y estrategias utilizadas para la consecución de objetivos.

Tabla 81. Nivel de Impacto Económico

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Rentabilidad							X
Crecimiento Empresarial						X	
Calidad en el producto							X
TOTAL						2	6

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{8}{3} = 2.67 \text{ Impacto Alto Positivo}$$

Análisis:

Todo producto tiene un objetivo y en este caso se resalta la importancia de un producto que sea atractivo en el mercado; ya que, es el principio fundamental de un movimiento económico porque indudablemente a mayor demanda en el mercado mayor el ingreso monetario. El presente proyecto en el ámbito económico tendrá una incidencia alto positivo, lo cual significa que la implementación del proyecto contribuirá al crecimiento de la rentabilidad y el crecimiento empresarial que son factores muy importantes para el incremento duradero de la dimensión de la unidad económica, lo que permitirá cubrir un

mayor porcentaje de la demanda a satisfacer. Otro punto importante es mantener la calidad del producto que se entrega a nuestro consumidor sin crear expectativas negativas al disminuir la calidad, pensando en obtener ingresos más altos para el proyecto, de esta manera despertamos en el consumidor la demanda.

7.2.2. Impacto Social

El talento humano es parte importante en la organización, debido a que una microempresa necesita mayormente de personas para desarrollarse expandirse y mantenerse en las actividades propias de la entidad, por lo que es muy importante analizar de qué manera este estudio de factibilidad incide en este ámbito.

Tabla 82. Nivel de Impacto Social

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mejor Nivel de Vida							X
Fuentes de empleo							X
Apoyo a grupos vulnerables							X
TOTAL							9

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{9}{3} = 3 \text{ Impacto Alto Positivo}$$

Análisis:

Uno de los principios sociales de actualidad es el Buen Vivir, razón por la cual este proyecto se apoya en esta magnífica cita, creando fuentes de trabajo que permitirá una armonía social; ya que, es bien sabido que una familia con una fuente de empleo percibe un sueldo, el cual se lo distribuye para buscar el bienestar de la misma.

El impacto social obtenido con el estudio de factibilidad tendrá un nivel de impacto alto positivo, es decir, a través de la presente investigación y con el desarrollo de la misma, se

pretende impulsar el mejoramiento de los niveles de vida de cada una de las personas integrantes de la microempresa, por lo que éste generará mayores fuentes de empleo y por ende llevará a la misma a obtener la estabilidad empresarial deseada, que permitirá impulsarse y cubrir mayores segmentos de mercados.

Los fenómenos sociales como: alcoholismo, drogadicción y la delincuencia en todas sus formas se crea a partir de la falta de empleo; ya que, es el mecanismo más fácil de ausentarse de la realidad y es entonces donde inicia la descomposición familiar y social, por esta razón la propuesta de este proyecto es la generación de empleos formales sin exigencias de estudios académicos, de esta manera llegar y asistir a grupos sociales vulnerables que están incluidos en el proceso del Buen Vivir

7.2.3. Impacto Tecnológico

Conforme la tecnología avanza es muy importante analizar qué tan actualizada estará la microempresa, tomando en cuenta que la tecnología se ha constituido como el conjunto de conocimientos técnicos que permiten facilitar la satisfacción de necesidades esenciales y deseos de la humanidad.

Tabla 83. Nivel de Impacto Tecnológico

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Implementación de nueva maquinaria					X		
Optimización de recursos						X	
Incremento en la producción y comercialización						X	
TOTAL					1	4	5

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

NIVEL DE IMPACTO = $\frac{5}{3} = 1.67$ Impacto Medio Positivo

Análisis:

Dentro del ámbito tecnológico, la implementación del proyecto tendrá un impacto medio positivo, debido a que tiene previsto adquirir maquinarias que optimicen recursos, por ejemplo, una empacadora del producto, evitando seguir realizando el trabajo de manera manual, lo cual genera mayor rapidez a la hora de enfundar el chocho confitado, asimismo permitirá que la producción y la comercialización incrementen, lo que a su vez aumentará en la misma proporción los ingresos y la rentabilidad económica de la microempresa.

7.2.4. Impacto Cultural

La cultura es muy importante dentro de la identificación de un pueblo, puesto que esto engloba costumbres, arte, creencias, moral, hábitos y habilidades adquiridas no sólo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad, por este motivo es necesario analizar qué impacto ocasiona la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 84. Nivel de Impacto Cultural

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Rescate de productos tradicionales							X
Fomento del cultivo							X
Fusión cultural					X		
TOTAL					1		6

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

NIVEL DE IMPACTO = $\frac{7}{3} = 2.33$ **Impacto Medio Positivo**

Análisis:

Nuestros pueblos se identifican por la riqueza cultural que ha mantenido en el devenir de los tiempos, arraigados en nuestros campos con una belleza exuberante, razón por la cual, la

necesidad de procurar incentivar el proceso de un producto ancestral como es el chocho, parte de la dieta diaria de la zona en la que es cultivado.

El impacto cultural que se obtuvo de acuerdo a la matriz es medio positivo, con lo que se demuestra que al implementar el proyecto estamos rescatando los productos tradicionales o tan conocidos como ancestrales del Ecuador, que poco a poco se van perdiendo por la tendencia de adoptar culturas ajenas, con esto también se fomentará el cultivo del grano andino conocido como chocho, además el aprovechamiento de otro producto tradicional que se está descuidando su consumo en las mesas de nuestras familias, como lo es la panela, ya que, son materias principales para elaborar de chocho confitado.

La fusión de estas dos materias primas a las que se hizo referencia, es necesario hacer cita a un fenómeno extraordinario; ya que, el chocho se produce en las estribaciones de la serranía y la caña de azúcar que es materia prima para la elaboración de la panela se produce en climas cálidos, la unión de estos dos productos es la unión de dos culturas diferentes, comulgando así dos culturas ancestrales que permanentemente tuvieron intercambio comercial y cultural en el tiempo.

7.2.5. Impacto Ambiental

Es el efecto que se produce con la ejecución de un proyecto permitiendo analizar alteraciones que se puedan ocasionar en la salud y bienestar humano, exactamente es lo que define el impacto ambiental.

Tabla 85. Nivel Impacto Ambiental

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo de desechos		X					
Clasificación de la basura		X					
Manejo del agua		X					
TOTAL		-6					

Elaborado por: La Investigadora

Año: 2015

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = -\frac{6}{3} = -2 \text{ Impacto Medio Negativo}$$

Análisis:

Siendo productos ancestrales totalmente naturales, su proceso ha sido amigable con la naturaleza, por esta razón el único desecho que produce es el empaque en el cual es distribuido.

El resultado que se obtiene de acuerdo a la matriz es un impacto medio negativo, lo que significa que el nivel de contaminación ambiental que se producirá es negativo; ya que en su proceso, el desecho es totalmente natural y sirve como abono para la tierra, además de esto, para su comercialización se utiliza utensilios reutilizables y de larga duración como son: sacos de yute y gavetas plásticas; sin embargo, la microempresa realiza un adecuado manejo de los mínimos residuos de desechos.

Debemos hacer referencia a la bondad del chocho; ya que, su desecho contiene cargas de insecticida natural que el momento de regresar a la tierra colaboran con la eliminación de microorganismos nocivos para la misma. Debemos citar que para su proceso de consumo, la utilización de agua es alta y la misma es eliminada de una manera natural en los estanques elaborados en vertientes de la zona que es otra bondad de nuestra biodiversidad, esta agua se unirá al circuito hídrico de la zona para luego unirse a la de los mares.

La basura que produciría sería el empaque plástico, para esto el municipio ha creado ordenanzas por medio de las cuales se clasifican los desechos en los mercados, razón por la cual, no estaría incluido en el proceso de producción del proyecto.

7.2.6. Impacto general

Tabla 86. Impacto General

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Económico							X
Impacto Social							X
Impacto Tecnológico						X	
Impacto Cultural						X	
Impacto Ambiental		X					
TOTAL		-2				4	6

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{8}{5} = 1.60 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

Análisis:

En la matriz podemos observar que el impacto que genera el proyecto es medio positivo, lo que quiere decir que la producción y comercialización de chocho confitado es aceptable. Primeramente es importante porque crea fuentes de trabajo, contribuyendo a mejorar la condición de vida de los individuos. Ayuda a mejorar las condiciones alimenticias, entregando de esta manera un producto nutritivo, sano y producido con materias primas del medio. Todo esto ayuda al crecimiento y desarrollo a nivel cantonal.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez que se ha diseñado el estudio de factibilidad para la creación de la microempresa productora y comercializadora de chocho confitado se expondrá a continuación los principales logros y hallazgos obtenidos, sintetizados en las siguientes conclusiones.

CONCLUSIONES

- En la ciudad de Otavalo existen diversos establecimientos que ofertan caramelos y confites, sin embargo, ninguno de ellos produce chocho confitado, se determinó además que existe disponibilidad de mano de obra, materia prima, insumos, maquinaria y equipos lo que hace que se presenten las condiciones necesarias para la implantación del proyecto.
- Las bases teóricas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que crea una guía de términos, que facilitaron la comprensión en cada proceso.
- El estudio de mercado permitió determinar que en la ciudad de Otavalo existe demanda insatisfecha para el producto que viabiliza la ejecución del proyecto, debido a que casi la totalidad de encuestados manifestaron que consumen caramelos y confites frecuentemente demostrando que está presente en la cultura el consumo de dulces, es importante mencionar además que se identificó una aceptación significativa del nuevo producto; así como también se fijó las estrategias de comercialización del producto.
- Se pudo definir la tecnología, mano de obra, localización del proyecto, entre otros y sus costos para calcular la inversión total que requiere el proyecto para poder empezar a operar. Se establece también la estructura orgánica-funcional por la que estará manejada la microempresa, para el presente proyecto el propietario aportara con el 58% de la inversión y la diferencia será financiada a través de una entidad financiera.
- Con la realización del estudio económico se determinó que el proyecto es factible económicamente de acuerdo a los evaluadores financieros que determinan la rentabilidad

de una inversión, obteniendo resultados del Valor Actual Neto (VAN) positivo que asciende a \$ 36.841,66, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es 43%, la relación costo-beneficio que es de \$1,67 y se estima que la inversión se la recuperará en 2 años 3 meses que está dentro del tiempo de vida útil del proyecto. Con esta información se puede concluir que el proyecto puede ser ejecutado.

- La microempresa tendrá una estructura orgánica y funcional diseñada de manera fácil que garantiza su comprensión y desempeño efectivo en las actividades administrativas, con la finalidad de que al momento de iniciar sus operaciones no existan errores en las tareas designadas.
- En cuanto al estudio de impactos se determinó que el proyecto tendrá en general un impacto medio positivo, por lo que la expectativa de implantar la nueva unidad productiva es viable y lo más importante es que contribuye al cambio de la matriz productiva.

RECOMENDACIONES

- Con los resultados obtenidos se recomienda la implementación y puesta en marcha del proyecto para aprovechar al máximo las condiciones y oportunidades económicas, sociales y de mercado existentes en la ciudad de Otavalo, respecto a la creación de una microempresa productora de chocho confitado.
- Un buen estudio de mercado está realizado por una población real y acorde a la investigación del proyecto para obtener una inversión adecuada que sirva como una oportunidad para el inversionista y establecer buenas estrategias para ser muy competitivos.
- Se recomienda también que el producto que se entrega al mercado en este proyecto, se lo incluya en las loncheras de los estudiantes como complemento a su alimentación diaria, puesto que con el estudio realizado se determina que es una golosina saludable, que aportara en el desarrollo y desempeño de los mismos.
- El estudio financiero debe mostrar valores acordes a la situación inicial de un proyecto y mantener un sentido histórico, puesto que de él dependerá la decisión de invertir o no en el proyecto.
- Se debe implementar esta actividad productiva como es la microempresa por su atractiva rentabilidad y su recuperación de la inversión. La misma genera una utilidad de acuerdo a los resultados financieros aplicados.
- La adecuada aplicación de una estructura organizacional permite trabajar con altos niveles de eficiencia y eficacia lo que influirá a futuro en un alto porcentaje de utilidades.
- Para el análisis de impactos es recomendable reforzar y ampliar los aspectos positivos que tendría el proyecto, al igual que se considera al máximo contrarrestar los impactos negativos que podrían producir efectos nocivos para el medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- Arboleda, G (2013). *Proyectos: Identificación, formulación, evaluación y gerencia*. Bogotá, Colombia: Alfaomega.
- Baca, G (2010). *Evaluación de Proyectos*. México, D.F: McGraw-Hill.
- Baca, G (2013). *Evaluación de Proyectos*. México, D.F: McGraw-Hill.
- Córdoba, M (2012). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Colombia. Eco-Ediciones.
- Caicedo, C., y Peralta, E (2012). *Zonificación potencial de sistemas de producción y procesamiento artesanal del chocho (*Lupinus Mutabilis Sweet*) en Ecuador*. Quito, Ecuador: Micelania.
- Chiliquinga, M (2010). *Costos*. Pasto: Graficolor
- Fernández, G., y Quintero, V. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Flores, J (2010). *Proyectos de inversión para las PYMES: Creación de empresas*. Bogotá, Colombia: ECOE-Ediciones.
- Guzmán, G (2011). *El Cultivo del maní, ajonjolí y soya*. Quito, Ecuador: Global.
- Hargadon, J., y Múnera, A (2010). *Principios de Contabilidad*. Bogotá, Colombia: Norma.
- Jacques, L., Cisneros, L., y Mejía, J (2011). *Administración de PYMES*. México: Pearson Educación
- Jacobsen, E., y Mujica, A (2012). *Botánica Económica de los Andes Centrales*. La Paz, Bolivia: Acribia.

- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (2013). *Impuesto a la Renta*. Ecuador
- López, F (2013). *Gestión de proyectos con enfoque PMI*. Bogotá, Colombia: Ecoe-Ediciones.
- Meza, J (2010). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá, Colombia: Ecoe
- Meza, J (2013). *Evaluación financiera de proyectos: 10 casos prácticos resueltos en Excel*: Ecoe Ediciones.
- Monteros, E (2011). *Gestión Microempresarial*. Ibarra, Ecuador: Universitaria.
- Monteros, E (2007). *Manual de Gestión Microempresarial*. Ibarra, Ecuador. Universitaria.
- Rivera, J., y López, M (2012). *Dirección de marketing: Fundamentos y Aplicaciones*. Madrid, España: ESIC.
- Rojas, D (2013). *La Biblia del marketing*. Lima, Perú: Lexus.
- Zapata, P (2011). *Contabilidad General*. Madrid, España: McGraw-Hill.

LINKOGRAFÍA

Álvarez, M (2015). *Las leguminosas y sus beneficios para la salud*. Recuperado de

<http://hablandodenutricion.com/2014/07/30/las-leguminosas-y-sus-beneficios-para-la-salud/>

Banco Central del Ecuador (2015). *Indicadores Económicos*. Recuperado de

<http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>

Código de Trabajo (2015). *Codificación del Código de Trabajo*. Recuperado de

http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ecuador_disposiciones_especificas_codigo_trabajo_27_05_1997_spa_orof.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo*. Recuperado de

<http://app.sni.gob.ec/sni->

[link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/OTAVALO/INFORMACION_GAD/03%20CANTON%20OTAVALO_PDOT/PDOT-Oavalo.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/OTAVALO/INFORMACION_GAD/03%20CANTON%20OTAVALO_PDOT/PDOT-Oavalo.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (2010). *Promedio de Personas por Hogar*.

Recuperado de

<https://www.google.com.ec/search?q=personas+por+hogar&oq=personas+por+hogar&aqs=chrome..69i57.4858j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Junta Nacional de Defensa del Artesano (2015). *Ley de Defensa del Artesano*. Recuperado de

http://www.artesanos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/ley_defensa_artesano.pdf

Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión*. Recuperado de

<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/codigo-organico-de-la-produccion-comercio-e-inversiones/>

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2011). *Agenda para la Transformación productiva Territorial*. Recuperado de

<http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-IMBABURA.pdf>

Ministerio de Salud Pública (2015). *Permiso de Funcionamiento de Locales*. Recuperado de

<http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>

Pro-Ecuador (2012). *Estudio de Mercado-Confites en Ecuador*. Recuperado de

http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_05_02_12161210.pdf

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). *Plan Nacional de Buen Vivir*. Recuperado de

<http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>

Servicio de Rentas Internas. (2013) *Ley Orgánica de Régimen tributario Interno*. Recuperado de

www.sri.gob.ec/...3e1e.../Ley+de+Regimen+Tributario+Interno.pdf

Servicio de Rentas Internas. (2015). *Persona Natural*. Recuperado de


<http://www.sri.gob.ec/web/guest/31>


Servicio de Rentas Internas. (2015). *Obligados a llevar contabilidad*. Recuperado de


<http://www.sri.gob.ec/de/31>

ANEXOS

Anexo 1

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FICHA DE OBSERVACIÓN</p>				
Empresa Evaluada: Super Despensas “AKÍ”				
Evaluador: Jessica Lema			Fecha: 10/01/2016	
Empresa	Producto	Presentación	Peso	Precio
Manitoba	Maní Confitado	Funda	50 gramos	0,56
	Maní con chocolate	Funda	50 gramos	0,81
La Quiteña	Tostado de Dulce	Funda	100 gramos	1,00

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FICHA DE OBSERVACIÓN</p>				
Empresa Evaluada: Supermercado “La Mía”				
Evaluador: Jessica Lema			Fecha: 10/01/2016	
Empresa	Producto	Presentación	Peso	Precio
Productos Nacionales Greyss	Maní Confitado	Funda	320 gramos	1,95
	Maní confitado con Ajonjolí	Funda	320 gramos	1,95
	Habas de dulce	Funda	200 gramos	1,75

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FICHA DE OBSERVACIÓN</p>				
Empresa Evaluada: Sra. Adela Rueda				
Evaluador: Jessica Lema			Fecha: 10/01/2016	
Empresa	Producto	Presentación	Peso	Precio
Productos Artesanales	Maní Confitado	Funda	100 gramos	1,00
	Tostado de dulce	Funda	150 gramos	1,35
	Habas de dulce	Funda	100 gramos	1,15

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FICHA DE OBSERVACIÓN</p>				
Empresa Evaluada: Supermercado “Santa María”				
Evaluador: Jessica Lema			Fecha: 10/01/2016	
Empresa	Producto	Presentación	Peso	Precio
El Selecto	Maní Confitado	Funda	200 gramos	1,97
Productos Greyss	Maní Confitado	Funda	250 gramos	2,35
	Tostado de dulce	Funda	150 gramos	1,25

Anexo 2



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS ADMINISTRADORES DE
SUPERMERCADOS Y TIENDAS**

Objetivo: Establecer alianzas estratégicas con los diferentes supermercados y tiendas más concurridas de la ciudad de Otavalo para la comercialización del producto.

1. ¿Cuenta su local con productos similares al chocho confitado?
2. ¿Qué estándares son necesarios para que el producto pueda ser comercializado en su local o empresa?
3. ¿Tiene el local días establecidos para la recepción de este tipo de productos?
4. ¿Estaría dispuesta la empresa a adquirir el producto para comercializarlo en su local?
5. ¿Qué porcentaje de la producción de chocho confitado de 150 gramos estaría su empresa dispuesta a aceptar?

Anexo 3



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE OTAVALO

Objetivo: Determinar la demanda y oferta de chocho confitado, así como también los gustos y preferencias de las familias de la ciudad de Otavalo en lo referente a dulces confitados a través de la aplicación de encuestas.

Instrucciones: Marque con una x lo que usted crea conveniente. En cada pregunta deberá elegir tan solo una respuesta.

CUESTIONARIO

Indicador: Productos sustitutos

1. De las siguientes opciones de dulces confitados, seleccione la que más le guste

Maní confitado	
Habas confitadas	
Tostado confitado	
Ninguno	

Indicador: Consumo de chocho

2. ¿Acostumbra a consumir chochos?

Si No

Indicador: Frecuencia de compra

3. ¿Con que frecuencia los consume?

1 a 2 veces por semana	
3 a 4 veces por semana	
5 a 7 veces por semana	

Indicador: Características preferentes

4. ¿Que hace que usted consuma chochos?

Necesidad de alimentarse
 Su calidad
 Su bajo precio
 Valor nutricional

Indicador: Nivel de aceptación

5. ¿Le gustaría consumir chochos confitados?

Si No

Indicador: Volumen de producción

6. ¿Cuántas unidades de este producto de 150 gramos estaría dispuesto a comprar mensualmente?

1-4 4-7 7-10

Indicador: Presentación del producto

7. ¿En qué tipo de envase le gustaría encontrar nuestro producto?

Plástico Vidrio Metal

Indicador: Precio de chocho confitado

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 150 gramos de chocho confitado?

De \$0,50 - \$1,00 De \$1,00 - \$2,00 De \$2,00 - \$3,00

Más de \$3,00

Indicador: Canales de distribución

9. ¿Dónde usted adquiere frecuentemente dulces confitados?

Supermercados Tiendas Puestos informales

Indicador: Marca de dulce confitado preferente

10. Al momento de la adquisición de un producto sustituto al chocho confitado, ¿qué marca prefiere?

Productos artesanales
 Manitoba
 El Selecto
 Productos Greys

Indicador: Frecuencia de comercialización

11. ¿En qué ocasiones adquiriría usted el producto?

Visitas familiares
Consumo de su hogar
Días festivos
Regalar a sus amigos

Indicador: Medios de difusión

12. A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de este producto

Radio Redes Sociales TV Trípticos

Datos Técnicos:

Género: Femenino () Masculino ()

Ocupación:.....

Número de miembros en su familia: 1-4 () 5-8 () 9-12 ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

La Empresa (o institución, según el caso) “.....”, legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de, en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2° del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y agencias (de existir) a nivel nacional y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

CAPÍTULO I

OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO

- Art.- 1. **OBJETO GENERAL.-**, tiene como objetivo principal la de conformidad con lo dispuesto en el artículo del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.
- Art.- 2. **OBJETO DEL REGLAMENTO.-** El presente Reglamento, complementario a las disposiciones del Código del Trabajo, tiene por objeto clarificar y regular en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre (COMPAÑÍA INSTITUCIÓN), y SUS EMPLEADOS O TRABAJADORES. Estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.

CAPÍTULO II

VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

- Art.- 3. **VIGENCIA.-** Este reglamento Interno comenzará a regir desde, fecha en que es aprobado por la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público.
- Art.- 4. **CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN.-** La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la intranet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.
- Art.- 5. **ORDENES LEGÍTIMAS.-** Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y

respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.

- Art.- 6. **ÁMBITO DE APLICACIÓN.**- El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la Empresa

CAPÍTULO III DEL REPRESENTANTE LEGAL

- Art.- 7. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la empresa, por consiguiente le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad para nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.
- Art.- 8. Se considerarán oficiales las comunicaciones, circulares, memorandos, oficios, etc., debidamente suscritos por el Representante legal, quien lo subrogue, o las personas debidamente autorizadas para el efecto.

Sin perjuicio de lo anterior, las amonestaciones y llamados de atención, serán suscritas por el Gerente de Recursos Humanos o quien haga sus veces; y, los memorandos referentes a políticas o procedimientos de trabajo que implemente la Empresa, serán firmadas por el Representante legal.

CAPÍTULO IV DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

- Art.- 9. Se considera empleados o trabajadores de a las personas que por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.
- Art.- 10. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado.

Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

- Art.- 11. El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones inherentes al puesto, en forma previa a la suscripción del contrato correspondiente, deberá llenar un formulario de “datos personales del trabajador”; entre los cuáles se hará constar la dirección de su domicilio permanente, los número telefónicos (celular y fijo) que faciliten su ubicación y números de contacto referenciales para prevenir inconvenientes por cambios de domicilio.

Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- a) Hoja de vida actualizada.
- b) Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- c) Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; certificado de votación; y, licencia de manejo cuando corresponda.
- d) Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.
- e) Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.
- f) Dos fotografías actualizadas tamaño carné.
- g) Formulario de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta (No. 107), conferido por el último empleador.
- h) Certificados de trabajo y honorabilidad.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

- Art.- 12. Los aspirantes o candidatos deberán informar al momento de su contratación si son parientes de trabajadores de la Empresa, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

- Art.- 13. Si para el desempeño de sus funciones, el trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía o clientes, deberá firmar el acta de recepción y descargo que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; debiendo devolverlos a la empresa, al momento en que se lo solicite o de manera inmediata por conclusión de la relación laboral; la empresa verificará que los bienes presenten las mismas condiciones que tenían al momento de ser entregados al trabajador, considerando el desgaste natural y normal por el tiempo. La destrucción o pérdida por culpa del trabajador y debidamente comprobados, serán de su responsabilidad directa.

CAPÍTULO V DE LOS CONTRATOS

- Art.- 14. **CONTRATO ESCRITO.-** Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta contados a partir de la fecha de suscripción.
- Art.- 15. **PERIODO DE PRUEBA.-** Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código del Trabajo.
- Art.- 16. **TIPOS DE CONTRATO.-** De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

CAPÍTULO VI JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA

- Art.- 17. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados.

Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa.

- Art.- 18. De conformidad con la ley, éstos horarios especiales, serán sometidos a la aprobación y autorización de la Dirección Regional del Trabajo de

Art.- 19. Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa. La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerará como falta leve.

Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato y dar a conocer al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

Art.- 20. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

Art.- 21. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

El Departamento de Recursos Humanos procederá a elaborar el respectivo formulario de ausencias, faltas y permisos, con el fin de proceder a justificar o sancionar de conformidad con la ley y este reglamento

Art.- 22. Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa.

Art.- 23. Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo permiso del Jefe Inmediato y conocimiento del Departamento de Recursos Humanos.

Art.- 24. A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso.

Art.- 25. Las alteraciones del registro de asistencia, constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley.

Art.- 26. No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo 58 del Código del Trabajo, así

como también los trabajos realizados fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.

Art.- 27. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:

- a) Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa.
- b) Recuperar por las interrupciones del trabajo, de acuerdo al artículo 60 del Código de Trabajo.

Art.- 28. La Empresa llevará el registro de asistencia de los trabajadores por medio de un sistema de lectura biométrica más un código, o la que creyere conveniente para mejorar el registro de asistencia de los trabajadores.

En este sistema el trabajador marca el inicio y la finalización de la jornada de trabajo y durante la salida e ingreso del tiempo asignado para el almuerzo.

Si por cualquier razón no funcionare este sistema, los trabajadores notificarán este particular a su Jefe Inmediato, al departamento de Recursos Humanos y/o a su Representante, el mismo que dispondrá la forma provisional de llevar el control de asistencia mientras dure el daño.

En el caso de Asesores Comerciales que se encuentren fuera de la ciudad, sin Supervisor de Ventas en la zona, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes.

Art.- 29. El trabajador que tenga la debida justificación por escrito de su Jefe Inmediato y de Recursos Humanos o su Representante, para ausentarse en el transcurso de su jornada de trabajo, deberá marcar tanto al salir como al ingresar a sus funciones.

Art.- 30. La omisión de registro de la hora de entrada o salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada, a menos que tal omisión fuere justificada por escrito con la debida oportunidad al departamento de Recursos Humanos; su Representante, o en su defecto a su Jefe Inmediato. El mismo tratamiento se dará a la omisión de las llamadas telefónicas que deben realizar los Asesores Comerciales, Cobradores y cualquier otro personal que por alguna circunstancia se encuentren fuera de la Oficina Principal.

Art.- 31. El Departamento de Recursos Humanos o su Representante, llevará el control de asistencia, del informe mecanizado que se obtenga del sistema de intranet, de cada uno de los trabajadores y mensualmente elaborará un informe de atrasos e

inasistencia a fin de determinar las sanciones correspondientes de acuerdo a lo que dispone el presente Reglamento y el Código del Trabajo.

El horario establecido para el almuerzo será definido con su jefe inmediato, el cual durará una hora, y podrá ser cambiado solo para cumplir con actividades inherentes a la empresa, y este deberá ser notificado por escrito al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante, previa autorización de Jefe Inmediato.

Art.- 32. Si la necesidad de la empresa lo amerita, los Jefes Inmediatos podrán cambiar el horario de salida al almuerzo de sus subordinados, considerando, siempre el lapso de 1 hora, de tal manera que el trabajo y/o departamento no sea abandonado.

CAPÍTULO VII

DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS Y JUSTIFICACIONES

DE LAS VACACIONES

Art.- 33. De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Art.- 34. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los Jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos.

Art.- 35. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.
- b) El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

DE LAS LICENCIAS

Art.- 36. Sin perjuicio de las establecidas en el Código del Trabajo, serán válidas las licencias determinados en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos.

Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- a. Por motivos de maternidad y paternidad

- b. Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
- c. Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.
- d. Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, como por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores.
- e. Cualquier otra licencia prevista en el Código del Trabajo.

Art.- 37. La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

DE LOS PERMISOS

Art.- 38. Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no hacerlo, descontará el tiempo no laborado, previa autorización del Gerente, Recursos Humanos o de la persona autorizada para el efecto:

CAPÍTULO IX DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO

Art.- 39. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

Art.- 40. La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

Art.- 41. La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

- a) Aportes personales del IESS;
- b) Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;
- c) Ordenados por autoridades judiciales.

- d) Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
- e) Multas establecidas en este Reglamento
- f) Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como tarjetas de comisariato, seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

Art.- 42. Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde se le descontará todos los valores que esté adeudando a la Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior.

Art.- 43. Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

CAPÍTULO X

ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA

Art.- 44. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa se acogerá al derecho previsto en el numeral 5 del artículo 172 del Código del Trabajo.

Art.- 45. Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

CAPÍTULO XI

DE LAS BECAS, CURSOS, SEMINARIOS, EVENTOS DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO EN GENERAL

Art.- 46. El departamento de Recursos Humanos de acuerdo con sus requerimientos, brindará capacitación y entrenamiento a los trabajadores, conforme al Plan Anual de Capacitación que será elaborado por el Departamento de Recursos Humanos y/o su Representante.

CAPÍTULO XII

TRASLADOS Y GASTOS DE VIAJE

- Art.- 47. Todo gasto de viaje dentro y fuera del país que se incurra por traslado, movilización será previamente acordado con el trabajador y aprobado por el Jefe Inmediato y por Recursos Humanos y/o su Representante. Para el reembolso deberá presentar las facturas o notas de ventas debidamente legalizadas de acuerdo con las normas tributarias que sustenten el gasto.
- Art.- 48. No se cancelará gastos que no sean consecuencia del desempeño de las labores encomendadas al trabajador, o contradigan las políticas de viáticos y viajes establecidas por la empresa.
- Art.- 49. La Compañía y el trabajador podrá acordar el traslado temporal a su personal a cualquier sitio del territorio nacional, según lo estime conveniente y según las funciones que el puesto lo requieran con el fin de cumplir los objetivos de la empresa.

CAPITULO XIII

LUGAR LIBRE DE ACOSO

- Art.- 50. Lugar De Trabajo Libre De Acoso.- La empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

- a) Crear un lugar de trabajo ofensivo;
- b) Interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
- c) Afectar el desempeño laboral; y,
- d) Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajador.

- Art.- 51. La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, en el caso de llevarse a cabo se constituirá causal de Visto Bueno. Se entenderá acoso sexual lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado.
- Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Interferir en el desempeño de labores de un individuo.

- Acoso verbal donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

Art.- 52. Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Gerencia de Recursos Humanos para que se inicie las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria.

Art.- 53. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art.- 54. Durante la Jornada de Trabajo diaria o cumpliendo funciones asignadas por la empresa, dentro o fuera del país, se establece como particular obligación de los trabajadores, observar disciplina. En consecuencia queda expresamente prohibido, en general, todo cuanto altere el orden y la disciplina interna.

CAPÍTULO XIV

OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR

DE LAS OBLIGACIONES

Art.- 55. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones de, las del Contrato de Trabajo, Código de Conducta y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:

1. Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Empresa; que no contravengan al presente reglamento y código de conducta.
2. Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, según consta en el Manual de Funciones, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia;
3. Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas que se hubieren impartido; y, cumplir estrictamente con las disposiciones impartidas por la Empresa y/o autoridades competentes, sin que en ningún caso pueda alegarse su incumplimiento por desconocimiento o ignorancia de la labor específica confiada.
4. Observar en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.

5. Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria, teléfono dentro de los cinco primeros días siguientes de tal cambio.
6. Presentarse al trabajo vestido o uniformado, aseado y en aptitud mental y física para el cabal cumplimiento de sus labores. Los trabajadores de oficina y los que deban atender al público, se sujetarán a las disposiciones de uso respectivas.
7. Velar por los intereses de, y por la conservación de los valores, documentos, útiles, equipos, maquinaria, muebles, suministros, uniformes y bienes en general confiados a su custodia, administración o utilización. Y usarlos exclusivamente para asuntos de la compañía, o en caso de extrema emergencia para asuntos particulares.
8. En el caso de desaparición de cualquier herramienta, instrumento o equipo entregado al trabajador por parte de la Empresa, sea este de propiedad de o sus clientes, ésta procederá a su reposición a costo del trabajador. Cuando tal hecho se deba a su culpa, negligencia, o mala fe previamente comprobada.
9. En caso de enfermedad, es obligación del trabajador informar lo ocurrido al inmediato superior o representante legal de la compañía, se justificará las faltas, previa comprobación de la enfermedad, mediante el correspondiente certificado médico extendido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o por un Centro Médico autorizado por la empresa.
10. Guardar absoluta reserva respecto a la información confidencial, secretos técnicos, comerciales, administrativos, e información del cliente sobre asuntos relacionados con su trabajo, y con el giro del negocio de la Empresa. . Esta información confidencial o no pública, no debe ser revelada a nadie fuera de la Empresa, incluidos familiares y amigos, en el cual pueda existir conflicto de intereses.
11. Abstenerse de realizar competencia profesional con la Empresa o colaborar para que otros lo hagan, mientras dure la relación laboral.
12. Registrar su ingreso a la empresa en el sistema de control de asistencia, cuando el trabajador este listo para empezar con sus labores, de igual forma al salir de su jornada de trabajo.
13. Cumplir con puntualidad con las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos por la compañía.
14. Una vez terminada la jornada laboral todo el personal deberá mantener bajo llave toda documentación correspondiente a datos confidenciales o reservados de la Empresa.
15. Desplazarse dentro o fuera de la ciudad y del país, de acuerdo con las necesidades de, para tal efecto la Empresa reconocerá los gastos de transporte, hospedaje y alimentación en que se incurra, según el Art. 42 numeral 22 del Código del Trabajo.
16. Asistir a cursos, seminarios, y otros eventos que se consideren necesarios, como parte de su entrenamiento y capacitación.

17. Todos los trabajadores deberán prestar esmerada atención a los clientes de la Empresa, con diligencia y cortesía, contestando en forma comedida las preguntas que le formulen.
18. Mantener los lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, así como los documentos, correspondientes. y todo el material usado para desempeñar su trabajo.
19. Devolver los bienes, materiales y herramientas que recibieren ya sean de propiedad del empleador o sus clientes, cuidar que estos no se pierdan, extravíen o sufran daños.
20. Sujetarse a las medidas de prevención de riesgo de trabajo que dicte la Empresa, así como cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad como el uso de aparatos y medios de protección proporcionados por las mismas.
21. Utilizar y cuidar los instrumentos de prevención de riesgos de trabajo, entregados por la Empresa, como: cinturones de protección para carga, etc.
22. Comunicar a sus superiores de los peligros y daños materiales que amenacen a los bienes e intereses de la Empresa o a la vida de los trabajadores, así mismo deberá comunicar cualquier daño que hicieren sus compañeros, colaborar en los programas de emergencia y otros que requiera la Empresa, independientemente de las funciones que cumpla cada trabajador.
23. Informar inmediatamente a sus superiores, los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daño a la Empresa.
24. En caso de accidente de trabajo, es obligación dar a conocer de manera inmediata al Jefe Inmediato, Recursos Humanos, Jefe de Seguridad y Salud en el Trabajo; o a quien ejerza la representación legal de la Empresa, a fin de concurrir ante la autoridad correspondiente, conforme lo establece el Código del Trabajo.
25. Facilitar y permitir las inspecciones y controles que efectúe la Compañía por medio de sus representantes, o auditores.
26. Cuidar debidamente los vehículos asignados para el cumplimiento de sus labores.
27. Cumplir con la realización y entrega de reportes, informes que solicite la empresa en las fechas establecidas por la misma.
28. Firmar los roles de pago en todos sus rubros al percibir la remuneración o beneficio que sea pagado por parte de la Empresa.

DE LOS DERECHOS

Art.- 56. Serán derechos de los trabajadores de

- a) Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Empresa.
- b) Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento.

- c) Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Empresa.
- d) Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.
- e) Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.
- f) Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra.
- g) Las demás que estén establecidos o se establezcan en el Código del Trabajo, Leyes, Código de Conducta, Reglamentos especiales o instrumentos, disposiciones y normas de

DE LAS PROHIBICIONES

Art.- 57. A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del Código del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y Código de Conducta, y las determinadas por otras Leyes, está prohibido al Trabajador:

- a) Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales o jurídicas que se consideren como competencia o que sean afines al giro de Empresa. El trabajador deberá informar al empleador cuando pueda presentarse este conflicto.
- b) Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.
- c) Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.
- d) Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.
- e) Encargar a otro trabajador o a terceros personas la realización de sus labores sin previa autorización de su Jefe Inmediato.
- f) Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.
- g) Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, pérdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.

- h)** Realizar durante la jornada de trabajo rifas o ventas; de igual manera atender a vendedores o realizar ventas de artículos personales o de consumo, se prohíbe realizar actividades ajenas a las funciones de la Empresa o que alteren su normal desarrollo; por lo que le está prohibido al trabajador, distraer el tiempo destinado al trabajo, en labores o gestiones personales, así como realizar durante la jornada de trabajo negocios y/o actividades ajenas a la Empresa o emplear parte de la misma, en atender asuntos personales o de personas que no tengan relación con la Empresa, sin previa autorización de Recursos Humanos.
- i)** Violar el contenido de la correspondencia interna o externa o cualquier otro documento perteneciente a la Empresa, cuando no estuviere debidamente autorizado para ello;
- j)** Destinar tiempo para la utilización inadecuada del internet como bajar archivos, programas, conversaciones chat y en fin uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo.
- k)** Instalar software, con o sin licencia, en las computadoras de la Empresa que no estén debidamente aprobados por la Gerencias o por el Responsable de Sistemas.
- l)** Divulgar información sobre técnicas, método, procedimientos relacionados con la empresa, redacción, diseño de textos, ventas, datos y resultados contables y financieros de la Empresa; emitir comentarios con los trabajadores y terceras personas en relación a la situación de la Empresa.
- m)** Divulgar información sobre la disponibilidad económica y movimientos que realice la Empresa, ningún trabajador de la misma, podrá dar información, excepto el personal de contabilidad que dará información únicamente a sus superiores.
- n)** Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.
- o)** Todo personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la Empresa previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente, sin perjuicio de otras acciones legales a que hubieren lugar.
- p)** Utilizar en actividades particulares los servicios, dinero, bienes, materiales, equipos o vehículos de propiedad de la Empresa o sus clientes, sin estar debidamente autorizados por el jefe respectivo.
- q)** Sacar bienes, vehículos, objetos y materiales propios de la empresa o sus clientes sin la debida autorización por escrito del jefe inmediato.
- r)** Queda terminantemente prohibida la violación de los derechos de autor y de propiedad intelectual de la compañía y de cualquiera de sus clientes o proveedores.
- s)** Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc., al interior de la Empresa.

- t) Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la Empresa y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la Empresa.
- u) Propiciar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la empresa o en el desempeño de su trabajo.
- v) Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.
- w) Ingerir o expender durante la jornada de trabajo, en las oficinas o en los lugares adyacentes de la empresa bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, u otros que alteren el sistema nervioso, así como presentarse a su trabajo bajo los efectos evidentes de dichos productos.
- x) Ingerir alimentos o bebidas en lugares que puedan poner en peligro la calidad del trabajo o las personas.
- y) Fumar en el interior de la empresa.
- z) No cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad impartidas por la empresa y negarse a utilizar los aparatos y medios de protección de seguridad proporcionados por la misma, y demás disposiciones del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional;
- aa) Portar cualquier tipo de arma durante su permanencia en la empresa que pueda poner en peligro la vida y seguridad de las personas y equipos con excepción de las personas que tengan autorización de la empresa.
- bb) Ingresar televisores y cualesquier otro artefacto que pueda distraer y ocasionar graves daños a la salud y a la calidad del trabajo de la empresa sin la autorización por escrita de sus superiores.
- cc) Ingresar a las dependencias de la compañía material pornográfico o lesivo, reservándose la compañía el derecho a retirar dicho material y sancionar al infractor.
- dd) Alterar o suprimir las instrucciones, avisos, circulares o boletines colocados por la Empresa en los tableros de información, carteleros o en cualquier otro lugar;
- ee) Permitir que personas ajenas a la Empresa permanezcan en las instalaciones de la misma, sin justificación ó causa para ello.
- ff) Está prohibido a las personas que laboran con claves en el sistema informático entregarlas a sus compañeros o terceros para que utilicen; por tanto la clave asignada es personalísima y su uso es de responsabilidad del trabajador.
- gg) Los beneficios concedidos al trabajador, que no constituyen obligación legal, son exclusivos para este y su cónyuge, y se extenderá a terceros por autorización escrita del empleador. .
- hh) Vender sin autorización bienes, vehículos, accesorios, regalos y repuestos de la empresa.
- ii) Practicar juegos de cualquier índole durante las horas de trabajo
- jj) Distraer su tiempo de trabajo en cosas distintas a sus labores, tales como: leer periódicos, revistas, cartas, ajenas a su ocupación así como dormir, formar grupos y hacer colectas sin autorización de las autoridades de la compañía.

- kk)** Propagar rumores que afecten al prestigio o intereses de la compañía sus funcionarios o trabajadores; así como no podrán reunirse sin autorización de los ejecutivos.
- ll)** Tener negocio propio o dentro de la sociedad conyugal relacionado al giro de negocio de la Compañía, con el fin de favorecer a su negocio antes que a la Compañía.
- mm)** Comprar acciones o participaciones o montar un negocio directa o indirectamente, por sí mismo o a través de interpuesta persona, para ser proveedor de la Compañía sin conocimiento expreso por parte de la Empresa.
- nn)** Laborar horas suplementarias o extraordinarias sin previa orden expresa de sus superiores o de Recursos Humanos o del funcionario debidamente autorizado.
- oo)** Utilizar en beneficio propio los bienes dejados por los clientes incluyendo vehículos, accesorios o pertenencias.

CAPÍTULO XVI

DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA

- Art.- 58. Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería, repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.
- Art.- 59. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arqueos de caja provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán conjuntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

CAPÍTULO XVII

DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO

- Art.- 60. A los trabajadores que contravengan las disposiciones legales o reglamentarias de la Empresa se les aplicará las sanciones dispuestas en el Código del Trabajo, Código de Conducta, las del presente reglamento y demás normas aplicables.
- Art.- 61. En los casos de inasistencia o atraso injustificado del trabajador, sin perjuicio de las sanciones administrativas que se le impongan, al trabajador se le descontará la parte proporcional de su remuneración, conforme lo dispuesto en el Código del Trabajo. En el caso que el trabajador se encuentre fuera de la ciudad, y no presente la justificación debida de las labores encomendadas, se procederá a descontar los valores cancelados por viáticos, transporte, etc.

Art.- 62. Atendiendo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, a la reincidencia y de los perjuicios causados a la Empresa, se aplicará una de las siguientes sanciones:

- a) Amonestaciones Verbales;
- b) Amonestaciones Escritas;
- c) Multas, hasta el 10% de la remuneración del trabajador;
- d) Terminación de la relación laboral, previo visto bueno sustanciado de conformidad con la Ley.

DE LAS SANCIONES PECUNIARIAS - MULTAS

Art.- 63. La amonestación escrita será comunicada al trabajador en persona, quien deberá suscribir la recepción del documento respectivo. En caso de negativa del trabajador a suscribir o recibir el documento de la amonestación, se dejará constancia de la presentación, y la firmará en nombre del trabajador su Jefe Inmediato, con la razón de que se negó a recibirla.

Las amonestaciones escritas irán al expediente personal del trabajador.

Las amonestaciones por escrito que se realicen a un mismo trabajador por tres veces consecutivas durante un periodo de noventa días, serán consideradas como falta grave.

Art.- 64. La sanción pecuniaria es una sanción que será impuesta por el Gerente de Recursos Humanos, de oficio o a pedido de un jefe o de cualquier funcionario de la empresa; se aplicará en caso de que el trabajador hubiere cometido faltas leves, o si comete una falta grave a juicio del Gerente General y Gerente de Recursos Humanos no merezca el trámite de Visto Bueno, constituirá en el descuento de una multa de hasta el 10% de la remuneración del Trabajador. La sanción pecuniaria no podrá superar el 10% de la remuneración dentro del mismo mes calendario, y en el caso de reincidencia se deberá proceder a sancionar al trabajador siguiéndole el correspondiente trámite de Visto Bueno.

Art.- 65. La multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes caso:

1. Provocar desprestigio o enemistad entre los componentes de LA EMPRESA, sean directivos, funcionarios o trabajadores;
2. No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico;
3. Negarse a laborar durante jornadas extraordinarias, en caso de emergencia;

4. Realizar en las instalaciones de LA EMPRESA propaganda con fines comerciales o políticos;
5. Ejercer actividades ajenas a LA EMPRESA durante la jornada laboral;
6. Realizar reclamos infundados o mal intencionados;
7. No guardar la consideración y cortesía debidas en sus relaciones con el público que acuda a la Empresa;
8. No observar las disposiciones constantes en cualquier documento que LA EMPRESA prepare en el futuro, cuyo contenido será difundido entre todo el personal.
9. No registrar personalmente su asistencia diaria de acuerdo con el sistema de control preestablecido por el Departamento de Recursos Humanos;

DE LAS FALTAS EN GENERAL

Art.- 66. Las faltas son leves y graves, sin perjuicio de las multas a las que se refiere el artículo anterior.

DE LAS FALTAS LEVES

Art.- 67. Se consideraran faltas leves el incumplimiento de lo señalado en los artículos

Son además faltas leves:

- a) La reincidencia por más de tres veces en los casos que hayan merecido amonestación verbal dentro del mismo periodo mensual. La reincidencia que se refiere el presente literal será causal para una amonestación escrita.
- b) Excederse sin justificación en el tiempo de permiso concedido.
- c) La negativa del trabajador a utilizar los medios, recursos, materiales y equipos que le suministre la Empresa.
- d) Los trabajadores que durante el último periodo mensual de labor, hayan recibido tres amonestaciones escritas.
- e) Los trabajadores que no cumplieren con responsabilidad y esmero las tareas a ellos encomendados.
- f) La negativa de someterse a las inspecciones y controles, así como a los exámenes médicos y chequeos.
- g) Poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros. Si la situación de peligro se genere por hechos que son considerados faltas graves, se sancionarán con la separación del trabajador, previo visto bueno.
- h) Disminuir injustificadamente el ritmo de ejecución de su trabajo.
- i) El incumplimiento de cualquier otra obligación o la realización de cualquier otro acto que conforme otras disposiciones de este reglamento sea sancionada con multa y no constituya causal para sanción grave.
- j) Ingresar datos erróneos en la facturación de productos y servicios.

- k) Recibir cheques de pago que no han sido llenados correctamente y que deban ser devueltos al suscriptor, multa de hasta el 10 % de la remuneración.

DE LAS FALTAS GRAVES

Art.- 68. Son Faltas graves aquellas que dan derecho a sancionar al trabajador con la terminación del contrato de trabajo. Las sanciones graves se las aplicará al trabajador que incurra en las siguientes conductas, a más de establecidas en otros artículos del presente Reglamento como son los artículos serán sancionados con multa o Visto Bueno dependiendo de la gravedad de la falta las siguientes:

- a) Estar incurso en una o más de las prohibiciones señaladas en el presente Reglamento, excepto en los casos en que el cometer dichas prohibiciones sea considerada previamente como falta leve por la Empresa, de conformidad con lo prescrito en este instrumento.
- b) Haber proporcionado datos falsos en la documentación presentada para ser contratado por la Empresa.
- c) Presentar certificados falsos, médicos o de cualquier naturaleza para justificar su falta o atraso.
- d) Modificar o cambiar los aparatos o dispositivos de protección o retirar los mecanismos preventivos y de seguridad adaptados a las máquinas, sin autorización de sus superiores.
- e) Alterar de cualquier forma los controles de la Empresa sean estos de entrada o salida del personal, reportes o indicadores de ventas, cuentas por cobrar, indicadores de procesos de la empresa, etc.
- f) Sustraerse o intentar sustraerse de los talleres, bodegas, locales y oficinas dinero, materiales, materia prima, herramientas, material en proceso, producto terminado, información en medios escritos y/o magnéticos, documentos o cualquier otro bien.
- g) Encubrir la falta de un trabajador.
- h) No informar al superior sobre daños producto de la ejecución de algún trabajo, y ocultar estos trabajos.
- i) Inutilizar o dañar materias primas, útiles, herramientas, máquinas, aparatos, instalaciones, edificios, enseres y documentos de la Empresa o clientes, así como vehículos pertenecientes a clientes.
- j) Revelar a personas extrañas a la Empresa datos reservados, sobre la tecnología, información interna de la Empresa, e información del cliente.
- k) Dedicarse a actividades que impliquen competencia a la Empresa; al igual que ser socio, accionista o propietario de negocios iguales o relacionados al giro del negocio de empresa, ya sea por sí mismo o interpuesta persona, sin conocimiento y aceptación escrita por parte del Representante Legal.

- l) Los malos tratos de palabra u obra o faltas graves de respeto y consideración a jefes, compañeros, o subordinados, así como también el originar o promover peleas o riñas entre sus compañeros de trabajo;
- m) Causar accidentes graves por negligencia o imprudencia;
- n) Por indisciplina o desobediencia graves al presente Reglamento, instructivos, normas, políticas, código de conducta y demás disposiciones vigentes y/o que la Compañía dicte en el futuro.
- o) Acosar u hostigar psicológica o sexualmente a trabajadores, compañeros o jefes superiores.
- p) Por ineptitud en el desempeño de las funciones para las cuales haya sido contratado, el mismo que se determinará en la evaluación de desempeño.
- q) Manejar inapropiadamente las Políticas de Ventas, promociones, descuentos, reservas, dinero y productos de la Empresa para sus Clientes; incumplimiento de las metas de ventas establecidas por la Gerencia; así como la información comercial que provenga del mercado.
- r) Los trabajadores que hayan recibido dos o más infracciones, de las infracciones señaladas como leves, dentro del periodo mensual de labor, y que hayan sido merecedores de amonestaciones escritas por tales actos. Sin embargo, si el trabajador tuviese tres amonestaciones escritas dentro de un periodo trimestral de labores, será igualmente sancionado de conformidad con el presente artículo.
- s) Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude, hurto, estafa, conflictos de intereses, discriminación, corrupción, acoso o cualquier otro hecho prohibido por la ley, sea respecto de la empresa de los ejecutivos y de cualquier trabajador.
- t) Portar armas durante horas de trabajo cuando su labor no lo requiera.
- u) Paralizar las labores o Incitar la paralización de actividades.
- v) Se considerara falta grave toda sentencia ejecutoriada, dictada por autoridad competente, que condene al trabajador con pena privativa de libertad. Si es un tema de transito es potestad de la empresa, si el trabajador falta más de tres días se puede solicitar visto bueno.

CAPÍTULO XVIII

DE LA CESACIÓN DE FUNCIONES O TERMINACIÓN DE CONTRATOS

Art.- 69. Los trabajadores de, cesarán definitivamente en sus funciones o terminarán los contratos celebrados con la Empresa, por las siguientes causas, estipuladas en el artículo 169 del Código del Trabajo:

- a) Por las causas legalmente previstas en el contrato
- b) Por acuerdo de las partes.
- c) Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicios objeto del contrato.

- d) Por muerte o incapacidad del colaboradores o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la Empresa o negocio.
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.
- f) Por visto bueno presentado por el trabajadores o empleador.
- g) Por las demás establecidas en las disposiciones del Reglamento Interno y Código del Trabajo.

Art.- 70. El trabajador que termine su relación contractual con, por cualquiera de las causa determinadas en este Reglamento o las estipuladas en el Código del Trabajo, suscribirá la correspondiente acta de finiquito, la que contendrá la liquidación pormenorizada de los derechos laborales, en los términos establecidos en el Código del Trabajo.

CAPITULO XIX

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

Art.- 71. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- b) Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.
- c) Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
- d) Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
- e) Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.
- f) Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código del Trabajo y del presente Reglamento.
- g) Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

Art.- 72. Son prohibiciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- b) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
- c) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;

- d) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- e) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren;

CAPITULO XX SEGURIDAD E HIGIENE

Art.- 78. Se considerara falta grave la transgresión a las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el ordenamiento laboral, de seguridad social y Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de la empresa, quedando facultada la compañía para hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

DISPOSICIONES GENERALES

Art.- 79. Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, Código de conducta, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

Art.- 80. La Empresa aprobará en la Dirección Regional del Trabajo, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

Art.- 81. En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente reglamento y malversaciones que afecten económicamente o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

Art.- 82. En todo lo no previsto en este Reglamento, se estará a lo dispuesto en el Código del Trabajo y más normas aplicables, que quedan incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

Art.- 83. El presente Reglamento Interno de Trabajo entrará a regir a partir de su aprobación por el Director Regional de Trabajo y Servicio Público de

Atentamente,

Anexo 5

Código de Ética Introducción

El presente Código asume las siguientes asunciones básicas:

- La Ética de propietarios, administradores y directivos es imprescindible para que la empresa del siglo XXI pueda cumplir adecuadamente sus fines, en la medida en que constituye el requisito necesario para garantizar y equilibrar los derechos e intereses de todos los grupos de interés por ella afectados: empleados, clientes, proveedores y sociedad en general.
- La Ética presupone el cumplimiento riguroso, en y por la empresa, de la legislación que en cada caso sea aplicable, así como de los Estatutos Sociales y Reglamentos de funcionamiento interno de la sociedad, en caso de existir.
- La Ética en la empresa requiere que los accionistas y propietarios se constituyan en garantes del cumplimiento de las obligaciones de administradores y directivos.
- Aun cuando el presente Código nace con la pretensión de ser aplicable de manera general a todas las empresas, debe ser entendido también como un marco general y básico susceptible de ser adaptado a las peculiaridades de cada una, de manera que contemple la aplicación de principios de ética y desarrollo sostenible en línea con la actividad específica de la empresa.
- Idealmente, corresponde a la Gerencia General la formulación del Código Ético de la empresa su aprobación. Sí, no obstante, el propio Consejo procediera además a su aprobación, debería ser sometido a la ratificación de la misma.

Propietarios

En el ejercicio de sus derechos de propiedad, deben:

- Configurar la empresa como un instrumento al servicio de la creación de riqueza, haciendo compatible su ineludible finalidad de obtención de beneficios con un desarrollo social sostenible y respetuoso con el medio ambiente, procurando que toda su actividad se desarrolle de manera ética y responsable.
 - Configurar la empresa como una institución a medio y largo plazo sin que el afán de enriquecimiento a corto plazo comprometa su continuidad.
 - Ejercitar, de modo informado y responsable, sus derechos de voto en las Juntas Generales de Socios y, al hacerlo, exigir siempre la actuación ética de la empresa, incluyendo la aprobación del correspondiente Código Ético y procurando su efectiva aplicación. - Buscar un justo equilibrio entre el capital y el trabajo de modo que los trabajadores reciban a través de sus salarios la justa contraprestación por su trabajo.
 - Nombrar como administradores y directivos a personas que reúnan las condiciones de preparación y experiencia adecuadas y que realicen un ejercicio profesional, ético y responsable de su gestión.
 - Definir y defender la misión y los valores de la empresa en línea con su Código Ético.
- Administradores y Directivos En el ejercicio de sus funciones de administración y gestión, deben:
- A) En relación con sus funciones de Dirección:
- Realizar un ejercicio profesional, ético y responsable de su actividad.

- Cumplir y hacer cumplir el Código Ético de la empresa y para ello darlo a conocer y establecer los mecanismos adecuados para garantizar su aplicación. En particular debe de existir un órgano, idealmente un Comité de Ética, integrado por personas con suficiente poder para aplicar el Código y corregir sus infracciones.
 - Informar puntualmente y con exactitud a los propietarios o accionistas de la situación y perspectivas de la empresa.
 - Promover la participación efectiva de los accionistas en las Junta Generales, de modo especial mediante la facilitación del ejercicio de sus derechos de información y voto.
 - Cumplir y hacer cumplir las normas y principios de contabilidad generalmente aceptados y establecer los sistemas internos y externos de control y gestión de los riesgos adecuados a las características de la empresa.
 - Mantener los libros y registros de la empresa con exactitud y honestidad, de modo que permitan la obtención de información y la toma de decisiones de forma consciente y responsable.
 - Facilitar a los auditores, externos e internos, de la empresa toda la información y explicaciones que requieran para la realización de su trabajo.
 - Subordinar los intereses propios a los de la empresa cuando actúen en nombre y representación de ésta y no utilizar los activos sociales en su propio beneficio salvo con la debida transparencia, previa la autorización del órgano social pertinente y mediante la contraprestación que sea adecuada en el mercado.
 - Comunicar inmediatamente al órgano de administración, cualquier hecho o situación que pudiera suponer o llegar a ocasionar un conflicto entre el interés de la empresa y el particular del administrador o directivo y abstenerse de intervenir en su resolución.
 - Facilitar la transparencia y el control de sus retribuciones de modo que se garantice su adecuación a su nivel de responsabilidad y desempeño y a las características de la empresa.
 - Mantener la confidencialidad de los antecedentes, datos y documentos a los que tengan acceso por razón de sus funciones en la empresa, incluso después de haber cesado en ellas.
 - Hacer frente al pago y cumplimiento de las deudas y obligaciones de la empresa sin dilaciones ni incumplimientos injustificados y proceder al cobro de sus créditos con la diligencia que el caso requiera.
 - Elaborar y mantener vigente un plan de sucesión en los puestos clave de la empresa, de modo que la continuidad de ésta no dependa de la permanencia de ningún administrador ni directivo.
 - Elegir a sus colaboradores y subordinados con arreglo a los principios de mérito y capacidad, procurando únicamente el interés de la empresa.
- B) En relación con los **proveedores** y **clientes** de la Empresa:
- Relacionarse con los proveedores de bienes y servicios de forma ética y lícita.
 - Buscar y seleccionar únicamente proveedores cuyas prácticas empresariales respeten la dignidad humana, no incumplan la ley y no pongan en peligro la reputación de la empresa.
 - Seleccionar a los proveedores en base a la idoneidad de sus productos o servicios, así como de su precio, condiciones de entrega y calidad, no aceptando ni ofreciendo regalos o

comisiones, en metálico o en especie, que puedan alterar las reglas de la libre competencia en la producción y distribución de bienes y servicios.

- Buscar la excelencia de los bienes y servicios de la empresa de modo que sus clientes y consumidores obtengan la satisfacción esperada de aquellos.

- Garantizar los productos y servicios de la empresa y atender de forma rápida y eficaz las reclamaciones de consumidores y usuarios buscando su satisfacción más allá del mero cumplimiento de la normativa vigente.

C) En relación con los **competidores** de la Empresa:

- No abusar de una posición dominante o privilegiada en el mercado.

- Competir lealmente con otras empresas cooperando a la consecución de un libre mercado basado en el respeto mutuo entre competidores, absteniéndose de realizar prácticas desleales.

- En particular, no captar clientes de otros competidores mediante métodos no éticos.

D) En relación con los **empleados** de la Empresa:

- Tratar con dignidad, respeto y justicia a los empleados, teniendo en consideración su diferente sensibilidad cultural.

- No discriminar a los empleados por razón de raza, religión, edad, nacionalidad, sexo o cualquier otra condición personal o social ajena a sus condiciones de mérito y capacidad.

- No permitir ninguna forma de violencia, acoso o abuso en el trabajo.

- Reconocer los derechos de asociación, sindicación y negociación colectiva.

- Fomentar el desarrollo, formación y promoción profesional de los empleados.

- Vincular la retribución y promoción de los empleados a sus condiciones de mérito y capacidad.

- Establecer y comunicar criterios y reglas claras que mantengan equilibrados los derechos de la empresa y de los empleados en los procesos de contratación y en los de separación de éstos incluso en caso de cambio voluntario de empleador.

- Garantizar la seguridad e higiene en el trabajo, adoptando cuantas medidas sean razonables para maximizar la prevención de riesgos laborales.

- Procurar la conciliación del trabajo en la empresa con la vida personal y familiar de los empleados.

- Procurar la integración laboral de las personas con discapacidad o minusvalías, eliminando todo tipo de barreras en el ámbito de la empresa para su inserción.

- Facilitar la participación de los empleados en los programas de acción social de la empresa.

E) En relación con la **sociedad civil**.

- Respetar los derechos humanos y las instituciones democráticas y promoverlos donde sea posible.

- Mantener el principio de neutralidad política, no interfiriendo políticamente en las comunidades donde desarrolle sus actividades, como muestra además de respeto a las diferentes opiniones y sensibilidades de las personas vinculadas a la empresa.

- Relacionarse con las autoridades e instituciones públicas de manera lícita y respetuosa no aceptando ni ofreciendo regalos o comisiones, en metálico o en especie.

- Realizar aportaciones a partidos políticos e instituciones públicas sólo de conformidad con la legislación vigente y, en todo caso, garantizando su transparencia.

- Colaborar con las Administraciones Públicas y con las entidades y organizaciones no gubernamentales dedicadas a mejorar los niveles de atención social de los más desfavorecidos.

PAPELERIA MONSERRATH
R. U. C. : 1001202108001

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

Fax :
E-Mail : sylvialex_haro@hotmail.com



monserath
PROFORMAS
00000045
PAPELERIA & BAZAR

Cliente : JESSICA LEMA
Dirección : OTAVALO
Fecha Emisión: 05/01/2016
Observación :

Ruc/Ci. : 1004339436
Tlfs. :
Ciudad :

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Sub Total
5602024803749	RESMA PAPEL INACOPIA 75GR	5.00	3.5625	17.81
7861842013749	TELEFONO	2.00	7.8571	15.71
7750082010147	GRAPADORA ARTESCO M-727 NEGRO	3.00	3.4821	10.45
7861123900942	GRAPAS 26/6 BESTER *5000 UND	2.00	0.9643	1.93
7750082010161	PERFORADORA ARTESCO M-01	3.00	4.4732	13.42
	EBFA ESFERO BIC FINO AZUL	6.00	0.3571	2.14
	EBFN ESFERO BIC FINO NEGRO	6.00	0.3571	2.14
	LN LAPIZ NORICA	6.00	0.2232	1.34
8509623200610	PORTA LAPICES	3.00	1.6964	5.09
	FMV FOLDER MANILA VINCHA	6.00	0.2232	1.34
7861151303425	ARCHIVADOR IDEAL OFICIO NEGRO	2.00	3.2589	6.52
7861842013749	TINTA DE IMPRESORA	1.00	7.32	7.32

Forma de Pago : 0 Días

Sub Total : 85.21
Dscto.: 0.00 % 0.00
I. V. A. : 12.00 % 10.23
TOTAL : 95.44

ELABORADO

Dirección: Calle Sucre y Juan Montalvo
(Edificio Fuentes)

Tel: (06) 2927-372
Cel: 0984 025 805

Email: sylvialex_haro@hotmail.com
papeleriamonserrath@hotmail.com

Anexo 7

