



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 PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AREPAS
COLOMBIANAS EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**

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

AUTORA:

Luz Marina Bastidas Suarez

DIRECTORA:

Ing. Sandra Guevara

IBARRA, MAYO 2016

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente los productos elaborados a base de harina como son los productos de panadería, pastelería y las arepas colombianas, requieren de innovación constante para competir en el mercado con otros productos de su misma naturaleza. Del análisis PEST realizado en el diagnóstico situacional se determina que existen oportunidades moderadas para el desarrollo de la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas, ya que el producto que se oferta, es un alimento nutritivo y de aceptable acogida en el mercado. Del estudio de mercado realizado se puede determinar que la demanda actual es de 631.104 arepas anuales en la ciudad de Ibarra y la demanda proyectada es de 649.974 arepas para el año 2016. Del análisis de la oferta se determinó que la oferta actual es de 57.600 arepas anuales y la oferta proyectada es de 64.512 arepas anuales. La demanda insatisfecha de las arepas colombianas es de 585.462 arepas, de las cuales el proyecto pretende captar el 49.19% que significa 288.000 arepas anuales. El estudio técnico e ingeniería del proyecto establece una capacidad instalada de 2.000 arepas diarias pero la capacidad operativa es de 1.000 arepas diarias que equivalen a 288.000 arepas anuales. La infraestructura física de la microempresa será de 200m². El presupuesto técnico es de \$67.001.22. Del Estudio Económico – Financiero se determina un VAN (VALOR ACTUAL NETO) de \$15.917.64 y la TIR (TASA INTERNA DE RETORNO) del 20.5%. El PRI (PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN) es de 4 años, y 26 días, el B/C (BENEFICIO/COSTO) es de \$1.24. De la estructura organizativa de la microempresa se determina que será Sociedad Anónima. Finalmente de la medición de los impactos se establece que la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas generará impactos positivos de nivel medio y el impacto ambiental será de magnitud baja.

EXECUTIVE SUMMARY

Actually, flour products like the “arepascolombianas”, pastry and bakery products, currently requires constant innovation to compete in the market with similar products. PEST Analysis from situational diagnosis determines that there are moderate opportunities for the development of production and marketing micro-enterprise of “arepas colombianas”, because the product is a nutritious food and is acceptable in the market.

In the market research can determine that anual demand actually is 631.104 (“arepas colombianas”) in Ibarra city and the projected demand would be 649.974 (“arepas colombianas”) in 2016.

And the analysis also determine that annual offer actually is 57.600 (“arepas colombianas”) and projected offer is 64.512 (“arepas colombianas”).

Unsatisfied demand of “arepas colombianas” is 585.462 (“arepas colombianas”), with Project will capture 49.19% that means 288.000 annual “arepas”.

The technical study and project engineering sets an installed capacity of already 2.000 daily “arepas“ but operational capacity is over 1.000 daily “arepas“ are equivalent to 288.000 annual “arepas”.Micro-enterprise´s physical infrastructure will be 200m2.

The technical Budget is \$67.001.22. Economic and Financial Study determines VAN (NET PRESENT VALUE) \$15.917.64 and the TIR (RATE OF INTERNAL RETURN) 20.5%. El PRI (THE INVESTMENT RECOVERY PERIOD) is 4 years 26 days el B/C (BENEFIT COST) is \$1.24. Micro – enterprise´s Organizational structure determines that will be joint-stock company.

Finally, impacts stablish that production and marketing micro Enterprise of “arepascolombianas “ will have positive impacts of mid-level and environmental impact will be of low magnitude.

AUTORÍA

Yo, Luz Marina Bastidas Suarez, portadora de la cédula de identidad número 171034484-5, declaro bajo juramento que las ideas y contenidos expuestos en el presente trabajo de grado son exclusivamente de mi responsabilidad y autoría, destacando que este trabajo no ha sido presentado en ninguna ocasión para ninguna calificación profesional.

Destaco también que los contenidos correspondientes a las fuentes de consulta que se han utilizado, tienen como respaldo las respectivas fuentes bibliográficas de las que se obtuvieron.

En la ciudad de Ibarra, a los 27 días del mes de abril de 2016

Luz Marina Bastidas Suarez

Luz Marina Bastidas Suarez

Ing. Sandra Guevara

171034484-5

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada: Srta. **Luz Marina Bastidas Suarez**, para optar por el Título de **INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA PPY COMERCIALIZADORA DE AREPAS COLOMBIANAS EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 27 días del mes de abril de 2016



Ing. Sandra Guevara

Luz Marina Bastidas Suarez



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

Yo, Luz Marina Bastidas Suarez, con cédula de ciudadanía N° 171034484-5, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte, los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AREPAS COLOMBIANAS EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., en la Universidad Técnica de! Norte quedando la Universidad Facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

DATOS DE CONTACTO	
DIRECCIÓN:	Esmeraldas y Segundo Luis Moreno
EMAIL:	lmbs120585@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	062558489
TELÉFONO MOVIL:	0987053418

Luz Marina Bastidas Suarez.

Luz Marina Bastidas Suarez

C.I 171034484-5

Ibarra, a los 07 días del mes de Mayo de 2016

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa productora y comercializadora de Arepas colombianas en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura"
AUTOR:	Luz Marina Bastidas Suarez
FECHA:	2016-05-07



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	171034484-5
APELLIDOS Y NOMBRES:	Bastidas Suarez Luz Marina
DIRECCIÓN:	Esmeraldas y Segundo Luis Moreno
EMAIL:	lmbs120585@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	062558489
TELÉFONO MOVIL:	0987053418

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa productora y comercializadora de Arepas colombianas en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura"
AUTORA:	Luz Marina Bastidas Suarez
FECHA:	2016-05-07
PROGRAMA:	<u> </u> x <u> </u> PREGRADO <u> </u> <u> </u> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Sandra Dávila

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Luz Marina Bastidas Suarez, con cédula de ciudadanía N° 171034484-5, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora 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 el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 07 días del mes de mayo de 2016

LA AUTORA:

Luz Marina Bastidas Suarez.

Luz Marina Bastidas Suarez

C.C.: 171034484-5

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado dedico con inmenso amor a:

Mi padre que se encuentra en el cielo convertido en mi Angelito de la Guarda, quien me apoyó y respetó toda la vida en cada paso y decisión que tome llenándome de amor, enseñanzas, fuerzas y dándome ánimos de salir adelante y de cumplir todas mis metas propuestas.

Mi madre, que con gran amor nos supo criar y educar a mi hermana y a mí dentro de un margen moral y ético rodeado de amor, comprensión y mucha paciencia.

Mi tía Marina, que con su amor y enseñanzas me ha dado apoyo incondicional en los ámbitos moral y afectivo en todo momento llegando a ser una madre más para mí.

Mi hermana Carolina, quien además de ser mi única hermana, es mi mejor amiga, mi confidente, mi apoyo, mi consejera y con quien lucho cada día por seguir adelante.

Luz Marina Bastidas S.

AGRADECIMIENTO

Agradezco con el corazón a Dios, a la Virgen María y a mi padre que ahora convertido en un Ángel mas, me cuidan y me dan día a día la salud, el trabajo y las ganas de superarme logrando cumplir todas las metas que me propongo.

A los Gerentes de mi actual trabajo de la empresa AUTHESA KIA MOTORS, quienes entendieron mi afán y necesidad de cumplir con este proyecto y me apoyaron desde un inicio hasta el final con todos los permisos solicitados.

A la Universidad Técnica del Norte y sus docentes, quienes durante 5 años me acogieron y prepararon día a día con sus conocimientos y enseñanzas para hacer de mí una profesional de calidad.

Luz Marina Bastidas S.

PRESENTACIÓN

TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AREPAS COLOMBIANAS EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”

La finalidad del presente proyecto es la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, el cual está estructurado de siete capítulos que son los siguientes:

Capítulo I Diagnóstico Situacional, en el cual se analizó las variables: político, económico, social, tecnológico y ecológico, con la finalidad de determinar la oportunidad de inversión de la microempresa para la producción y comercialización de arepas colombianas.

Capítulo II Marco Teórico, donde se fundamentaron la parte científica, técnica, y conceptual de los componentes de proyectos de factibilidad, que sustentan los elementos conceptuales y teóricos de la investigación, a través de bibliografía técnica actualizada.

Capítulo III Estudio de Mercado, en el cual se identificó la oferta, demanda, demanda insatisfecha, proyecciones, precio, frecuencia de adquisición y tipos de promociones para de esta manera alcanzar las ventas planificadas del proyecto.

Capítulo IV Estudio Técnico e Ingeniería del proyecto, en este capítulo se determinó la macro y microlocalización, capacidad instalada y operativa de la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas y se define el presupuesto técnico necesario para su implementación.

Capítulo V Estudio Económico – Financiero, se elaboró este capítulo con la finalidad de establecer los ingresos, egresos, estados financieros y los indicadores financieros que sustenten la viabilidad del proyecto desde este punto de vista.

Capítulo VI Estructura Administrativa, en este componente se definió la conformación legal y jurídica de la microempresa de producción y comercialización de

arepas colombianas, al igual que el direccionamiento estratégico, que le permita a la misma un óptimo funcionamiento administrativo.

Capítulo VII Evaluación de Impactos, finalmente en este capítulo se evaluaron los impactos positivos en los aspectos: económico, social, educativo – cultural y ambiental.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	ii
AUTORÍA	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxii
ÍNDICE DE MAPAS	xxii
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS.....	xxii
ÍNDICE DE DIAGRAMAS	xxii
ÍNDICE DE FIGURAS	xxii
JUSTIFICACIÓN.....	xxiv
OBJETIVOS.....	xxv
Métodos	xxvi
Técnicas	xxvi
Instrumentos	xxvii
CAPÍTULO I.....	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	28
Antecedentes.....	28
Objetivos del diagnóstico	29
Objetivo general	29
Objetivos específicos.....	29
Variables.....	29
Indicadores que definen las variables.....	30
Matriz de relación diagnóstica.....	31
Análisis de variables e indicadores.....	32
Análisis de la información primaria – variable producción	32

Análisis de la información secundaria.....	36
Construcción de la matriz AOOR.....	42
Determinación de la oportunidad de inversión.....	43
Análisis del capítulo	43
CAPÍTULO II.....	44
MARCO TEÓRICO	44
Empresa	44
Tipos de empresa	44
Arepas colombianas.....	45
Empacado al vacío.....	46
Buenas prácticas de manufactura (BPM)	48
HACCP.....	48
Aseguramiento y control de calidad	48
Estudio de factibilidad del proyecto y sus componentes.....	49
Estudio técnico	53
Determinación del tamaño óptimo de la planta	53
Macrolocalización	53
Microlocalización	54
Ingeniería del proyecto	54
Procesos de producción	54
Presupuesto técnico	55
Valorización de inversiones.....	55
Maquinaria y equipos	56
Talento humano	56
Capital de trabajo	56
Estudio financiero.....	57
Presupuesto de ingresos.....	57
Presupuesto de egresos	57
Estado de situación financiera	58
Estado de resultados integral	58
Evaluación financiera	58
Valor presente neto (vpn)	58
Tasa interna de retorno (tir).....	59
Punto de equilibrio	59

Proceso administrativo	59
Organigrama estructural	59
Misión.....	60
Visión	60
Manual de funciones.....	60
Impactos ambientales	61
Reglamento interno	61
Código de ética	61
Análisis del capítulo	62
CAPÍTULO III	63
ESTUDIO DE MERCADO.....	63
Introducción.....	63
Objetivos del estudio de mercado.....	64
Objetivo general	64
Objetivos específicos.....	64
Variables.....	64
Indicadores.....	65
Matriz de relación estudio de mercado.....	66
Mecánica operativa del estudio de mercado.....	67
Identificación de la población.....	67
Identificación de la muestra.....	67
Fuentes de información	68
Análisis e interpretación de los resultados	68
Resultados de la encuesta realizada a las familias de la ciudad de ibarra	69
Análisis de la entrevista realizada a 4 locales que comercializan arepas colombianas en la ciudad de ibarra	79
Identificación y análisis de la demanda.....	86
Demanda actual	86
Proyección de la demanda	87
Identificación y análisis de la oferta.....	88
Oferta actual	88
Proyección de la oferta	89
Demanda insatisfecha	89
Análisis de precios	90

Análisis de la competencia	91
Comercialización	91
Estrategia de producto	91
Estrategia de precio.....	92
Estrategias de promoción.....	92
Estrategias de distribución (plaza).....	93
Análisis del estudio de mercado	93
CAPÍTULO IV	95
ESTUDIO TÉCNICO.....	95
Tamaño del proyecto	95
Capacidad instalada	95
Capacidad operativa	95
Localización del proyecto.....	95
Macrolocalización	95
Microlocalización	97
Ingeniería del proyecto	101
Diseño de edificios	101
Procesos productivos	105
Tecnología	107
Maquinaria y equipo	108
Inversiones.....	109
Talento humano	113
CAPÍTULO V	114
ESTUDIO FINANCIERO.....	114
Introducción.....	114
Balance de arranque (estado de situación financiera inicial)	114
Presupuesto de ingresos.....	115
Presupuesto de egresos	117
Costos de producción	120
Gastos administrativos.....	120
Gastos de ventas	123
Gastos financieros	124
Depreciación.....	125
Gastos de operación y financiación	126

Estado de resultados proyectados	126
Flujo de caja proyectado.....	127
Balance general proyectado a 5 años.....	127
Determinación del costo de oportunidad	128
Evaluación financiera	129
Valor actual neto (VAN)	129
Tasa interna de retorno (TIR)	129
Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	131
Relación beneficio / costo.....	131
Punto de equilibrio	132
Resumen de indicadores financieros	133
Análisis de sensibilidad	133
Plan de contingencia	133
Análisis del capítulo	134
CAPÍTULO VI.....	135
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	135
Nombre de la microempresa.....	135
Misión.....	135
Visión	135
Logo.....	135
Principios y valores	136
Principios.....	136
Valores.....	136
Políticas	136
Políticas administrativas.....	136
Políticas financieras.....	137
Políticas productivas.....	137
Políticas de comercialización	137
Organigrama estructural	137
Organigrama funcional	139
Manual de funciones.....	140
Aspectos legales de funcionamiento.....	144
Requisitos para sacar el RUC.....	144
Requisitos para obtener la patente municipal	144

Permiso sanitario de funcionamiento	144
Permiso de los bomberos.....	145
Requisitos para obtener el registro sanitario	145
Constitución legal	145
Reglamento interno (ver anexo 11)	146
Código de ética (ver anexo 12)	146
Funciones administrativas en ventas	146
Funciones administrativas en compras	147
Análisis del capítulo	147
CAPÍTULO VII.....	148
IMPACTOS DEL PROYECTO	148
Impactos	148
Impacto económico.....	149
Impacto social.....	150
Impacto educativo - cultural.....	151
Impacto ambiental	152
Resumen de impactos positivos y negativos	153
Análisis del capítulo	153
BIBLIOGRAFÍA	156
ANEXOS	158

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Consumo.....	69
Gráfico 2 Abastecimiento.....	70
Gráfico 3 Nivel de aceptación	71
Gráfico 4 Disposición de adquisiciones	72
Gráfico 5 Frecuencia de adquisición	73
Gráfico 6 Preferencia de relleno.....	74
Gráfico 7 Precio.....	75
Gráfico 8 Distribución.....	76
Gráfico 9 Promoción	77
Gráfico 10 Tipo de promoción	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Indicadores y Variables	30
Tabla 2 Matriz de relación diagnóstica.....	31
Tabla 3 Tasas de interés activas	38
Tabla 4 Matriz AOOR	42
Tabla 5 Matriz de Indicadores	65
Tabla 6 Matriz de relación del estudio de mercado.....	66
Tabla 7. Dosificación de la muestra	68
Tabla 8 Consumo.....	69
Tabla 9 Abastecimiento.....	70
Tabla 10 Nivel de aceptación	71
Tabla 11 Disposición de adquisición.....	72
Tabla 12 Frecuencia de adquisición	73
Tabla 13 Preferencia de relleno	74
Tabla 14 Precio.....	75
Tabla 15 Distribución	76
Tabla 16 Promoción	77
Tabla 17 Tipo de promoción	78
Tabla 18 Demanda actual	87

Tabla 19 Proyección de la demanda	88
Tabla 20 Proyección de la oferta	89
Tabla 21 Demanda insatisfecha	90
Tabla 22 Matriz de valoración por puntos	101
Tabla 23 Diseño de instalaciones	102
Tabla 24 Equipos y maquinaria de producción	108
Tabla 25 Muebles de producción	108
Tabla 26 Muebles y enseres administrativos	108
Tabla 27 Equipo de informática de administración	109
Tabla 28 Vehículo refrigerante	109
Tabla 29 Inversiones fijas	109
Tabla 30. Inversión diferida	110
Tabla 31 Materia prima	110
Tabla 32 Materiales indirectos (empaquete)	111
Tabla 33 Publicidad	111
Tabla 34 Combustible del vehículo	111
Tabla 35 Inversión variable consolidado	112
Tabla 36 Fuentes de financiamiento	112
Tabla 37 Inversiones totales	113
Tabla 38 Talento humano	113
Tabla 39 Desglose de ingresos año 2016	115
Tabla 40 Desglose de ingresos año 2017	115
Tabla 41 Desglose de ingresos año 2018	116
Tabla 42 Desglose de ingresos año 2019	116
Tabla 43 Desglose de ingresos año 2020	116
Tabla 44 Ingresos consolidados	116
Tabla 45 Materiales Directos	117
Tabla 46 Salario del personal año 2016	117
Tabla 47 Salario del personal año 2017	118
Tabla 48 Salario del personal año 2018	118
Tabla 49 Salario del personal año 2019	118
Tabla 50 Salario del personal año 2020	118
Tabla 51 Costos indirectos de producción	119
Tabla 52 Materiales indirectos	119

Tabla 53 Servicios básicos	120
Tabla 54 Costos de producción	120
Tabla 55 Gastos Administrativos	120
Tabla 56 Salario del personal año 2016	121
Tabla 57 Salario del personal año 2017	121
Tabla 58 Salario del personal año 2018	121
Tabla 59 Salario del personal año 2019	121
Tabla 60 Salario del personal año 2020	122
Tabla 61 Insumos de oficina.....	122
Tabla 62 Servicios básicos	122
Tabla 63 Gastos de ventas	123
Tabla 64 Salario del personal de ventas año 2016.....	123
Tabla 65 Salario del personal de ventas año 2017.....	123
Tabla 66 Salario del personal de ventas año 2018.....	124
Tabla 67 Salario del personal de ventas año 2019.....	124
Tabla 68 Salario del personal de ventas año 2020.....	124
Tabla 69 Tabla de Amortización	125
Tabla 70 Depreciación.....	125
Tabla 71 Costos de operación y financiación	126
Tabla 72 Estado de Pérdidas y Ganancias	127
Tabla 73 Flujo de caja	127
Tabla 74 Balance General Proyectado.....	128
Tabla 75 Costo de oportunidad.....	128
Tabla 76 Periodo de recuperación de la inversión.....	131
Tabla 77 Beneficio / Costo	132
Tabla 78 Punto de Equilibrio.....	132
Tabla 79. Resumen de indicadores financieros	133
Tabla 80. Escenarios de sensibilidad.....	133
Tabla 81 Gerente	140
Tabla 82 Contador / a	141
Tabla 83 Vendedor	142
Tabla 84 Operarios	143
Tabla 85 Valoración de impactos	148
Tabla 86 Impacto económico	149

Tabla 87 Impuesto social	150
Tabla 88 Impacto educativo - cultural	151
Tabla 89 Impacto ambiental	152
Tabla 90 Resumen de impactos positivos y negativos	153

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Arepas Colombianas.....	46
Ilustración 2 Empaques al vacío	47
Ilustración 3 Precio	90
Ilustración 4 Planta arquitectónica de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas	103
Ilustración 5 Imagen arepa colombiana.....	135

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1 Microlocalización del proyecto	97
---	----

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1 Sector parque industrial	98
Fotografía 2 Avenida el Retorno, sector Academia San Diego.....	99
Fotografía 3 Avenida Atahualpa, sector de San Francisco de la Esperanza.....	100

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1 Proceso de elaboración de Arepas	105
---	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Proyección Oferta Demanda	52
Figura 2 Formato Diagrama de Procesos	55

Figura 3 Formato Organigrama 60

Figura 4 Estructura organizacional..... 138

JUSTIFICACIÓN

La realización del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra, es factible debido a que este producto es realizado a base de harina de maíz junto con otros ingredientes como son: carne, pollo, queso y mixtas, las cuales pueden ser utilizadas en los diferentes hábitos alimenticios de la población. La arepa de maíz blanco tiene diferentes presentaciones y sirve como alimento común en la dieta de las personas de cualquier edad; su elaboración se fundamenta en tecnologías gastronómicas y es un producto que sirve para acompañar en sopas, plato principal, desayunos y comida rápida.

Con la creación de la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas elaboradas en forma artesanal, se pretende comercializar a las familias de la ciudad de Ibarra, un producto alternativo para su alimentación. El proyecto se articula con el Objetivo 2 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017 “Auspiciar la igualdad, cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad”, con la política 2.11, literal c). Se interactúa también con el Objetivo 9 “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas”, con la política 9.1.

Los factores socio culturales que tiene la población de Ibarra son diversos, lo que favorece la creación de la microempresa debido a que la arepa colombiana está considerada como una comida rápida y de acceso a cualquier estrato socio cultural. La tecnología que actualmente se utiliza en el campo gastronómico es amplia, lo que favorecerá los procesos de elaboración de la arepa colombiana que desea planear la microempresa. En lo referente a factores políticos legales, existen regulaciones por parte del Ministerio de Salud para el permiso de funcionamiento de este tipo de actividad económica, así como también en lo referente a la patente municipal, el registro ambiental que exige el Ministerio del Ambiente, lo referente a prevención de incendios que exige el cuerpo de Bomberos y otros parámetros técnicos que debe tener la microempresa para su funcionamiento.

Los beneficiarios directos del proyecto desde el punto de vista interno son los propietarios de la microempresa y desde el punto de vista del producto son los clientes o consumidores que tendrán la oportunidad de degustar la arepa colombiana.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de las tradicionales arepas colombianas en la ciudad de Ibarra.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional externo en los locales comerciales que ofertan comida colombiana para poder identificar posibles aliados, oponentes riesgos y oportunidades.
- Establecer el marco teórico que sustente adecuadamente la propuesta del proyecto.
- Efectuar un estudio de mercado sobre el producto propuesto para establecer la demanda potencial y oferta existente.
- Plantear el estudio técnico y la ingeniería del proyecto para estructurar la localización, distribución y tamaño del proyecto.
- Evaluar el proyecto en los aspectos económico y financiero para avalar la factibilidad tomando en cuenta inversiones costos e ingresos.
- Proponer la organización de la microempresa que deberá tener el proyecto en términos de logros estratégicos.
- Analizar los posibles impactos que genera la implantación del proyecto referente a lo social, económico, cultural, empresarial y ambiental.

MÉTODOS

Los principales métodos de investigación que se utilizaron en el desarrollo del presente estudio de factibilidad fueron los siguientes:

El Método Analítico, el mismo que fué aplicado para el desarrollo del análisis de la situación actual de los hogares de la ciudad de Ibarra en cuanto a la alimentación que se lleva dentro de los mismos y los productos principales de consumo diario para lo cual se recopiló información a través de elaboración de una encuesta; y adicionalmente se analizó a la competencia utilizando una entrevista la cual se aplicó a los propietarios de locales que fabrican productos similares al que se plantea en este proyecto.

El Método Sintético en cambio se aplicó para resumir e integrar las diferentes etapas que se presentaron en la formulación del proyecto para finalmente poder organizar la propuesta que se desea presentar; la técnica que se utilizó para efectuar la síntesis fue el fichaje, el mismo que permite visualizar de mejor manera el estudio.

TÉCNICAS

Las técnicas que se utilizaron en el presente estudio de factibilidad para proceder con la recopilación de información fueron la encuesta, la entrevista y el fichaje, las mismas que se emplearon de la siguiente manera:

La encuestase aplicó a una muestra obtenida del total de las familias de la ciudad de Ibarra, con la finalidad de determinar el posible nivel de aceptación de las arepas colombianas en su dieta alimenticia.

La entrevista en cambio se realizó a los propietarios de los locales que comercializan arepas colombianas en la ciudad de Ibarra, para determinar la oferta actual de este producto.

El fichaje el cual es un instrumento de investigación, permitió registrar en el momento preciso el desarrollo de los hechos y sucesos a investigar, realizados tanto por la competencia así como también por los posibles futuros clientes.

INSTRUMENTOS

Los instrumentos que se utilizaron en la presente investigación fueron los siguientes:

El cuestionario, ya que mediante este instrumento se logró recopilar toda la información necesaria para conocer la oferta y demanda del producto propuesto, previa a una elaboración de cuestionarios estructurados de manera lógica y ordenada los mismos que formaron parte tanto de la encuesta como de la entrevista, para finalmente, dichas respuestas ser tabuladas y analizadas.

Diarios de Campo, los mismos que fueron instrumentos de gran ayuda al momento de tomar nota en el trabajo de campo ya que permitieron realizar apuntes sobre todos los aspectos relevantes que se iban presentando y de igual manera de todas las personas que iban interviniendo en el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

La importancia de las pequeñas y medianas empresas (MYPIMES), en el Ecuador se manifiesta por su capacidad de generación de empleo y coincide con otras economías, en la comercialización de bienes y servicios. Las MYPIMES son unidades económicas que se van desarrollando de acuerdo a las necesidades de cada sector económico y geográfico, considerando sus experiencias, características, sus necesidades singulares y los intereses generados en el medio, propiciando de esta manera el desarrollo de estos estratos empresariales.

Las MYPIMES son entidades independientes, creadas para generar rentabilidad a través de la venta de sus bienes y servicios que producen para satisfacer ciertas demandas o necesidades de la sociedad las mismas que se localizan en áreas urbanas y rurales, lo que propicia el empleo local y por tanto representan un componente importante en la economía nacional.

Los productos elaborados a base de harina como los de panadería, pastelería y otros como las arepas colombianas, requieren de innovación constante para competir en el mercado con otros productos de su misma naturaleza y sustitutos.

Las arepas colombianas son productos alimenticios que se elaboran mayormente de forma casera y que se comercializan generalmente en los mismos locales en la ciudad de Ibarra. La idea del presente proyecto es dar un valor agregado a las arepas colombianas a través del empaquetado al vacío, de forma que el producto se mantenga con todas sus cualidades (aroma, textura, sabor, forma) con mayor tiempo desde la elaboración hasta el consumidor final. Por esta razón, es necesario realizar un diagnóstico situacional analizando los factores: políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ecológicos que tienen relación directa o indirecta y que juegan un papel importante en la viabilidad de los proyectos de inversión y el tejido microempresarial.

1.2.OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional para la creación de una microempresa productora y comercializadora de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura con la finalidad de establecer los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que puede generar el estudio del proyecto.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Establecer el proceso de producción para la elaboración de las arepas colombianas.
- Identificar los factores políticos que enmarcan el desarrollo y elaboración de este proyecto.
- Identificar los factores económicos que sustentan la creación de la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas
- Determinar los factores sociales en lo referente a la PEA, trabajo y empleo, y educación de la ciudad de Ibarra
- Analizar los factores tecnológicos que motiven la creación de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas
- Determinar los factores legales que la microempresa deberá cumplir para el funcionamiento en la ciudad de Ibarra

1.3.VARIABLES

Para el presente diagnóstico situacional, se han determinado las siguientes variables:

- Producción
- Factores políticos
- Factores económicos
- Factores sociales
- Factores tecnológicos
- Factores ecológicos

1.4.INDICADORES QUE DEFINEN LAS VARIABLES

Los siguientes indicadores, son los componentes que permitirán identificar, observar, y determinar las variables planteadas:

Tabla 1 Indicadores y Variables

VARIABLES	INDICADORES
PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Ingredientes • Proceso • Tipo de maquinaria y equipos • Parámetros técnicos • Talento humano
FACTORES POLÍTICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento microempresarial • Oferta de créditos • Renova Industria • Leyes que amparan al consumidor • Ley del trabajador
FACTORES ECONÓMICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Inflación • Tasas de interés activa • PIB
FACTORES SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Población Económicamente Activa • Trabajo y empleo • Educación
FACTORES TECNOLÓGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento tecnológico • Impulso de tecnología investigación • Éticas empresariales
FACTORES ECOLÓGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Leyes ambientales • Permisos ambientales

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

1.5.MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Tabla 2 Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	INFORMANTE
Establecer el proceso de producción para la elaboración de arepas colombianas.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Ingredientes • Proceso • Tipo de maquinaria y equipos • Parámetros técnicos • Talento humano 	Primaria	Entrevista	Tglo. Patricio Guerrero instructor técnico en gastronomía nacional e internacional
Identificar los factores políticos legales que enmarcan el desarrollo y elaboración de este proyecto.	Factores políticos - legales	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento microempresarial • Oferta de créditos • Renova Industria • Leyes que amparan al consumidor • Ley del trabajador 	Secundaria	Documental	Organizaciones pertinentes
Identificar los factores económicos que sustentan la creación de la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas	Factores económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Inflación • Tasas de interés activa • PIB 	Secundaria	Documental	Organizaciones pertinentes
Determinar los factores sociales en lo referente a la PEA, trabajo y empleo, y educación de la ciudad de Ibarra	Factores sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Población Económicamente Activa • Trabajo y empleo • Educación 	Secundaria	Documental	Organizaciones pertinentes
Analizar los factores tecnológicos que motiven la creación de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas	Factores tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento tecnológico • Impulso de tecnología – investigación 	Primaria Secundaria	Entrevista Documental	Organizaciones pertinentes
Determinar los factores legales que la microempresa deberá cumplir para el funcionamiento en la ciudad de Ibarra	Factores ecológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Éticas empresariales • Leyes ambientales • Permisos ambientales 	Secundaria	Documental	Organizaciones pertinentes

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

1.6. ANÁLISIS DE VARIABLES E INDICADORES

1.6.1. Análisis de la información primaria – variable producción

a) Ingredientes

Los ingredientes principales para la elaboración de la arepa colombiana son los siguientes:

- Harina de maíz, la cual representa la materia prima principal y que debe cumplir con criterios técnicos como: humedad máxima 15%; cantidad de cenizas inferior a 0.50% proteínas mínimo del 9% que es el valor nutritivo de la harina que está directamente relacionado con la calidad. El gluten seco no deberá ser inferior a un 5.5%. Es necesario que se considere que la harina de maíz es una materia hidroscolopica, la cual puede tomar o perder humedad según el ambiente, por eso es recomendable no exponerle a una acción de un calor excesivo o someterle a una humedad exagerada.
- Azúcar, la cual es recomendable utilizar la de tipo azúcar negra, ya que permite una mejor interrelación al ser acompañada de la levadura, sal y los otros ingredientes, produciendo un mejor comportamiento en la conformación de la masa.
- Huevos, los mismo que deben ser frescos
- Margarina, de preferencia se utilizará mantequilla que disponga como un mínimo de 82gr de grasa de leche y 16gr máximo de agua; de manera que permita una emulsión líquida o plástica en la conformación de la masa, cumpliendo la función de fermentación y aumento del volumen de la arepa.
- Levadura, la levadura que más se utiliza para este tipo de producto es la Levapan por su característica de emulgente y la capacidad de relación entre el agua, harina y grasas, permitiendo una íntima relación, en la etapa de amasado, leudado y horneado.

b) Proceso

Para la elaboración de la arepa colombiana se requiere de las siguientes actividades:

- Pesado de las materias primas de acuerdo al volumen de producción que se va elaborar, para lo cual es recomendable utilizar una balanza de 45kg en adelante para elaborar el correcto pesado de la harina y margarinas. Para el pesado de la levadura, sal y azúcar es recomendable en una balanza de precisión.

- Mezclado. Se procede al mezclado de los ingredientes con la finalidad de tener una homogeneidad en los materiales y desarrollar factores que tienen influencia en el proceso de amasado especialmente sobre la fuerza de la masa.
- Amasado. El amasado puede ser elaborado en forma manual o utilizando una amasadora que tiene como finalidad que se conformen y cohesionen perfectamente los componentes que intervienen asegurando así, la formación de la masa que sea manejable, flexible y disponga del color blanco y con la dureza respectiva para el moldeado posterior.
- Reposo o leudado. El reposo o leudado también denominado fermentación tiene la finalidad de que la masa alcance un nivel elevado y constante de fermentación con el fin de obtener arepas de características adecuadas tanto en el volumen como en textura y sabor.
- Moldeado. Este etapa del proceso con la utilización de bolillos que pueden ser de madera o plástico se elabora la figura de la arepa colocando los rellenos respectivos que ya están preparados y cerrando en forma manual en uno de los lados de la arepa para que exista consistencia y tenga la capacidad de resistir al proceso de asado, para que no se habrán se rieguen los ingredientes.
- Asado. Cuando las arepas adquieren el estado de leudo ideal se procede al asado ubicándoles en latas de acero inoxidable y en la hornilla de la cocina industrial a una temperatura de 80 a 100°C. Es importante que durante la cocción se mantenga una temperatura uniforme de 90°C con lo que se evita el rápido desarrollo de cocción en los lados periféricos de la arepa.
- Enfriado. Las arepas una vez que salen del proceso de asado se colocan en ambientes para conseguir bajar la temperatura hasta el equilibrio higroscópico del ambiente.
- Empacado. Cuando las arepas ya se encuentren a la temperatura del ambiente se procede al empacado utilizando bandejas termo formadas y recubiertas en envase de polietileno con la finalidad de obtener un estado de conservación de mayor tiempo que una arepa de tipo convencional.
- Congelado. Una vez empacadas las arepas se ubican en espacios refrigerados que pueden ser estos: congeladoras, refrigeradoras u otros elementos que permiten tener temperaturas menores de cero; la temperatura ideal es de menos 10°C.

- Almacenado. Después de haber estado por un lapso de 5 horas en adelante se ubican las bandejas con las arepas en un ambiente de almacenado que de preferencia deben ser cuartos fríos con temperaturas de menos 5°C.

c) Tipo de maquinaria y equipos

La maquinaria indispensable para la elaboración de las arepas colombianas son las siguientes:

- Mezcladora industrial de acero inoxidable
- Cocina industrial
- Licuadora
- Congelador horizontal de acero inoxidable
- Mesas de tablero galvanizado o en aluminio
- Latas de panadería para el asado de arepas
- Estanterías para el almacenamiento de materias primas y la ubicación de las latas con las arepas respectivas en la etapa de leudado.

d) Parámetros técnicos

Los parámetros técnicos que se deben seguir en la producción de arepas son principalmente los de espacios físicos que deben cumplir con los requisitos del Ministerio de Salud, referente al recubrimiento de las paredes con cerámica o aluminio, el piso debe estar recubierto con cerámica y tener el número de desagües respectivos para la evacuación de aguas servidas.

En cuanto a la disposición de los equipos y mobiliario, estos deben estar localizados cumpliendo criterios técnicos que permitan seguridad en los trabajadores que ejecutan las actividades y eviten incidentes y accidentes. En relación a los materiales, estos deben cumplir los requisitos técnicos y las especificaciones exactas con la finalidad de ajustarse a las normativas de seguridad alimentaria.

e) Talento humano

En la elaboración de la arepa colombiana es importante que se disponga de talento humano capacitado y que tenga experiencia en la elaboración de productos de panificación

en general. El número de personas esta en relación a la capacidad operativa o volumen de producción que tenga la empresa.

ENTREVISTA APLICADA AL TGLO. PATRICIO GUERRERO INSTRUCTOR TÉCNICO EN GASTRONOMÍA NACIONAL E INTERNACIONAL

P1. ¿Cuáles son los ingredientes que se requiere para la producción de arepas colombianas?

R1 Los ingredientes que se requiere para producir arepas colombianas son: harina de maíz, azúcar, huevos, levadura, margarinas, sal, y para el relleno se puede utilizar queso y diferentes tipos de carnes.

Análisis

Los ingredientes que se emplean en la elaboración de las arepas colombianas son de origen natural, bajos en químicos y fáciles de adquirir.

P2. ¿Cuál es el proceso de elaboración de arepas colombianas?

R2 Para la elaboración de arepas colombianas se debe seguir el siguiente proceso: receptar los materiales e insumos (materia prima), pesar los materiales con las dosificaciones exactas, mezclar los ingredientes agregando primeramente la harina de maíz, sal, azúcar, huevos, margarina, agua hervida; amasar los ingredientes que se han mezclado previamente, dejar reposar de 20 a 30 minutos dependiendo de la cantidad a prepararse, moldear manualmente la figura de la arepa con su espesor adecuado; dejar fermentar la masa antes de ingresar al horneado; asar las arepas a una temperatura de 80 a 100°C y finalmente dejar enfriar.

Análisis

El proceso de elaboración de las arepas colombianas es igual al procedimiento de elaboración de otros productos alimenticios en donde se sigue el proceso básico de recolección de materia prima, posteriormente se mezclan estos ingredientes amasando y dejando reposar la masa para finalmente pasar a dar la figura deseada.

P3. ¿Qué tipo de maquinaria y equipos se requiere para la elaboración de arepas colombianas?

R3 Para elaborar arepas colombianas en una cantidad considerable se utiliza: una cocina industrial, licuadora, congelador, y un mezclador industrial.

Análisis

Los materiales que se emplean en la elaboración del producto varían de acuerdo a la cantidad que se desea producir, es por este motivo que al producir una gran cantidad de arepas se requiere el uso de instrumentos y materiales industriales.

P4. ¿Cuáles son los parámetros técnicos que se considera para obtener arepas colombianas de buena calidad?

R4 Se debe tener en cuenta que los materiales e insumos estén frescos especialmente la carne, el queso, y que los demás ingredientes no estén caducados.

Análisis

El principal aspecto que se debe considerar para producir unas arepas de excelente calidad es que los ingredientes a utilizar estén frescos y en perfectas condiciones.

P5. ¿Cuántas personas se necesitan para la elaboración de arepas colombianas?

R5 Dependiendo del volumen de producción se debe contratar por lo menos de 3 a 4 personas para la producción y empaque de las arepas colombianas.

Análisis

Según el volumen de producción que se desee elaborar, se contratará el respectivo personal.

1.6.2. Análisis de la información secundaria

Para el análisis de las variables e indicadores se consideró información secundaria de instituciones como: Ministerio de Industrias y Productividad, Ministerio del Ambiente, Fortalecimiento microempresarial, Banco Central del Ecuador, GAD del cantón Ibarra, obteniéndose los siguientes resultados:

a) Factores Políticos- Legales

Al analizar el factor político se establece que el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y el Banco Nacional de Fomento otorgan créditos dentro del programa Renova Panadería, para las empresas de panificación y afines. En este programa político de fortalecimiento al sector microempresarial, se dotaron 5.5 millones de dólares favoreciendo a 829 microempresarios de esta actividad económica en el país en el año 2015. Los créditos que recibieron van desde \$4.000 hasta \$15.000 y son de uso exclusivo para la adquisición de maquinaria y equipos, enfocados en los principios del cambio de la matriz productiva del país.

Oferta de créditos

Otra de las políticas que actualmente tiene el gobierno para el sector microempresarial es la oferta de créditos a través de la Corporación Financiera a una tasa del 10%. Para proyectos nuevos el 80% de la inversión total cubre esta entidad financiera y el 20% son aportes del propietario o propietarios de la empresa. (Corporación Financiera Nacional, 2015)

El MIPRO tiene como política que los microempresarios apliquen procesos más amigables con el medio ambiente, bajo el principio de Eco eficiencia Industrial, programa que es auspiciado por la Subsecretaria de Desarrollo Industrial del mismo. Se está impulsando políticas con esta misma cartera del gobierno de Buenas Prácticas de Manufactura, para reducir los impactos ambientales en los procesos de producción. (MIPRO, 2015)

Renova Industria

La Corporación Financiera Nacional y el MIPRO tienen el programa Renova Industria que motiva a las diferentes empresas a remplazar la maquinaria obsoleta a través de créditos blandos, con una tasa de interés del 10%, para adquirir nuevos equipos que fomenten mejores condiciones de productividad del sector microempresarial.

Leyes que amparan al consumidor

Las leyes que amparan al consumidor en el país se encuentran detalladas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, las cuales están enfocadas a hacer respetar sus

derechos y obligaciones al momento de desempeñar el papel de consumidores de un producto, por lo cual se dará gran importancia a este aspecto pues la empresa saldrá adelante en base al consumo del producto de sus clientes.

Ley del trabajador

Las personas que presten sus servicios en la microempresa estarán protegidas y respaldadas por la Ley del Trabajador vigente en el país protegiendo de esta manera sus derechos pero sin descuidar sus obligaciones.

b) Factores Económicos

Los indicadores macroeconómicos que tienen un impacto moderado en las pequeñas empresas de elaboración de productos a base de harina son los siguientes:

Inflación

La inflación en el país en el año 2015 fue de 3.38% y ha tenido un comportamiento decreciente comparado con el año 2014 que fue de 3.67%. La inflación está directamente relacionada con los índices del precio al consumidor en los que se encuentran los productos de panificación, y las materias primas que son necesarias para su producción. (Banco Central del Ecuador, 2015)

Tasas de interés activas

Las tasas de interés activa del sector financiero en el año 2015 fueron las siguientes:

Tabla 3 Tasas de interés activas

TASAS DE INTERÉS	PORCENTAJE
Activa referencial productiva corporativa	8.57%
Activa referencial productiva empresarial	9.65%
Activa referencial productiva Pymes	11.15%
Activa referencial consumo	15.83%
Activa referencial vivienda	10.69%
Activa referencial micro ampliada	22.03%
Activa referencial micro simple	24.71%
Activa referencial micro minorista	27.61%

Fuente: Banco Central del Ecuador cifras económicas 2015

PIB

El gobierno subsidia la importación de harina beneficiando al sector de cereales, panaderías y afines; los insumos para el sector de la panificación en un 72% son importados, por lo tanto las variaciones del PIB pueden afectar en forma moderada a este sector económico, considerando que el 3.5% del sector “cereales y panificación” está incluido en el PIB nacional.

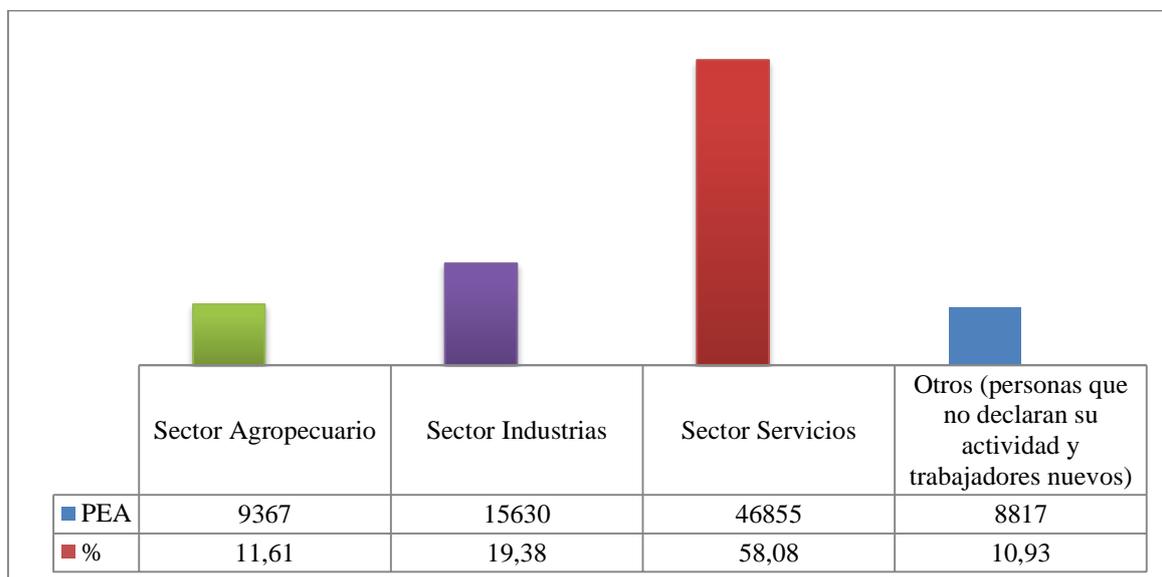
c) Factores Sociales

Los indicadores desde el punto de vista social analizados son los siguientes:

Población Económicamente Activa (PEA)

La decisión de compra en la mayoría de los productos o servicios tiene relación directa con la PEA que es considerado comúnmente el mercado potencial mas importante en cualquier tipo de proyecto, razón por la cual se visualiza este indicador de la ciudad de Ibarra y corresponde a 80.669 personas, distribuidos en los siguientes sectores económicos:

Gráfico 1 Población Económicamente Activa



Fuente: CENSO INEC-2010

Elaborado por: La autora

Trabajo y empleo

El trabajo y empleo es un indicador social relevante en el análisis del macroambiente de los proyectos de factibilidad, ya que un alto porcentaje de su futuro mercado potencial tiene relación con la población y con el indicador trabajo y empleo que genera condiciones sociales positivas para el poder adquisitivo y el acceso a bienes y servicios.

La distribución del ingreso es una base que se utiliza para la segmentación de mercados de consumidores. El tamaño del ingreso de un hogar es un factor determinante para los gastos y los patrones de gastos de productos y servicios.

d) Factores Tecnológicos

Dentro de los factores tecnológicos se analizaron los siguientes:

Crecimiento tecnológico

El Gobierno del Ecuador está impulsando políticas para el crecimiento tecnológico en los sectores industriales y de servicios. El sector industrial ha tenido un crecimiento del 5.11% en el año 2015, siendo un indicador saludable en la economía nacional. El cambio de la matriz productiva es una política que genera el fortalecimiento a los emprendimientos nuevos en las diferentes actividades económicas, con la finalidad de diversificar la producción, incrementar la oferta local y exportable, disminuir las importaciones e innovar la tecnología.

Según el MIPRO, la industria ecuatoriana está constituida en un 68% por las industrias de los alimentos y textiles, como cadenas tradicionales y encadenamientos productivos.

Impulso de tecnología – investigación

El MIPRO para impulsar la tecnología e investigación para la producción, dispone del programa de Centros de Fomento Productivo (CFP), para financiar con la contraparte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y los sectores productivos interesados en la implementación de infraestructura al servicio de las cadenas de producción con la finalidad de capacitar, formar e innovar las tecnologías, para encontrar óptimos niveles de productividad y competitividad.

Éticas empresariales

En el Ecuador las empresas que cumplen con las cuatro éticas empresariales las cuales son: ética con los trabajadores, ética con la comunidad, ética con el Estado y ética con el medio ambiente, las cuales promueve el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad son premiadas con 2 sellos denominados “Hacer bien” y “Hacer mejor”, como mecanismo de reconocimiento público de la comunidad por lo cual los clientes y los consumidores, a través de esta política, han promovido un proceso de promoción en los sectores productivos del país. Los requisitos que se exigen para los sellos están basados en el marco legal vigente y estándares internacionales de la calidad.

e) Factores Ecológicos

En los factores ecológicos más destacados están:

Leyes ambientales

El gobierno del Ecuador, a través del Ministerio del Ambiente tiene el marco institucional y rector de la Ley de Gestión Ambiental, a través del Sistema Único de Manejo Ambiental (SUMA), que forma parte del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS) y otras leyes y reglamentos relacionadas con todos aquellos aspectos que demandan su aplicación.

Permisos ambientales

El Ministerio del Ambiente es el ente regulador a nivel nacional de las leyes y normativas ambientales, pero desde el año 2015 también tienen competencias los Gobiernos Autónomos Provinciales, para llevar a cabo la evaluación en los proyectos de factibilidad de cualquier naturaleza y actividad económica, y lo referente a los impactos ambientales, por lo que los profesionales que elaboran estos proyectos deben cumplir con este requisito para obtener el Registro Ambiental que generalmente es aplicado a proyectos de menor escala (microempresarial), el permiso ambiental, para proyectos de negocios que causan impactos ambientales mínimos y licencias ambientales para los proyectos que generan impactos ambientales significativos.

Los proyectos de factibilidad, y las unidades económicas de cualquier actividad deben cumplir con lo establecido en la Constitución de la República del Ecuador en el R.O No.

449 de octubre del 2008 en el art. 5 y 7 manifiesta que son deberes del Estado el desarrollo sustentable. En el art. 395 de la Ley Ambiental manifiesta que las políticas de gestión ambiental se aplicaran de manera transversal y obligatoria de cumplimiento por parte del Ministerio del Ambiente a todos los niveles y todas las personas naturales y jurídicas que desarrollen actividades en el territorio nacional. El Art. 396 obliga al Estado a evitar, controlar los impactos ambientales negativos que ocasionan por acción u omisión, cualquier persona natural o jurídica en cualquier actividad económica del país.

Los impactos negativos de un proyecto normalmente son los que puede generar en relación a la alteración de factores biofísicos como el aire, el suelo, el agua, ruido, flora y fauna que existe en el radio de acción del proyecto.

1.7.CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOOD

Tabla 4 Matriz AOOD

<p style="text-align: center;">ALIADOS</p> <p>Dispone de materias primas (harina de maíz, levadura, y otras materias primas)</p> <p>Cuenta con mano de obra directa con experiencia en la elaboración de arepas colombianas</p> <p>Cuenta con proveedores de materiales indirectos y otros insumos.</p>	<p style="text-align: center;">OPONENTES</p> <p>Débil posicionamiento de la microempresa en relación a la competencia</p> <p>Falta de capacidad de inversión inicial</p> <p>Cultura ecuatoriana</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>Posicionamiento en el mercado de la ciudad de Ibarra</p> <p>Alianzas estratégicas con los supermercados y otro tipo de clientes de la ciudad de Ibarra</p> <p>Generar valor agregado a la presentación tradicional de la arepa colombiana</p> <p>Acceso a créditos financieros y programas de gobierno</p>	<p style="text-align: center;">RIESGOS</p> <p>La inestabilidad económica del país que puede perjudicar tanto a clientes como proveedores</p> <p>Falta de costumbre de consumo de este producto</p> <p>Cambios en las políticas de funcionamiento de este tipo de microempresas</p>

Elaborado por: La autora

1.8.DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

La oportunidad de inversión de la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas se sustenta en la información del diagnóstico situacional una vez analizados los factores de la matriz AOOD, referente a que existe la disposición de abastecimiento de materias primas como harina de maíz, levadura, y otros insumos que forman parte para la elaboración de este producto y que se localiza en los diferentes distribuidores de la ciudad de Ibarra. En los procesos de producción, se encuentra en el medio actual una considerable mano de obra capacitada y con experiencia en la elaboración de las arepas colombianas.

Se sustenta la oportunidad de inversión, considerando que existen posibilidades de posicionamiento de la arepa colombiana en el mercado de la ciudad de Ibarra, y que aplicando acciones de comercialización se puede realizar alianzas estratégicas con supermercados y otro tipo de clientes para vender en forma sustentable este producto. Desde el punto de vista de acceso a créditos financieros, la Corporación Financiera Nacional y el Banco Nacional de Fomento, disponen de líneas de crédito para este tipo de proyecto.

Por lo antes expuesto se determina que el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AREPAS COLOMBIANAS EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA” es factible desarrollarlo.

1.9.ANÁLISIS DEL CAPÍTULO

Mediante el diagnóstico situacional se determina los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales de la ciudad de Ibarra, con la finalidad de sustentar la información que tiene relación con la creación de la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas y definir los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que puede generar este proyecto con la elaboración de la matriz AOOD.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1.EMPRESA

“La empresa es una unidad económica que tiene como finalidad producir bienes o servicios de una forma industrial, mercantil o de prestación de servicios, para obtener réditos económicos o sociales”. (Etzel, 2012, pág. 20)

En una empresa interactúan factores productivos de: capital, talento humano, organización, con el objetivo de generar bienes o servicios que permitan satisfacer las necesidades y expectativas de la demanda, permitiendo a las empresas obtener algún tipo de rentabilidad por la comercialización de estos bienes y/o servicios.

2.1.1. Tipos de Empresa

a) Según el Tamaño

“Las empresas según su tamaño se clasifican en:

- **Grandes empresas.** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, cuentan con 100 o más empleados, cuentan con una administración y operación avanzada, pueden obtener líneas de crédito y préstamos en entidades financieras nacionales e internacionales.
- **Medianas empresas.** Las empresas medianas cuentan con más de 15 y menos de 100 empleados.
- **Pequeñas empresas.** Son aquellas que cuentan con 15 empleados como máximo, generalmente son empresas familiares”. (Lemman, 2012, pág. 18)

Es importante tener en cuenta esta clasificación al momento de crear una empresa, para poder definir qué tipo de empresa según el tamaño será la que se va implementar, de esta manera se puede seguir con los trámites legales pertinentes para su funcionamiento.

b) Según la Producción

“Se refiere al grado de maquinación que existe en el proceso de producción:

- Una empresa pequeña realiza sus procesos de producción de forma artesanal aunque puede estar mecanizada, pero no con tanta tecnología y requiere de mucha mano de obra.
- Una mediana empresa puede estar mecanizada, contando con más maquinaria y menos mano de obra.
- Una gran empresa es altamente mecanizada y/o sistematizada”. (Armstrong, 2011, pág. 26)

El tipo de empresas según la producción, permite determinar qué tipo de maquinaria se va a utilizar en los procesos de producción, para poder catalogarla como: pequeña, mediana o gran empresa. De la misma manera se establece que cantidad de empleados se va requerir para elaborar el producto.

2.2.AREPAS COLOMBIANAS

“El consumo de productos a base de harina de maíz es muy antigua por lo menos hace 7000 años las tribus indígenas, Incas, Mayas, Aztecas molían el maíz con los dientes para realizar diferentes alimentos sólidos como las arepas y bebidas”. (Sanchez, 2011, pág. 22)

La arepa colombiana generalmente se comercializa en restaurantes grandes, pequeños, en puestos de comida colombiana y de manera informal en las esquinas de algunas ciudades del Ecuador.

Las arepas colombianas se pueden comer fritas o asadas como alimento de desayunos, meriendas o como comida rápida y puede ser acompañada con café, jugos y otras bebidas, las arepas pueden ser rellenas con queso, pollo, chorizo, carne y algún otro ingrediente. La base principal de los ingredientes es la harina de maíz. En el mercado se comercializan arepas de tamaño mediano, pequeño y grande. El proceso de elaboración de las arepas consiste básicamente en: recepción de materias primas, pesaje, preparación de la masa, amasado, moldeado y relleno, asado, almacenaje.

Ilustración 1 Arepas Colombianas



Elaborado por: La autora

2.3.EMPACADO AL VACÍO

“El empacado al vacío son procesos que se aplican a los productos alimenticios en general para generar una atmosfera libre de oxígeno, de forma que evite, retarde, el accionar de las bacterias, hongos y mantener las condiciones físicas, y organolépticas del producto como: forma, textura, humedad, sabor, aroma, color.

Los beneficios de los productos alimenticios empacados al vacío son:

- Por ser un envase hermético se evita la pérdida de peso del producto
- Se mantienen las condiciones propias del producto, conservando sus cualidades desde la fabricación hasta su consumo final
- Por su presentación ofrece mayor facilidad para su manipulación.

El sistema de envasado al vacío se realiza al ingresar el producto a ambientes de bajas temperaturas, con atmosferas controladas que reemplaza al aire con una mezcla de gases que compensan la presión atmosférica dentro del envase con lo exterior (presión ambiente), alargando la vida del producto.

Los productos empacados al vacío pueden ser:

- Verduras, hortalizas
- Pizzas – pizzetas
- Budines, bizcochuelos
- Comidas preparadas
- Sánduches
- Variedad de carnes (pollo, pavo, chanco, res, otros)
- Quesos en general
- Otros alimentos”(López, 2012, pág. 34)

La conservación al vacío consiste en evitar el contacto de los alimentos con el oxígeno, para impedir las reacciones de oxidación y el crecimiento de microorganismos, principales causantes del mal estado de los alimentos, conservando la calidad para una alimentación fresca y sana. El empackado al vacío se ajusta a los principios que tiene el país en salud y seguridad alimentaria.

Ilustración 2 Empaques al vacío



Elaborado por: La autora
Fuente: PAUMAPLASTIC

2.4.BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (BPM)

“Son principios básicos y practicas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, transporte y comercialización de alimentos para el consumo humano, con la finalidad de garantizar que los alimentos que se produzcan cumplan con las condiciones sanitarias adecuadas”. (López, 2012, pág. 39)

Son herramientas para la aplicación en cualquier actividad de producción de alimentos que permita un control de los criterios técnicos recomendados en cuanto a espacios físicos, localización por los organismos de áreas de funcionamiento, materias primas, equipos, almacenamiento, etiquetado, transporte, comercialización.

Control para el procesamiento de alimentos, garantizando la inocuidad y seguridad alimentaria para los consumidores. Las BPM están emitidas por organismos como la Constitución de la República de conformidad con el Art. 42, que es deber del Estado garantizar el derecho a la salud, su promoción, protección, por medio de la Seguridad Alimentaria, para lo cual se expide el Reglamento de BPM para alimentos procesados.

Las disposiciones contenidas en este reglamento son aplicadas para cualquier empresa que tenga actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envasado, empacado, almacenamiento y comercialización de alimentos en el territorio nacional.

2.5.HACCP

“Siglas en ingles del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de control, sistema que identifica, evalúa y controla peligros significativos para la inocuidad de los alimentos”. (López, 2012, pág. 58)

El sistema HACCP es una herramienta importante en la producción de alimentos porque aplica medidas preventivas necesarias que garantizan la calidad e inocuidad en la elaboración de alimentos y en la etapas o procesos de producción, almacenaje, transporte y comercialización.

2.6.ASEGURAMIENTO Y CONTROL DE CALIDAD

“Son todas las actividades que se rigen con principios de calidad para la producción, almacenamiento y comercialización de alimentos, varían en dependencia de la

naturaleza del alimento como especificaciones de materia prima, mano de obra directa, detalle de los procesos de producción, análisis de laboratorio, cubriendo los factores de inocuidad para asegurar alimentos normados”.(López, 2012, pág. 61)

2.7. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO Y SUS COMPONENTES

2.7.1. Estudio de Mercado

“El estudio de mercado es la técnica para identificar la oferta, demanda, precios, canales de comercialización con la finalidad de planificar estrategias comerciales adecuadas”.(Etzetel, 2012, pág. 44)

El estudio de mercado es un componente esencial de los proyectos de factibilidad o de inversión para estructurar las variables de oferta, demanda, sus proyecciones, mercado meta, realizar la segmentación bajo criterios geográficos, demográficos, con la finalidad de centrarlo en aquellos segmentos que tienen ventajas para posicionar al producto / servicio del proyecto.

a) Fuentes de información para el estudio de mercado

“Para realizar un estudio de mercado es necesario recopilar información que puede ser a través de organismos oficiales públicos, privados, estudio estadístico y otros. Las fuentes pueden ser primario y secundario”.(Lemman, 2012, pág. 31)

Las fuentes de información primaria requieren de encuestas, entrevistas, sondeos de opinión, observación directa en puntos de venta, focusgrup, que proporcionan información cualitativa y cuantitativa, confiabilidad y originalidad. Las fuentes secundarias, se obtiene de trabajos elaborados por entidades del sector público, privado, universidades y otros.

b) Ventajas del estudio de mercado

“Permite obtener una visión clara de las características del bien o servicio que el proyecto desea colocar en un mercado específico cumpliendo las exigencias de los potenciales clientes”. (Lemman, 2012, pág. 36)

Las ventajas del estudio de mercado están en relación al conocimiento de la modalidad de la demanda, su estacionalidad, la respuesta a ese bien o servicio ofrecido a un cierto precio, en una plaza determinada que los consumidores están dispuestos a adquirir. De la

oferta, competencia, que se ponen a disposición del público, cantidades, precios, tiempo, lugares.

c) Demanda

”La demanda es la que los consumidores desean adquirir, y que están dispuestos a comprar, reflejando una intención y acción de un bien o servicio, cantidad que los mercados (consumidores) estén dispuestos a acceder”.(Etzel, 2012, pág. 53)

El análisis de la demanda, en el estudio de mercado refleja la cantidad de bienes o servicios que un determinado grupo de personas requiere, dando como resultado la suma de los segmentos de potenciales compradores que demandan el producto/servicio, bajo ciertos criterios como: precio, cantidad, promoción, plaza, frecuencia de consumo, otros.

d) Dimensiones de la demanda

“Las dimensiones de la demanda son:

- Dimensión del producto / servicio; puede ser la demanda global de empresas, de línea de productos de marcas.
- Dimensión del mercado; en relación a los compradores o usuarios; demanda individual, de segmento, total del mercado. En relación al ámbito geográfico, demanda local, regional, nacional, internacional.
- Dimensión del tiempo; la demanda es a corto plazo, mediano plazo, y largo plazo”.
(Etzel, 2012, pág. 56)

Las dimensiones de la demanda deben ser consideradas para establecer las cifras de ventas en unidades, que se requieren en un determinado mercado y son variables no controladas por la empresa los cuales son factores determinantes de la demanda.

e) Oferta

“Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores tienen capacidad para ofrecer a un determinado mercado en precios y condiciones dadas en el mismo”.(Collahuazo, 2011, pág. 61)

La oferta está relacionada a factores como; volumen, precios, características del sector convirtiéndose en la curva de la oferta para que disminuya o aumente. La oferta está representada por un número de empresas competidoras que estarán en relación al tamaño del mercado y volumen de la demanda.

f) Competencia

“Es un conjunto de empresas, organizaciones que ofrecen productos o servicios iguales a los nuestros (proyecto) o que pueden reemplazar a estos, por tanto pueden ser competidores directos e indirectos”. (Armstrong, 2011, pág. 38).

En el análisis de la competencia es importante establecer que empresas venden productos iguales a los del proyecto, que ofrecen: calidad, políticas de precios, de distribución, formas de pago, aspectos diferenciados de ventas, promociones, otras. Se establece el grado de rivalidad existente, los proveedores, al poder de negociación de los compradores, cuales son los productos sustitutos.

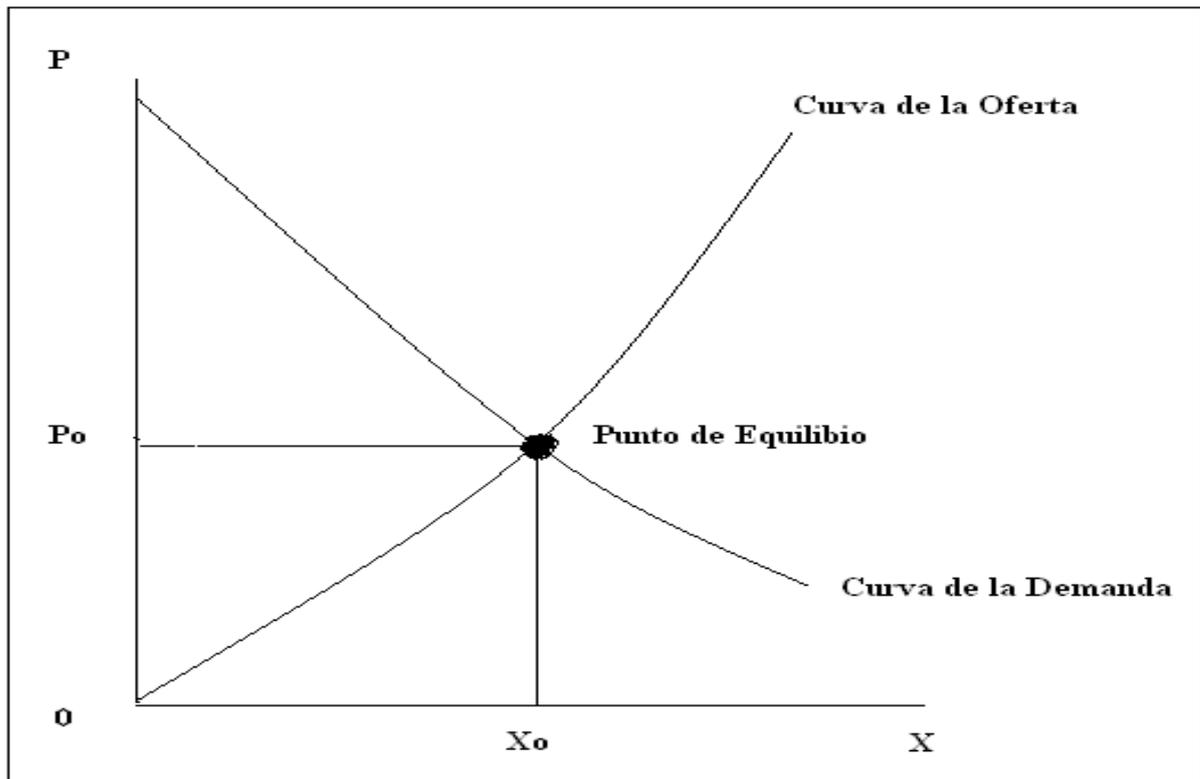
g) Proyección de oferta – demanda

“Pronóstico es una predicción de eventos futuros, debido a condiciones cambiantes de la oferta – demanda, en un mercado específico considerando factores de; tiempo, volumen de oferta – demanda, tendencia. Tendencia es decir al incremento o decremento sistémico a través del tiempo del bien o servicio”.(Armstrong, 2011, pág. 39)

Las proyecciones de oferta – demanda, se fundamenta en métodos estadísticos cuantitativos, basados en series históricas y el volumen como factores causados para establecer un futuro comportamiento en el mercado de un bien / servicio.

Los modelos más utilizados son: correlación simple o cuadrados múltiples, promedio móviles y el método de la tasa de crecimiento, que resulta más adecuado de acuerdo a la tendencia histórica de la tasa de crecimiento para número de periodos de pronóstico.

Figura 1 Proyección Oferta Demanda



Elaborado por: La autora

h) Producto/ servicio

“Es cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y que sea susceptible de cumplir necesidades y expectativas; que las características tangibles deben estar interrelacionadas a las intangibles”.(Armstrong, 2011, pág. 40)

Un producto/servicio, es algo que quiere adquirir un conjunto de personas de forma continua, circunstancial, dependiendo de la naturaleza del propio producto / servicio valorando ciertos criterios como; precio, ubicación en el mercado, moda, necesidad, imagen, marca, asociado a otros atributos que permite buscar diferencias de otros.

i) Ciclo de vida de un producto

“El ciclo de vida de un producto comprende las fases de; introducción, crecimiento, madurez, saturación, declinación y en los estudios de mercado ayuda a definir el momento en el cual se perciben los niveles de ingresos del proyecto”. (Lemman, 2012, pág. 55)

El ciclo de vida de un producto / servicio, articula las acciones de estrategias de marketing, para buscar que existe sostenibilidad de mercado del proyecto y encontrar el proceso de valorar las condiciones que rodean al producto / servicio.

2.8. ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico en un proyecto de factibilidad analiza como optimizar la capacidad instalada y operativa que tendrá la empresa fundamentado en factores de; mercado, tecnología, equipos, provisión de insumos, materias primas, fuentes de financiamiento y tipo de organización”. (Friend & Zehle, 2011, pág. 70)

El estudio técnico establece la capacidad instalada expresada en número de unidades de producción por año para funcionar con los costos menores posibles para alcanzar niveles de rentabilidad económica del proyecto.

2.8.1. Determinación del tamaño óptimo de la planta

“Se refiere al cálculo de la capacidad instalada y operativa que tendrá el proyecto, para lo cual considera indicadores de demanda del producto, fuentes de abastecimiento de insumos, factores legales, técnicos y fuentes de financiamiento y la estructura organizacional”. (Collahuazo, 2011, pág. 72)

Para establecer el tamaño óptimo que tendrá la empresa es necesario definir el volumen de la demanda, el nivel de participación del proyecto en esta demanda, los equipos, maquinaria que se requiere estableciendo niveles de rendimientos, los costos de las maquinarias e infraestructura física, las tasas de financiamiento para operar el proyecto y el capital de trabajo inicial.

2.8.2. Macrolocalización

“La localización de un proyecto es un factor importante ya que determina en gran parte el éxito económico de la funcionalidad y rentabilidad de un proyecto, se realiza considerando aspectos geográficos, servicios necesarios, cercanía al mercado, servicios básicos y otros aspectos de importancia”. (Pujol, 2011, pág. 88)

Para determinar la macrolocalización se debe analizar factores importantes como: sector estratégico, estado de las carreteras, cercanía al mercado de materias primas, de manera que se facilite determinar la ubicación que deberá tener una empresa.

2.8.3. Microlocalización

“La microlocalización es la técnica de identificar la zona de emplazamiento más favorable para el proyecto definiendo las fuerzas locacionales o factores que puedan ser medidos en forma cualitativa y cuantitativa usando diferentes métodos de evaluación”. (Pujol, 2011, pág. 90).

La microlocalización tiene como objetivo seleccionar el sitio más ideal para la ubicación geográfica del proyecto, acorde a los parámetros óptimos desde los enfoques de factores de localización específicos como accesibilidad, tipo de terreno, servicios básicos, precio del terreno, factores legales para el funcionamiento del proyecto.

2.8.4. Ingeniería del proyecto

“La ingeniería del proyecto, comprende el trabajo realizado por equipos integradores apropiados para definir los productos que elaborará el proyecto, los equipos y maquinaria, la tecnología, edificaciones y el requerimiento del presupuesto técnico y planear la valoración del proyecto de forma eficaz y rentable”. (Friend & Zehle, 2011, pág. 80)

El proceso de elaboración de los proyectos de factibilidad considera como un ciclo en su elaboración a la ingeniería del proyecto, mediante documentación concisa y justificada respecto a los procesos de producción, infraestructura física, maquinaria, talento humano y la estructura del presupuesto que requiere el proyecto en su etapa pre operativa y operativa, de acuerdo a la naturaleza y actividad económica del proyecto.

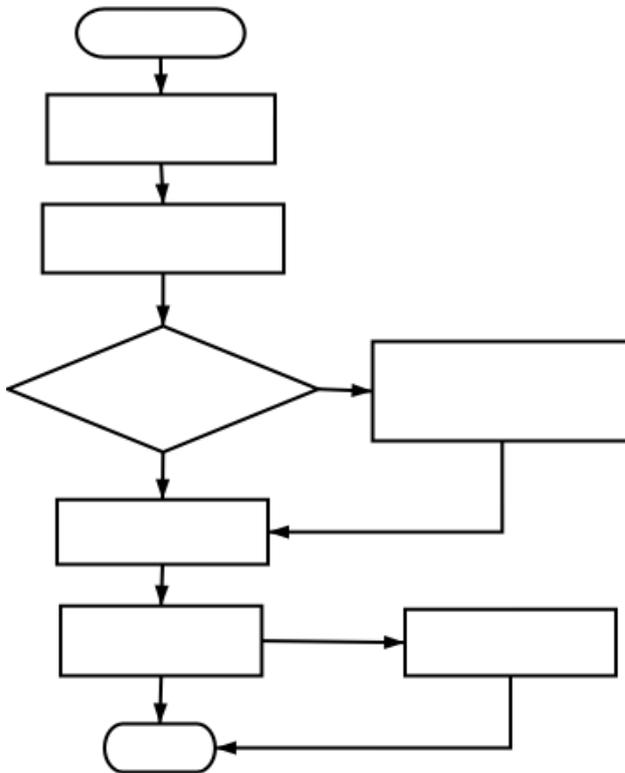
2.8.5. Procesos de producción

“Los procesos de producción tienen como finalidad describir las actividades y su secuencia lógica que son necesarios para producir un bien o servicio, de forma relacionada o que interactúan, incluye entradas y tiene resultados”. (Collahuazo, 2011, pág. 74)

Procesos de producción es un conjunto de actividades y recursos interrelacionados para llevar a cabo en forma estandarizada la provisión de materiales, a través de las funciones de una empresa de producción, para conseguir bienes o servicios. Los procesos de pueden

documentar a través de diagramas de procesos, registros, flujogramas y cursogramas analíticos.

Figura 2 Formato Diagrama de Procesos



Elaborado por: La autora

2.8.6. Presupuesto técnico

“El presupuesto técnico en los proyectos de factibilidad se basa en un conjunto de principios, organización para asignar los recursos económicos tendientes a lograr la inversión, capital de trabajo inicial de un proyecto, como mecanismo de obtención y aplicación de recursos”. (Ortiz, 2012, pág. 93)

El presupuesto técnico proporciona información adecuada, para la toma de decisiones de un proyecto de factibilidad porque orienta la ejecución de partidas presupuestarias de planta, propiedad, equipo, capital de trabajo y activos preoperativos según las necesidades de cada proyecto.

2.8.7. Valorización de inversiones

“Es la estimación económica de las inversiones que requiere un proyecto de factibilidad en su etapa de formulación, bajo criterios contables con el valor del mercado de los

elementos de planta, propiedad, equipos, capital corriente, activos preoperativos de acuerdo a las expectativas del proyecto”. (Ortiz, 2012, pág. 96)

Para valorar las inversiones en los proyectos de factibilidad se debe establecer con claridad los requerimientos de infraestructura o edificios, maquinaria, equipos, tecnología, capital de trabajo inicial, estableciendo los montos para producir, administrar, vender, analizando en forma individual los valores y otros gastos que se incurre en la puesta en marcha del proyecto.

2.8.8. Maquinaria y equipos

“Son los gastos que tiene que cubrir el proyecto por concepto de adquirir maquinaria, equipos, prima de seguros, fletes de bienes, considerados como las inversiones de capital fijo para el desarrollo de un proyecto, constituido por cuenta propia”. (Ortiz, 2012, pág. 112)

Todas las maquinas, equipos serán destinados al proceso de producción de bienes, servicios como: maquinaria de planta, equipos de oficina, vehículos, conjunto de muebles e instalaciones que tiene que adquirir la empresa o proyecto para su operación.

2.8.9. Talento humano

“El talento humano o capital intelectual está conformado por las personas y organizaciones que requiere un proyecto para operar, producir bienes y servicios, atender a sus clientes, competir en los mercados y alcanzar los objetivos – metas de una organización”. (Ortiz, 2012, pág. 34)

En la actualidad en términos talento humano, define a las personas que trabajan en las empresas sean públicas o privadas, generalmente se usan diversos términos: funcionarios, empleados, trabajadores, obreros, operarios, recursos humanos, colaboradores, capital humano, capital intelectual y otros. El talento humano constituye un capital estratégico como medio para alcanzar organizaciones exitosas, son seres humanos dotados de competencias, habilidades, destrezas, capacidades indispensables para la gestión empresarial.

2.8.10. Capital de trabajo

“El capital de trabajo comprende los diferentes activos circulantes que tiene la empresa conjuntamente con el pasivo a corto plazo, para permitir sus operaciones normales,

seleccionando los niveles de inversión óptima que ayuden a la generación de utilidades”. (Gordon, Hilton, & Welsch, 2013, pág. 47)

El capital de trabajo en los proyectos de inversión son los recursos económicos que requiere un proyecto para operar o entrar en funcionamiento en un periodo de tiempo determinado y está compuesto por los costos de producción; materiales directos, mano de obra directa, los costos indirectos de producción, los gastos administrativos y los gastos que se requieren para las ventas o comercialización del bien o servicio.

2.9. ESTUDIO FINANCIERO

“Consiste en ordenar y sistematizar la información financiera de un proyecto respecto a inversiones, presupuesto de ingresos, gastos, para elaborar estados financieros con la finalidad de evaluar la rentabilidad de un proyecto en forma clara y comprensible”. (Besley & Brigham, 2012, pág. 60)

El estudio financiero permite definir las inversiones, ingresos y egresos que van a tener las empresas en un periodo determinado, una vez que se hayan definido estos rubros se podrá realizar los estados financieros que revelen la viabilidad del estudio de factibilidad en términos contables, financieros.

2.9.1. Presupuesto de ingresos

“El presupuesto de ingresos se obtiene en relación al volumen de ventas de los bienes o servicios a un precio establecido en el mercado que tiene una empresa en su etapa operativa, representa el soporte estimado”. (Duane, 2011, pág. 53)

Es importante realizar en los proyectos de factibilidad el presupuesto de ingresos, con la finalidad de determinar las posibles entradas de dinero que tendrá la empresa las cuales reflejarán una rentabilidad para la misma.

2.9.2. Presupuesto de egresos

“Constituyen los diversos costos y gastos que asume la empresa para llevar a cabo sus procesos operativos, administrativos, de mercadeo, financieros y están representados por las partidas con sus valoraciones técnicas”. (Douglas, 2012, pág. 48)

El presupuesto de egresos refleja los costos y gastos que realizará la empresa para poder operar sin complicaciones en términos administrativos, ventas y financieros por concepto de crédito en una entidad financiera.

2.9.3. Estado de Situación Financiera

“El estado de situación financiera será preparado con los saldos de las cuentas según la apertura constate en el catálogo general de cuentas, si hubiera más de una opción de agrupamiento para una misma cuenta, respecto al corto o largo plazo su saldo se desglosara en aquellas que correspondan a su naturaleza y característica”. (Duane, 2011, pág. 59)

El estado de situación financiera refleja el comportamiento de los activos, pasivos y patrimonio de la empresa que se desea implementar, este estado refleja cuáles son sus condiciones financieras para una futura toma de decisiones.

2.9.4. Estado de Resultados Integral

“El estado de resultados será preparado con los saldos de las cuentas de ingresos y gastos, según consta en el catálogo general de cuentas, determinado como resultados parciales los correspondientes a Operación, Transferencias Financieras y Otros ingresos y gastos, antes de obtener el resultado del ejercicio”. (Douglas, 2012, pág. 62)

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias es una cedula que indica si la empresa al final del ejercicio contable tiene pérdidas o ganancias, de manera que el gerente pueda saber en qué estado se encuentra su negocio.

2.10. EVALUACIÓN FINANCIERA

2.10.1. Valor presente neto (VPN)

“Valor Presente Neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a una tasa de interés a la inversión inicial descontada a la misma tasa de interés. La tasa de actualización será igual a la tasa de descuento o costo de oportunidad”.(Friend & Zehle, 2011, pág. 99)

El valor presente neto o valor actual neto es la diferencia entre los ingresos y los egresos del proyecto, considerando el valor del dinero en el tiempo mediante la actualización del

costo de oportunidad. Este valor debe ser mayor al de la inversión inicial para que sea positivo y sea el proyecto aceptado desde este punto de vista.

2.10.2. Tasa interna de retorno (TIR)

“La tasa interna de retorno es la tasa de descuento que resulta de un valor presente neto cero. La tasa interna de retorno deberá ser aceptada si supera el costo de oportunidad para la empresa”. (Besley & Brigham, 2012, pág. 77)

La tasa interna de retorno es un indicadores financiero que se calcula con la misma ecuación que la del valor presente neto, haciendo diferencia la tasa de interés, la misma que al relacionar con los flujos netos de efectivo debe igualarse a cero, realizando una cierta cantidad de interacciones, esta tasa deberá ser superior al costo de oportunidad para que el proyecto sea aprobado.

2.11.PUNTO DE EQUILIBRIO

“Es la interacción de las ventas totales con los costos totales, para esto la organización requiere un mínimo de ventas para poder cubrir los ingresos y gastos y no reportan ni perdida ni ganancia”. (Diccionario de Contabilidad y Finanzas., 2011, pág. 129)

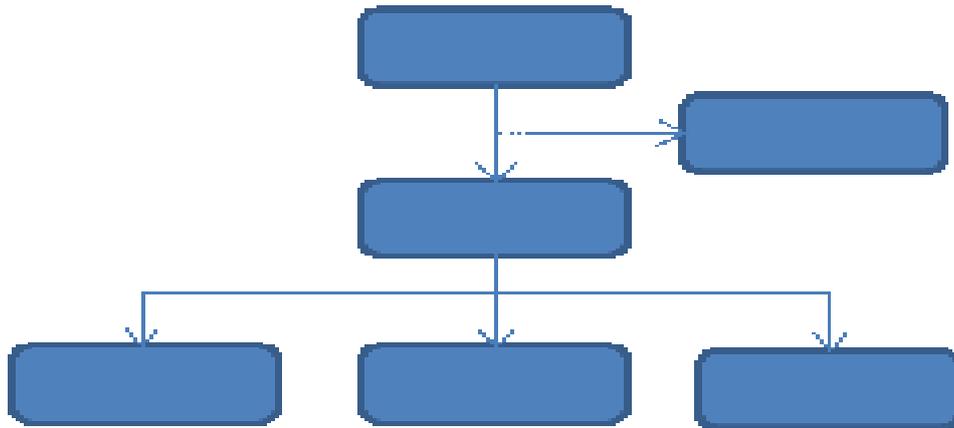
El punto de equilibrio es aquel punto en el cual la empresa no tiene ni perdidas ni ganancias, el cálculo del punto de equilibrio le permite a la empresa saber en qué cantidad de ventas empezará a tener utilidades, de igual manera conocer la viabilidad del proyecto cuando la demanda supera el punto de equilibrio.

2.12. PROCESO ADMINISTRATIVO

2.12.1. Organigrama Estructural

“El organigrama estructural es una representación gráfica en la que se expresa la jerarquía y la interrelación de los distintos departamentos o áreas de una empresa u organización”. (Douglas, 2012, pág. 22)

El organigrama estructural muestra las relaciones que tienen las distintas áreas o departamentos de una organización, reflejando en forma esquemática las líneas de autoridad y de asesoría.

Figura 3 Formato Organigrama

Elaborado: La autora

2.12.2. Misión

“La misión es un elemento importante, en vista de que a partir de la misión se formulan los objetivos que servirán de guía para la empresa, siendo esta la razón de ser de la entidad”. (Duane, 2011, pág. 35)

La misión sirve de guía para las empresas con la finalidad de orientar sus acciones a la consecución de sus objetivos y metas. La misión también es considerada como un conjunto de razones importantes de la existencia de una empresa, es importante que la empresa enuncie a que mercado de clientes se dirige y los productos que ofrece.

2.12.3. Visión

“Se comprende como visión al camino al cual se dirige la empresa u organización a largo plazo, de manera que sirva de rumbo para las decisiones estratégicas de crecimiento en conjunto con las de competitividad”. (Encomendero, 2011, pág. 25).

La visión expone en forma clara hacia donde se dirige la empresa en un plazo determinado y en que se convertirá teniendo en cuenta nuevas tecnologías, necesidades de los clientes y las condiciones del mercado.

2.12.4. Manual de funciones

“El manual de funciones es una herramienta que señala los procedimientos que deben seguir el talento humano en sus puestos ocupacionales de una empresa, definiendo en este, las responsabilidades específicas”. (Etzel, 2012, pág. 30).

El objetivo del manual de funciones es dar a conocer sus obligaciones al talento humano de una empresa, de una forma uniforme y orientadora que les permita realizar sus tareas de manera responsable evitando pérdidas de tiempo y ofreciendo servicios competitivos.

2.13.IMPACTOS AMBIENTALES

“Es cualquier cambio en el ambiente, adverso o benéfico, que resulte en el todo o en parte, por las actividades, productos o servicios de una organización. Impacto considerado como la alteración positiva y negativa de carácter significativo del Medio Ambiente por causas humanas”. (Miranda, 2011, pág. 118)

El impacto ambiental es un análisis de resultados de forma anticipada de las consecuencias que puede generar la implantación de una empresa en el medio ambiente, para lo cual se debe seguir las normas y reglamentos que estipula el Ministerio del Ambiente para que estos sean lo más bajos posible y no generen daños mayores al ambiente.

2.14.REGLAMENTO INTERNO

“Reglamento interno de trabajo es el conjunto de normas que determinan las condiciones a las que deben sujetarse el patrono y sus trabajadores en la prestación del servicio”. (Díaz, 2011, pág.358)

En toda empresa debe existir un reglamento interno compuesto por normas y leyes que determinen las obligaciones y deberes que deben cumplir los trabajadores y empleadores para colaborar con el buen funcionamiento de la misma.

2.15.CÓDIGO DE ÉTICA

“El Código de ética es una compilación de fundamentos que dictan y prescriben el comportamiento humano con relación a otros individuos o entidades. Para fines de ser explícito y difundirlo, el Código de Ética es generalmente escrito”. (Robles, 2011, pág. 98)

El Código de ética es un conjunto de normas que deben tener las empresas en forma escrita para poder controlar y regir los distintos comportamientos de sus trabajadores y poder aplicarlos de manera personal e institucional.

2.16. ANÁLISIS DEL CAPÍTULO

Con la estructura del marco teórico se recopila un conjunto de teorías y conocimientos entorno a proyectos de factibilidad, específicamente de producción y comercialización de arepas colombianas, fundamentados en bibliografía actualizada lo que permitió tener concepciones lógicas, científicas de los fundamentos del proyecto.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1.INTRODUCCIÓN

Para encontrar la viabilidad de un proyecto de inversión uno de los componentes importantes es el estudio de mercado, mediante el cual se determinan los objetivos: general y específicos y los instrumentos de recolección de información que se van a aplicar con la finalidad de determinar la oferta, demanda del producto que se desea producir y comercializar a un mercado meta ubicado en una determinada zona geográfica.

De esta forma se considera necesario ejecutar un estudio de mercado, como una herramienta que permita identificar los posibles clientes, calidad del producto, precio del producto y acogida del mismo en el mercado. En el estudio de mercado es necesario considerar estrategias de comercialización como promoción, publicidad y la plaza en la que se desea comercializar el producto ofertado.

El presente estudio de mercado se desarrolla en la ciudad de Ibarra considerando dentro de la oferta a los productores y comercializadores del producto que se plantea elaborar ubicados dentro de la zona y por otro lado dentro de la demanda, a los futuros clientes del mismo.

Adicionalmente, se analizan los precios y la competencia para poder brindar un producto de acuerdo al lugar y alcance de la economía de los clientes, sin dejar a un lado los estándares de calidad requeridos para la producción y elaboración del mismo.

La investigación de mercado se constituye en la base del plan de marketing y este del plan general de la empresa como un elemento de planificación antes de lanzar un producto al mercado, proporcionando información para delimitar el mercado real y potencial que tendrá el proyecto de factibilidad para la creación de la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas.

3.2.OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para establecer la oferta, demanda, precios y estrategias comerciales para la producción y comercialización de las arepas colombianas en la Ciudad de Ibarra y determinar de esta manera el nivel de aceptación que tendrá el producto en el mercado.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Establecer la oferta de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra, mediante investigación primaria, para determinar el volumen actual de comercialización de este producto.
- Identificar la demanda de arepas colombianas que tienen las familias de la ciudad de Ibarra, por medio de encuestas aplicadas a esta población, determinando la demanda insatisfecha.
- Establecer la frecuencia de adquisición del producto y la preferencia del relleno de arepa que tienen las familias de la ciudad de Ibarra.
- Analizar el precio de las arepas colombianas en la ciudad de Ibarra.
- Determinar el tipo de promoción que la microempresa deberá realizar para la comercialización de las arepas colombianas.

3.3. VARIABLES

- Oferta
- Demanda
- Producto
- Precio
- Promoción

3.4. INDICADORES

Tabla 5 Matriz de Indicadores

VARIABLES	INDICADORES
OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de comercialización • Tipo de productos • Preferencia de los clientes • Variedad de relleno de la arepa • Precio de comercialización • Tasa de crecimiento • Cantidad de comercialización
DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo • Abastecimiento • Nivel de aceptación • Disposición de compra
PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia de adquisición • Preferencia de relleno de la arepa
PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> • Precio dispuesto a pagar
PROMOCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de aceptación de la promoción • Tipo de promoción

Elaborado por: La autora

3.5.MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

Tabla 6 Matriz de relación del estudio de mercado

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	INFORMANTE
Establecer la oferta de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de comercialización • Tipo de productos • Preferencia de los clientes • Variedad de relleno de la arepa • Precio de comercialización • Tasa de crecimiento • Cantidad de comercialización 	Primaria	Entrevista	Empresas de la competencia
Identificar la demanda de arepas colombianas que tienen las familias de la ciudad de Ibarra	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo • Abastecimiento • Nivel de aceptación • Disposición de compra 	Primaria	Encuesta	Familias de la ciudad de Ibarra
Establecer la frecuencia de adquisición del producto y la preferencia del relleno de arepa que tienen las familias de la ciudad de Ibarra	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia de adquisición • Preferencia de relleno de la arepa 	Primaria	Encuesta	Familias de la ciudad de Ibarra
Analizar el precio de las arepas colombianas en la ciudad de Ibarra	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precio dispuesto a pagar 	Primaria	Encuesta	Familias de la ciudad de Ibarra
Determinar el tipo de promoción que la microempresa deberá realizar para la comercialización de las arepas colombianas	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de aceptación de la promoción • Tipo de promoción 	Primaria	Encuesta	Familias de la ciudad de Ibarra

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2015

3.6.MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.6.1. Identificación de la población

La población que se utilizó para elaborar el estudio de mercado, es la población de la ciudad de Ibarra la misma que es de 139.721 personas según el último Censo del INEC 2010, pero la encuesta será aplicada a las familias de la ciudad que son 34.930 familias considerando un núcleo familiar de 4 personas.

3.6.2. Identificación de la muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

- **Cálculo de la muestra**

El cálculo se expresa bajo la siguiente fórmula, para un nivel de confianza del 95%:

- **Fórmula de cálculo**

Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente ecuación:

$$n \equiv \frac{PxQxN}{(N-1)(E^2 / K^2) + PxQ}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o Universo

P= Desviación típica de la población (0.5)

Q= Desviación típica de la población (0.5)

K= valor crítico, corresponde a un valor dado del Nivel de confianza (0.95% dos colas = 1.96)

e= Error la medida de la muestra. Nivel de error (5%; 0.05)

$$n \equiv \frac{0.5 \times 0.5 \times 34.930}{(34.930 - 1)(0.05 / 1.96)^2 + 0.5 \times 0.5}$$

n= 379 familias

Tabla 7. Dosificación de la muestra

Parroquia	Porcentaje	Muestra
San Francisco	30%	114
Priorato	10%	38
Caranqui	15%	57
El Sagrario	25%	95
Alpachaca	20%	75
Total	100%	379

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2015

3.6.3. Fuentes de información

Información primaria

Se aplicó la técnica de la encuesta a las familias de la ciudad de Ibarra, con la finalidad de determinar el nivel de aceptación de las arepas colombianas en su dieta alimenticia.

Se realizaron entrevistas a cuatro locales que comercializan arepas colombianas en la ciudad de Ibarra, para determinar la oferta actual de este producto.

Información secundaria

La información secundaria se obtuvo de bibliografía de libros y de páginas de internet sobre los diferentes aspectos técnicos que deberá tener la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas, de igual manera se utilizó información estadística del INEC y del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra 2015-2023.

3.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Se realizó el análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Ibarra utilizando el cuestionario correspondiente al anexo 7 el cual está estructurado de 8 preguntas. Se analizó la entrevista aplicada a los 4 locales que comercializan arepas colombianas en la ciudad de Ibarra.

3.7.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

1. ¿Ha consumido usted en alguna ocasión la arepa colombiana?

Tabla 8 Consumo

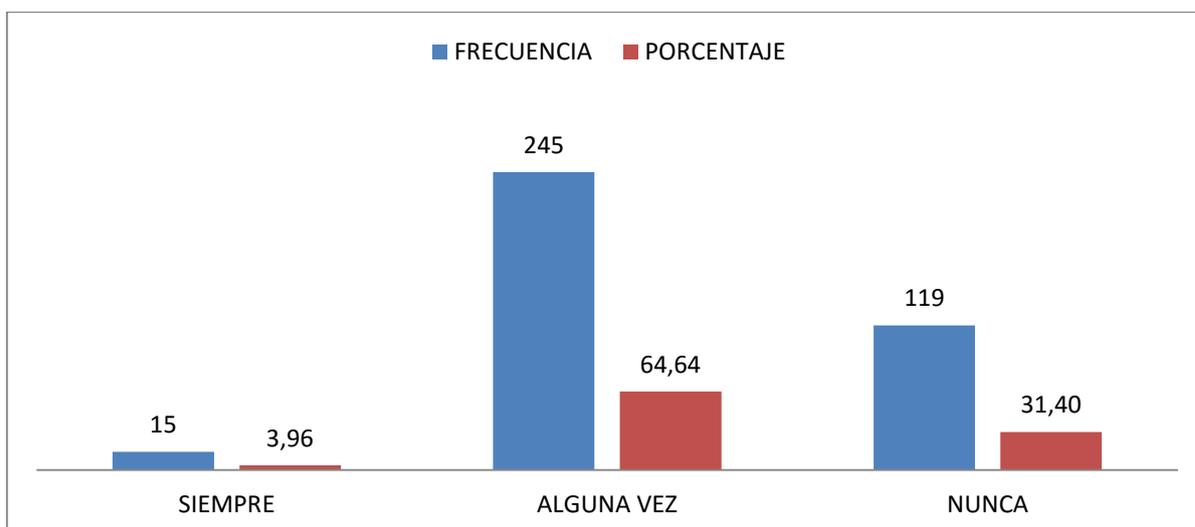
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	15	3,96
ALGUNA VEZ	245	64,64
NUNCA	119	31,40
TOTAL	379	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Gráfico 1 Consumo



Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

De la encuesta realizada se puede conocer que la mayoría de los encuestados han degustado alguna vez las arepas colombianas, otro porcentaje sostiene que nunca la ha probado y un pequeño porcentaje que siempre han consumido.

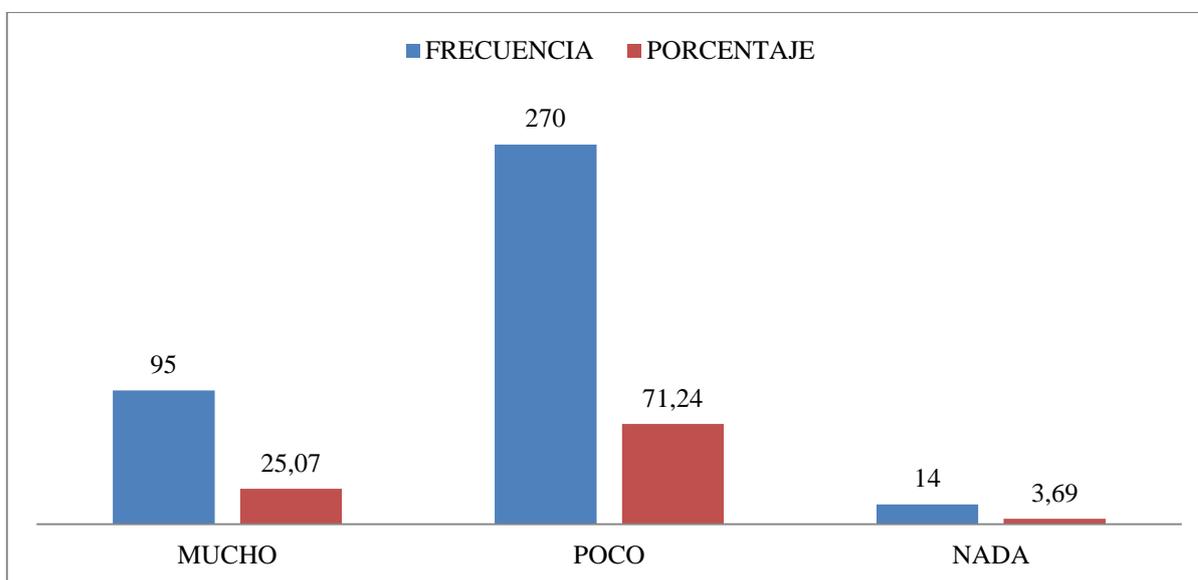
2. ¿Usted considera que los locales que comercializan este producto abastecen la demanda existente de este producto?

Tabla 9 Abastecimiento

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	95	25,07
POCO	270	71,24
NADA	14	3,69
TOTAL	379	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora
Año: 2015

Gráfico 2 Abastecimiento



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora
Año: 2015

ANÁLISIS:

La mayoría de los clientes consideran que los lugares que comercializan este producto no abastecen la demanda de este producto, ya que por factores como ubicación, calidad, precio e imagen, no cumplen con sus expectativas haciendo que disminuya su interés por comprar, pero al ingresar en el mercado con un producto de excelente calidad y fácil de adquirir, se considera que se dará lugar a una gran demanda comercial.

3. ¿Está de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se implemente una empresa de producción y comercialización de arepa colombiana empacada al vacío?

Tabla 10 Nivel de aceptación

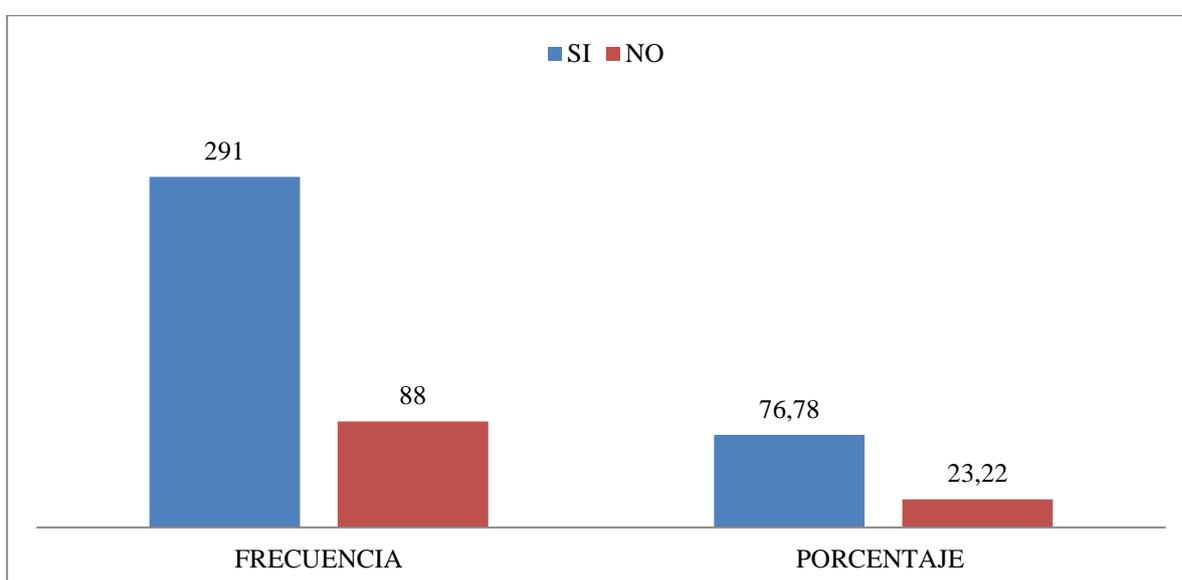
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	291	76,78
NO	88	23,22
TOTAL	379	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Gráfico 3 Nivel de aceptación



Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

Se puede determinar que el nivel de aceptación por la creación de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas empacadas al vacío es alto, en vista de que se ofertará este producto con esta nueva presentación que les brindará mayor seguridad y facilidad de consumo.

4. ¿Estaría dispuesto adquirir la arepa colombiana en la empresa?

Tabla 11 Disposición de adquisición

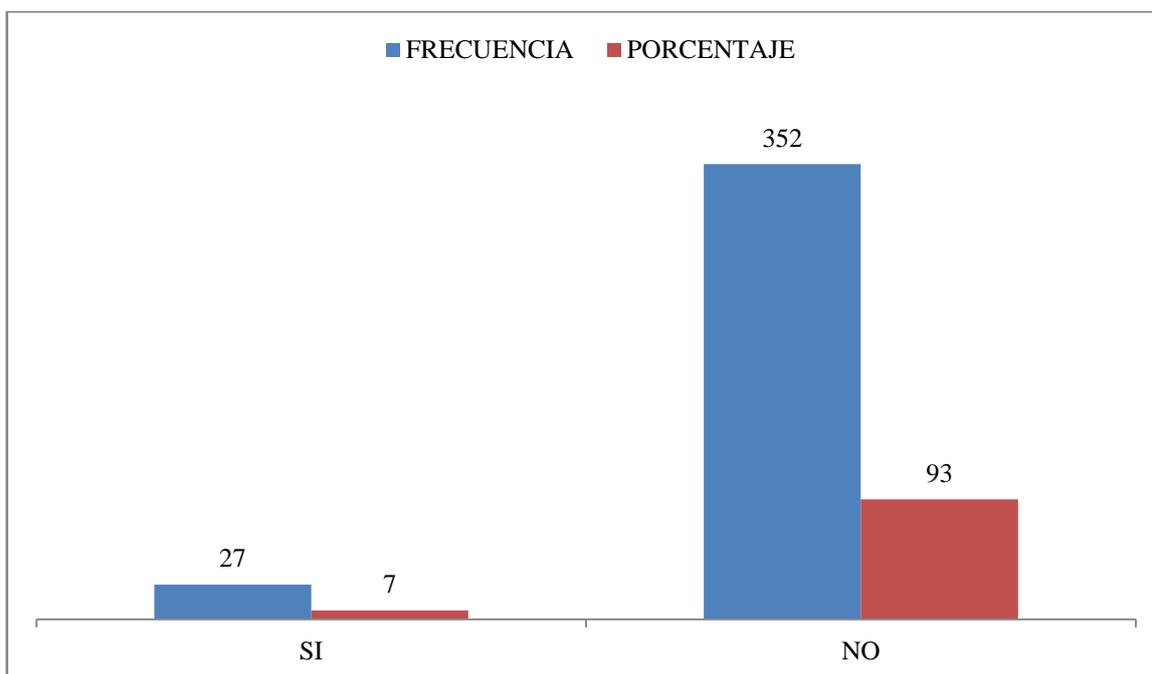
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	7
NO	352	93
TOTAL	379	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Gráfico 4 Disposición de adquisiciones



Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

La posibilidad de que las familias adquirieran este producto en la empresa es del 7% en vista de que la mayoría de los encuestados tienen preferencia por otros productos sustitutos para su consumo diario, como son: el pan, empanadas y otros productos a base de harina.

5. ¿Con qué frecuencia le gustaría consumir las arepas colombianas?

Tabla 12 Frecuencia de adquisición

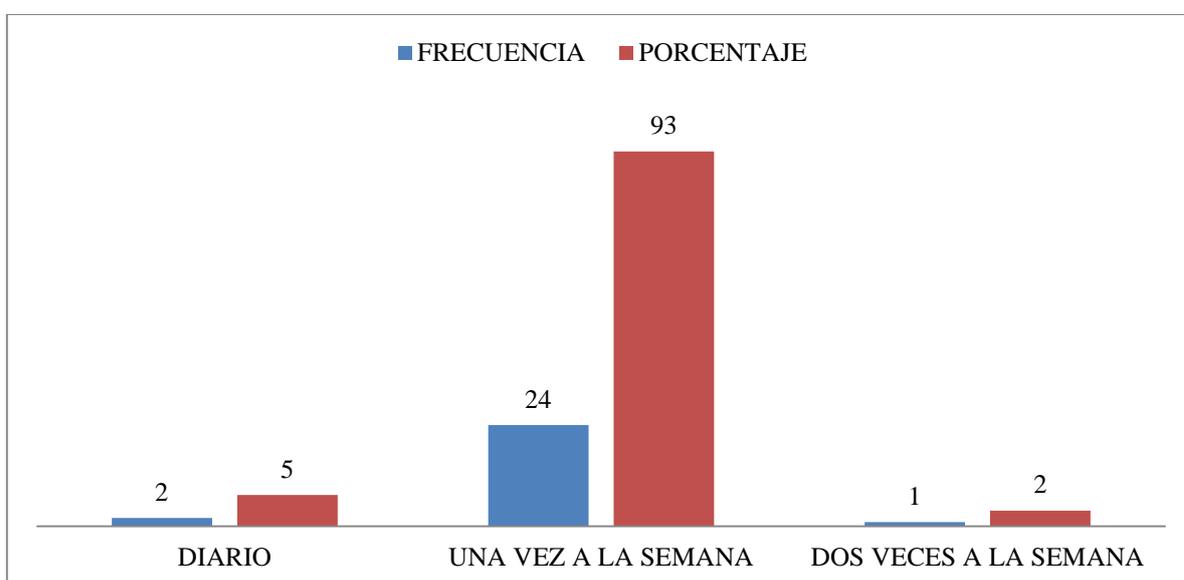
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIO	2	5
UNA VEZ A LA SEMANA	24	93
DOS VECES A LA SEMANA	1	2
TOTAL	27	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Gráfico 5 Frecuencia de adquisición



Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

De los encuestados que manifestaron que si están de acuerdo en adquirir las arepas colombiana en la empresa, se determina que la mayoría están en disponibilidad de consumir este producto una vez a la semana y pocos de forma diaria y dos veces a la semana respectivamente.

6. ¿Qué tipo de relleno le gustaría que tengan las arepas colombianas?

Tabla 13 Preferencia de relleno

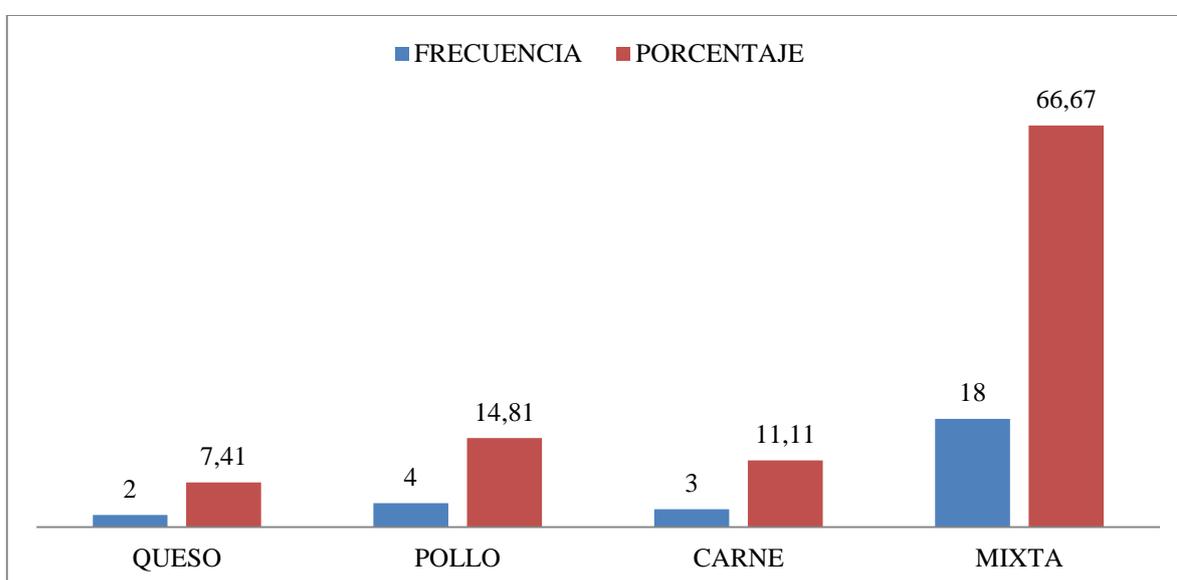
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
QUESO	2	7,41
POLLO	4	14,81
CARNE	3	11,11
MIXTA	18	66,67
TOTAL	27	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Gráfico 6 Preferencia de relleno



Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

Como se puede observar, los cuatro tipos de rellenos tienen gran acogida por las personas encuestadas pero sobresale principalmente el relleno mixto, otro porcentaje tienen preferencia por el relleno específico de pollo, carne y queso.

7. ¿Qué precio estaría dispuesto a cancelar por una arepa colombiana?

Tabla 14 Precio

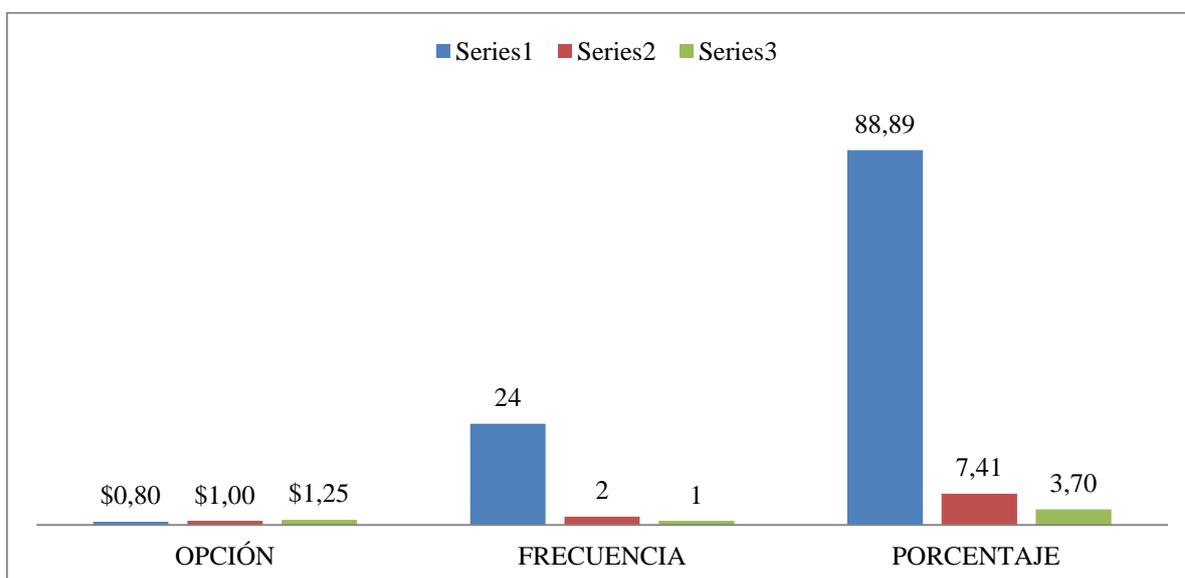
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 0,80	24	88,89
\$ 1,00	2	7,41
\$ 1,25	1	3,70
TOTAL	27	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Gráfico 7 Precio



Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

El precio que están dispuestos a pagar los encuestados por las arepas colombianas es de \$0.80 en vista de que este precio es el que se relaciona con la competencia, otro porcentaje estarían dispuestos a cancelar un precio más alto por los factores que diferencia el producto a los distintos productos de la competencia.

8. ¿En dónde considera usted que se debe distribuir este producto?

Tabla 15 Distribución

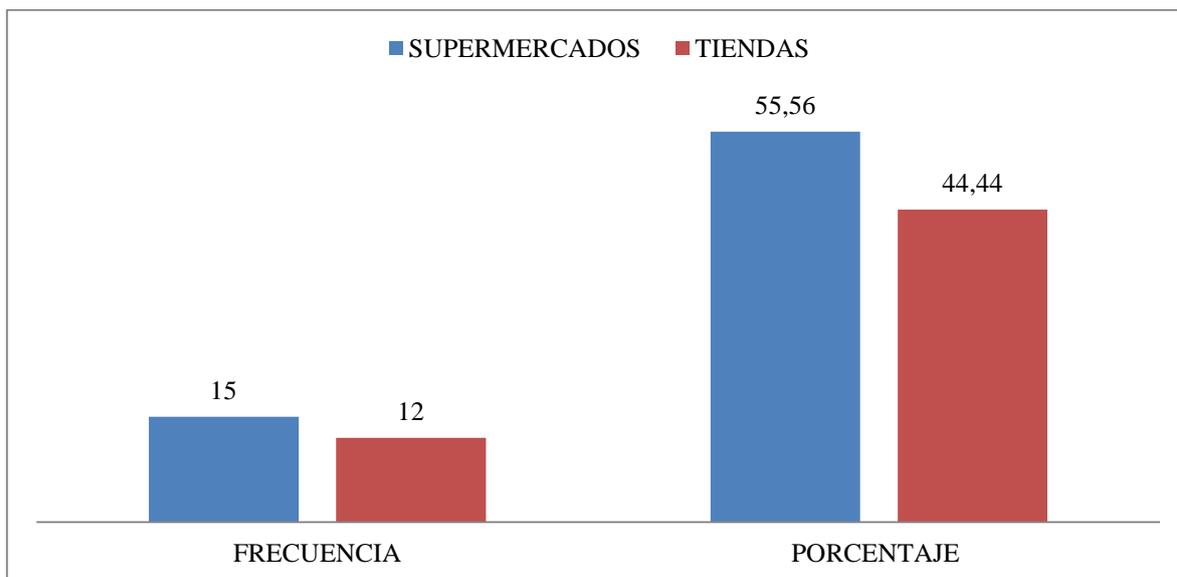
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SUPERMERCADOS	15	55,56
TIENDAS	12	44,44
TOTAL	27	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Gráfico 8 Distribución



Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados sostienen que este producto se debe distribuir en los supermercados y tiendas de la ciudad de Ibarra, en vista de que es más fácil y rápida la adquisición en estos centros de expendio.

9. ¿Está de acuerdo que la microempresa realice promociones?

Tabla 16 Promoción

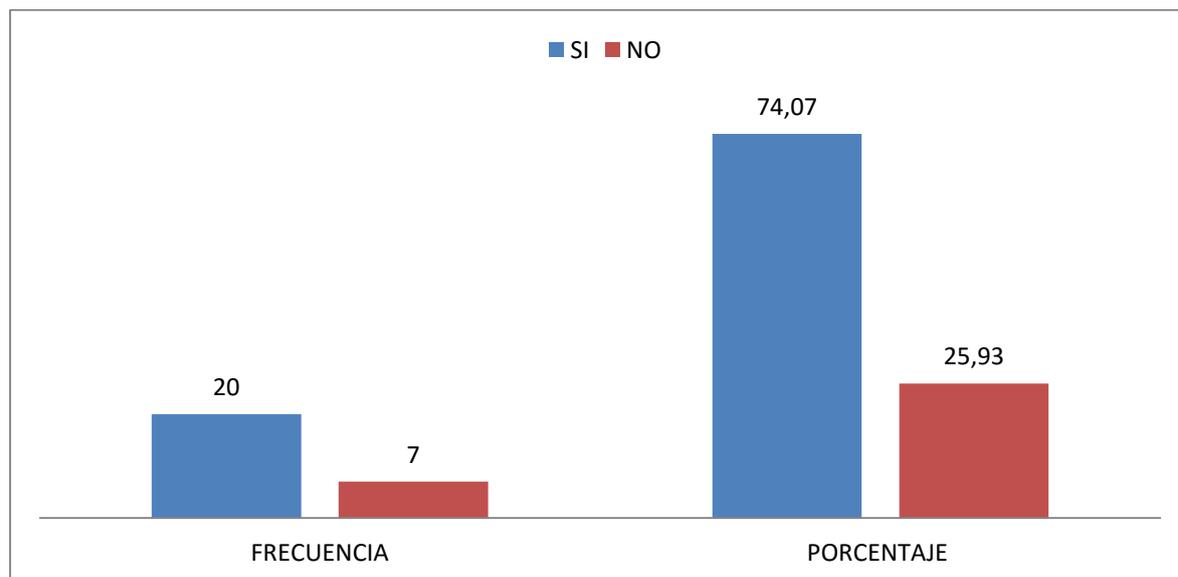
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	74,07
NO	7	25,93
TOTAL	27	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Gráfico 9 Promoción



Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

Un alto porcentaje de los encuestados que están dispuestos adquirir las arepas colombianas, si les gustaría que la microempresa realice algún tipo de promoción para que incentive a los consumidores adquirir el producto y de esta manera se incrementen sus clientes.

10. ¿Qué tipo de promoción le gustaría que la empresa realice?

Tabla 17 Tipo de promoción

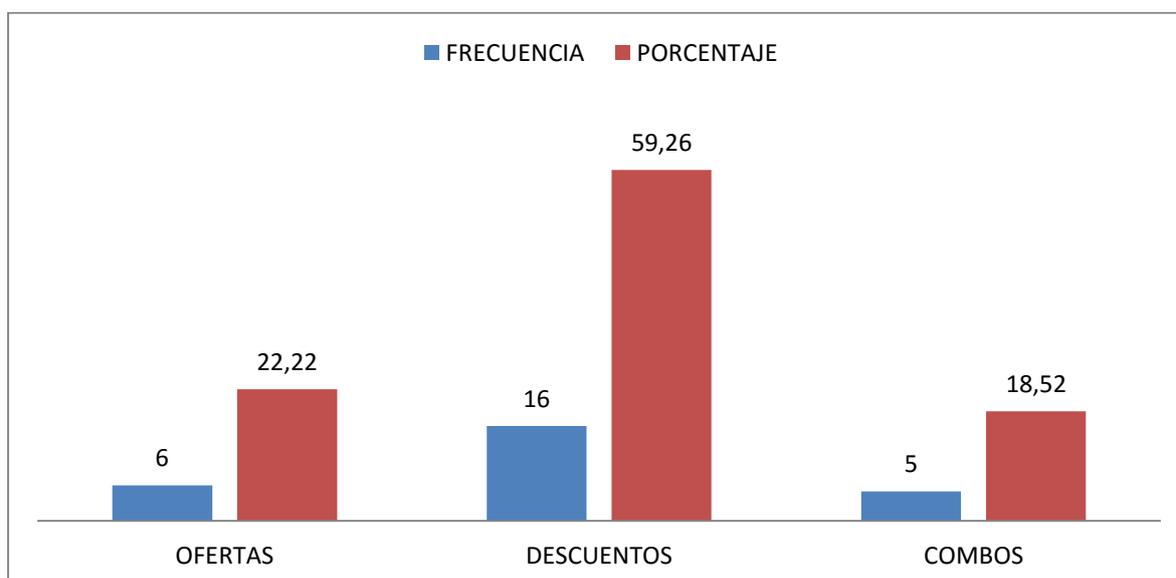
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
OFERTAS	6	22,22
DESCUENTOS	16	59,26
COMBOS	5	18,52
TOTAL	27	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Gráfico 10 Tipo de promoción



Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

Respecto al tipo de promoción, un alto porcentaje tienen preferencia porque se realice descuentos en la compra de arepas colombianas en relación a la cantidad de compra, otro porcentaje le gustaría que la microempresa realice ofertas y otro grupo de encuestados consideran que se debe realizar combos, de esta manera generará fidelidad en sus consumidores.

3.7.2. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA A 4 LOCALES QUE COMERCIALIZAN AREPAS COLOMBIANAS EN LA CIUDAD DE IBARRA

Dueño/a del local: María Montoya

Fecha de la entrevista: 15/12/2015

P1. ¿Cuánto tiempo lleva usted en esta actividad económica?

R1. El tiempo que lleva este local comercializando arepas colombianas es de aproximadamente 3 a 4 años en el mercado de la ciudad de Ibarra.

Análisis

Se determina que la Sra. María Montoya en esta actividad económica tiene mucha experiencia produciendo y comercializando arepas colombianas.

P2. ¿Qué productos brinda su negocio?

R2. A parte de las arepas colombianas, los productos que se ofertan en este local son empanadas de pollo y papas rellenas, debido a que todos estos productos tienen gran aceptación en los consumidores y son de estilos similares.

Análisis

Debido a que los consumidores les gustan tener opciones de compra, la entrevistada tiene otros productos que también son de preferencia de los clientes.

P3. ¿Considera que las arepas colombianas son de preferencia por los clientes?

R3. Actualmente se puede decir que este producto si tiene acogida entre los consumidores de la ciudad, ya que se oferta arepas de maíz con rellenos de algunos tipos los cuales son de gran aceptación por los clientes.

Análisis

Se determina que existe una preferencia considerable de este producto, en vista de que muchas personas han tenido la oportunidad de degustarlo, encontrando en este producto un agradable sabor.

P4. ¿Qué variedades de relleno de la arepa colombiana brinda su negocio?

R4. La variedad de relleno que se brinda en la arepa colombiana esta compuesta por ingredientes surtidos que son queso, pollo, carne y mixto.

Análisis

Las personas que tienen preferencia por este tipo de productos les gusta que las arepas tengan algún tipo de relleno ya sea de queso, carne, pollo o mixtas.

P5. ¿Cuál es el precio que actualmente tiene este producto?

R5. El precio que se maneja para este producto es de \$0.80 hasta de \$1.25 de acuerdo al relleno que solicite el cliente.

Análisis

Se determina que el precio de la arepa colombiana tiene variación dependiendo del tipo de relleno que el cliente solicite.

P6. ¿Cuál es la tasa de crecimiento promedio de comercialización de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra en los últimos años?

R6. La tasa de crecimiento de comercialización promedio que ha tenido este producto en los últimos años es del 12%, en vista de que ha aumentado la preferencia de los clientes por las arepas colombianas.

Análisis

Se establece que la comercialización de las arepas colombianas ha tenido una tasa de crecimiento considerable en los últimos años.

P7. ¿Qué cantidad de arepa colombiana comercializa usted diariamente?

R7. Considero que la comercialización diaria de arepas colombianas en este local es de 50 arepas diarias, laborando 6 días a la semana, lo que da un promedio de 300 arepas semanales.

Análisis

La cantidad de arepas que comercializa actualmente es moderada, debido a que este producto no es tan conocido por algunas personas.

Dueño/a del local: Keyla Cabezas

Fecha de la entrevista: 16/12/2015

P1. ¿Cuánto tiempo lleva usted en esta actividad económica?

R1. El tiempo que llevo en esta actividad económica es de aproximadamente 3 años en la ciudad de Ibarra.

Análisis

Se determina que la dueña de este local cuenta con la suficiente experiencia para realizar esta actividad económica en los últimos 3 años.

P2. ¿Qué productos brinda su negocio?

R2. Los productos que se ofrece en el local son buñuelos, empanadas de carne, papas rellenas, arepas simples y rellenas, en vista de que son productos apetecibles dentro de este medio.

Análisis

Además de las arepas colombianas la dueña considera que se debe incrementar otros productos que sean de agrado de los consumidores, ya que en ocasiones solicitan otras opciones.

P3. ¿Considera que las arepas colombianas son de preferencia por los clientes?

R3. En los últimos años, luego de conocer y elaborar este producto, considero que han incrementado personas que tienen preferencia por las arepas colombianas.

Análisis

Las arepas colombianas en los últimos años ha incrementado la preferencia de la población, en vista de que es un producto que está al alcance de todo estrato social.

P4. ¿Qué variedades de relleno de la arepa colombiana brinda su negocio?

R4. Entre los rellenos de arepas que son de mayor aceptación tenemos a los rellenos de pollo, carne, queso, y mixto.

Análisis

La variedad de relleno que tienen preferencia los consumidores de arepas colombianas son: el queso, carne, pollo y otros solicitan que el relleno sea mixto.

P5. ¿Cuál es el precio que actualmente tiene este producto?

R5. El precio actual de las arepas colombianas es de \$0.80 y de \$1.25, en relación al tipo de relleno.

Análisis

El precio de la arepa depende del tipo de relleno que solicite el cliente, por eso es la variación entre la arepa sin relleno y la que tiene relleno.

P6. ¿Cuál es la tasa de crecimiento promedio de comercialización de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra en los últimos años?

R6. Se puede decir que el crecimiento ha sido entre 10% a 12% debido a que los clientes le encuentran a las arepas como otra opción para el desayuno, meriendas o entre comidas.

Análisis

En los últimos años la comercialización de las arepas colombianas ha tenido una tasa de crecimiento considerable, por lo tanto se establece que este producto se está posicionando en el mercado.

P7. ¿Qué cantidad de arepa colombiana comercializa usted diariamente?

R7. Actualmente se comercializa 50 arepas diarias y se trabaja solo 6 días a la semana.

Análisis

La cantidad que se comercializa en forma diaria de arepas es considerable en vista de que no es un producto tan conocido.

Dueño/a del local: Alveris López

Fecha de la entrevista: 16/12/2015

P1. ¿Cuánto tiempo lleva usted en esta actividad económica?

R1. En esta actividad económica llevo 4 años dentro del mercado de la ciudad de Ibarra.

Análisis

La experiencia que tiene la dueña del local de arepas colombianas es de 4 años en la producción y comercialización de arepas colombianas.

P2. ¿Qué productos brinda su negocio?

R2. Los productos que son de mayor preferencia por los consumidores son: arepas sencillas y rellenas, empanadas rellenas de carne, pollo, papas rellenas.

Análisis

Se debe tener en estos locales otra opción de productos, con la finalidad de que los clientes escojan que desean consumir.

P3. ¿Considera que las arepas colombianas son de preferencia por los clientes?

R3. Considero que se ha incrementado la preferencia de los consumidores por este tipo de producto, por el excelente sabor y calidad que tiene.

Análisis

En los últimos años las arepas van incrementando su posicionamiento en el mercado, debido a que los clientes van solicitando este producto como una alternativa en su alimentación.

P4. ¿Qué variedades de relleno de la arepa colombiana brinda su negocio?

R4. Las arepas colombianas se comercializan rellenas de queso, carne, pollo y mixtas.

Análisis

El tipo de relleno de las arepas colombianas que son de preferencia para los clientes son de carne, pollo y mixtas.

P5. ¿Cuál es el precio que actualmente tiene este producto?

R5. La arepa colombiana dependiendo del relleno tiene un precio entre \$0.80 y \$1.25.

Análisis

La variación del precio que tiene la arepa colombiana es en relación al tipo de relleno que el cliente solicite.

P6. ¿Cuál es la tasa de crecimiento promedio de comercialización de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra en los últimos años?

R6. Considero que se ha incrementado el 12% la comercialización de este producto en los últimos años, porque se considera como un producto que se ha ganado a los consumidores.

Análisis

Se determina un crecimiento moderado de la comercialización de la arepa colombiana, en vista de que los consumidores toman como otra opción para su alimentación.

P7. ¿Qué cantidad de arepa colombiana comercializa usted diariamente?

R7. Diariamente se comercializa 50 arepas como promedio, trabajando 6 días por semana.

Análisis

Actualmente la comercialización de arepas colombianas ha ido incrementándose, por esta razón se comercializan 50 arepas diarias.

Dueño/a del local: Yenny Gómez

Fecha de la entrevista: 17/12/2015

P1. ¿Cuánto tiempo lleva usted en esta actividad económica?

R1. Aproximadamente llevo 3 años realizando esta actividad económica en la ciudad de Ibarra.

Análisis

La señora propietaria del local de arepas colombianas cuenta con la experiencia suficiente en la producción y comercialización de estos productos.

P2. ¿Qué productos brinda su negocio?

R2. Arepas colombianas sin relleno y con relleno, empanadas, papas rellenas, ya que son los productos que más solicitan los consumidores.

Análisis

Los locales de venta de arepas colombianas deben incrementar otro tipo de productos, para que los consumidores tengan otras opciones de compra.

P3. ¿Considera que las arepas colombianas son de preferencia por los clientes?

R3. En los últimos años las arepas colombianas si son consideradas como uno de los productos de preferencia por los clientes.

Análisis

En los últimos años los consumidores que han tenido la oportunidad de degustar este producto, han considerado como una alternativa para su alimentación diaria en compañía de otros alimentos.

P4. ¿Qué variedades de relleno de la arepa colombiana brinda su negocio?

R4. Se vende arepas colombianas rellenas de pollo, mixtas, de carne, queso.

Análisis

La comercialización de arepas colombianas la realiza de dos formas, sencillas o rellenas con diferente tipo de relleno.

P5. ¿Cuál es el precio que actualmente tiene este producto?

R5. El precio que tienen las arepas es en dependencia del relleno de \$0.80 y \$1.25.

Análisis

Las arepas colombianas varían su precio en relación al tipo de arepa que solicite el cliente esta puede ser con relleno o sin relleno.

P6. ¿Cuál es la tasa de crecimiento promedio de comercialización de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra en los últimos años?

R6. La tasa en el incremento de la comercialización de arepas colombianas es del 12%, porque los consumidores ya tienen preferencia por estos productos.

Análisis

En los últimos años la comercialización de las arepas colombianas ha tenido un incremento considerable ya que se considera como una alternativa alimenticia para la población.

P7. ¿Qué cantidad de arepa colombiana comercializa usted diariamente?

R7. En forma diaria se comercializan 50 arepas aproximadamente, los seis días de la semana que se labora.

Análisis

La comercialización de este tipo de producto en comparación a años anteriores ha ido incrementándose, llegando a vender 50 arepas diarias como promedio.

3.8. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.8.1. Demanda actual

Para el cálculo de la demanda actual de arepas colombianas se utilizó la pregunta No. 4 de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Ibarra, en la que el 7% de estas familias tienen preferencia por adquirir este producto lo que significa 2.445 familias

(34.930*7%) y la pregunta No. 5 relacionada con la frecuencia de consumo, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 18 Demanda actual

Familias que adquieren	Frecuencia de consumo	%	Total familias	No. arepas (considerando 4 personas del núcleo familiar)	No. arepas / mes	No. arepas / año
2.445	Diario	5	122	488	14.640	175.680
	Una vez por semana	93	2.274	9.096	36.384	436.608
	Dos veces por semana	2	49	196	1.568	18.816
Total		100	2.445		52.592	631.104

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

De los datos del cuadro se puede establecer que el 5% de las familias que tienen preferencia por este producto, están en posibilidades de consumir una vez al día, lo que representa 122 familias que corresponde a 488 arepas considerando un núcleo familiar conformada de 4 personas, lo que significa que este segmento de mercado representa 14.640 arepas mensuales y 175.680 arepas anuales. Con este criterio se realizaron las otras frecuencias de consumo determinándose que la demanda actual de arepas colombianas es de 631.104 anuales. (Fuente: encuestas del estudio de mercado aplicado a las familias de la ciudad de Ibarra)

3.8.2. Proyección de la demanda

Para estimar la proyección de la demanda de las arepas colombianas en la ciudad de Ibarra se consideró los siguientes aspectos: la demanda actual que es de 631.104 arepas anuales y la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra que es del 2.99% según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón 2015-2023, para lo cual se utilizó la fórmula de la tasa de crecimiento:

$$Mn = Mo(1 + t)^n$$

Dónde:

- a) Mn = Demanda futura
- b) Mo = Demanda actual (año 2015)
- c) n = años proyectados

d) $1 = \text{constante}$

e) $t = \text{Tasa de crecimiento}$

Tabla 19 Proyección de la demanda

AÑOS	Número de arepas $M_n = M_o(1+0.0299)^n$
2016	649.974
2017	669.408
2018	689.423
2019	710.037
2020	731.267

Elaborado por: La autora

La demanda proyectada de este producto en la ciudad de Ibarra considerando los dos indicadores, crecimiento poblacional y la demanda actual, se establece que en el año 2016 la demanda será de 649.974 arepas colombianas, las otras proyecciones se muestran en el cuadro respectivo.

3.9. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.9.1. Oferta Actual

Para determinar la oferta actual de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra se entrevistó a los 4 propietarios de los locales que actualmente expenden este producto de la cual se sustenta en la pregunta No. 7 referente al número de arepas que comercializan en forma semanal, se determina que este es de 300 unidades, con un promedio diario de 50 arepas (6 días en la semana), lo que significa una oferta actual de:

- 300 arepas semanal * 4 locales = 1.200 arepas / semanal
- 1.200 arepas semanal * 4 semanas = 4.800 arepas / mes
- 4.800 arepas / mes * 12 meses = 57.600 arepas / año

De este análisis la oferta actual de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra es de 57.600 anuales.

3.9.2. Proyección de la oferta

En la proyección de la oferta de arepas colombianas se consideró la pregunta No. 6 de las entrevistas aplicadas a los propietarios de los 4 locales que ofertan este producto en la ciudad de Ibarra, de esto se establece que existe una tasa de crecimiento anual del 12%, que es el índice de crecimiento para realizar la proyección, utilizando la siguiente fórmula.

- a) $Mn = Mo(1 + t)^n$
- b) Dónde:
- c) Mn = Oferta futura
- d) Mo = Oferta actual (año 2015)
- e) n = años proyectados
- f) 1 = constante
- g) t = Tasa de crecimiento

Tabla 20 Proyección de la oferta

AÑOS	Número de arepas $Mn=Mo(1+0.12)$
2016	64.512
2017	72.253
2018	80.923
2019	90.634
2020	101.510

Elaborado por: La autora

3.10. DEMANDA INSATISFECHA

Para efectuar el cálculo de la demanda insatisfecha se consideraron las proyecciones de la oferta y la demanda, teniendo los siguientes resultados:

Tabla 21 Demanda insatisfecha

AÑOS	OFERTA EN NÚMERO DE AREPAS	DEMANDA EN NÚMERO DE AREPAS	DEMANDA INSATISFECHA EN NÚMERO DE AREPAS
2016	64.512	649.974	585.462
2017	72.253	669.408	597.155
2018	80.923	689.423	608.500
2019	90.634	710.037	619.403
2020	101.510	731.267	629.757

Elaborado por: La autora

La demanda insatisfecha para el año 2016 es de 585.462 arepas colombianas, por lo que se sustenta el proyecto con una posibilidad de captar de esta demanda insatisfecha en un 49.19% que representa 288.000 arepas anuales que estaría en posibilidades de vender la empresa (proyecto).

3.11. ANÁLISIS DE PRECIOS

Al analizar los precios de las arepas colombianas que actualmente se comercializan en la ciudad de Ibarra, se establece que están en relación al tipo de presentación y son los siguientes:

Ilustración 3 Precio

TIPO DE PRESENTACIÓN	PRECIO REFERENCIAL
Sencilla	\$0.80
Con un tipo de relleno	\$1.00
Con relleno mixto	\$1.25

Fuente: Entrevistas a locales de venta de arepas

Elaborado por: La autora

Los precios de las arepas colombianas considerando el tipo de presentación están en un rango de \$0.80 a \$1.25 en relación a las características de las mismas.

- **Fijación de precios**

No existe una normativa legal en la fijación de precios de las arepas colombianas, como en la comercialización de productos de panificación que existe una normativa de fijación de precios que regula la venta de los mismos. Los precios que manejará la

empresa estarán en relación a la competencia y la estructura de los costos directos e indirectos que son necesarios para la producción de este producto.

3.12. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

De los cuatro locales analizados donde se comercializan arepas colombianas en la ciudad de Ibarra, se determina que no disponen de ambientes adecuados en cuanto a espacios físicos, formas de exhibir el producto, atención al público e imagen publicitaria.

Considerando la presentación que tendrá el producto del proyecto la cual es de empacado al vacío en bandejas de cinco unidades, se puede determinar que no existen competidores directos y que los 4 locales serian competidores indirectos.

Se considera como oferta sustituta o productos sustitutos de la arepa colombiana, todos los productos de panificación y afines elaborados a base de harina de maíz, trigo, maíz blanco y otro tipo de harinas que se comercializan en la ciudad de Ibarra en diferente tipología de locales.

3.13. COMERCIALIZACIÓN

Para la comercialización de las arepas colombianas se aplicará las estrategias de marketing mix: producto, precio, promoción y plaza que se detallan a continuación:

3.13.1. Estrategia de producto

Las estrategias de producto que la microempresa realizará son las que a continuación se detallan:

- Dar a conocer a los potenciales clientes los atributos o aspectos físicos del producto (arepas colombianas): sabor, tamaño de la presentación, características, envase, tipo de presentación, garantía de seguridad alimentaria.
- Transmitir a los clientes los beneficios que tiene la arepa en la dieta alimenticia: alimento nutritivo, puede ser acompañado por bebidas de cualquier naturaleza.
- Diferencia la calidad que tiene la arepa colombiana en cuanto a sus procesos de elaboración y uso de materias primas como activo tangible que se constituya en eje central de la estrategia de ventas.
- Estrategia de marca del producto “arepa colombiana”, para distinguirlo de la competencia, crear una personalidad sólida del producto, construir una imagen definida, diferenciada y clara, creando barreras para la competencia.

- Realizar encuestas a los clientes para determinar los niveles de satisfacción del producto.
- Desarrollar las necesidades de los clientes y transformarlos en requisitos técnicos de la elaboración de la arepa colombiana (necesidades de clientes = respuestas técnicas del producto)
- Efectuar consultas telefónicas a los clientes, para conocer comentarios sobre el producto y tener sus puntos de vista en cuanto al tamaño, sabor, color, tipo de presentación y otros aspectos de la estructura interna del producto.

3.13.2. Estrategia de precio

Las estrategias de precio son de gran relevancia en el plan de comercialización, ya que es un indicador importante a la hora de decidir la compra, por lo que como política general de la empresa, será mantener precios competitivos y estandarizados. Las estrategias propuestas son las siguientes:

- Liderazgo en costos, a través de un sistema de costos que permita planificar, controlar lo que ocasione mantener precios del producto en forma constante en periodos de tiempo.
- Mantener precios competitivos en relación a las arepas colombianas tradicionales que se comercializan en la ciudad de Ibarra.
- Realizar descuentos por volumen de compra a los supermercados, tiendas y otros clientes fijos de la empresa.
- Establecer condiciones de pago con los clientes fijos, de manera que se mantenga el portafolio de clientes, y se sustente los ingresos por ventas.

3.13.3. Estrategias de promoción

El objetivo principal al plantear las estrategias de promoción es fortalecer la cadena de comercialización, mediante la aplicación de las siguientes estrategias:

- Realizar las ventas en forma personalizada a sus clientes o distribuidores del producto
- Realizar publicidad mediante cuñas radiales en una radio local de mayor sintonía, con la finalidad de dar a conocer el producto, sus ventajas nutricionales, de presentación y otros atributos del mismo.

- Promocionar en ferias gastronómicas a nivel local y cantonal
- Mantener optimas relaciones comerciales con sus clientes
- Realizar promociones que permita ingresar en nuevos segmentos de mercado de la ciudad de Ibarra y de otras ciudades de la provincia.
- Realizar la promoción a través de banners, afiches y otros que se entregara a los locales que comercialicen el producto.
- Diseñar una página web como una acción de marketing directo para mejorar y ampliar la cartera de clientes.

3.13.4. Estrategias de distribución (plaza)

El producto a elaborar contará con dos medios de distribución establecidos en base a las necesidades de los clientes, quedando detallados de la siguiente manera:

- Mantener dos canales de distribución: el primero empresa – distribuidores que son los supermercados y tiendas y el segundo entrega a domicilio.
- Dar un cumplimiento en cuanto a las coberturas de entrega del producto en las horas determinadas y en la cantidad de producto pactado.
- Manejar los inventarios de productos terminados en relación a los requerimientos del mercado, con la finalidad de atender los pedidos que generalmente no son cotidianos.

3.14. ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Del presente estudio de mercado se obtienen las siguientes conclusiones:

- Del análisis de la demanda de arepas colombianas se determina que en la ciudad de Ibarra existe una demanda actual de 631.104 arepas anual. La demanda proyectada considerando una tasa de crecimiento poblacional del 2.99% es de 649.974 arepas para el año 2016 y para el año 2020 de 731.267 arepas.
- La oferta actual de términos cuantitativos del producto es de 57.600 arepas anuales que comercializan los 4 locales que comercializan este producto en la ciudad de Ibarra; de esta información se establece que la tasa de crecimiento en la comercialización de la arepa colombiana es del 12%; lo que establece una oferta proyectada de 64.512 arepas para el año 2016.

- El producto que elaborará la microempresa es la arepa colombiana la cual se comercializará en una presentación de 5 unidades en bandejas rígidas empacadas al vacío con envase fechado y etiquetado, para mantener todas sus cualidades: sabor, aroma, color, textura, peso de manera que se conserve la higiene y calidad desde la elaboración hasta el consumidor final.
- Actualmente el precio de las arepas colombianas que se comercializan en la ciudad de Ibarra son en relación a la presentación: sencilla \$0.80, con un solo tipo de relleno \$1.00 y mixtas \$1.25.
- Las estrategias de promoción, fortalecen las ventas programadas para obtener los ingresos y flujos de caja positivos del proyecto. Es necesario que se apliquen las estrategias propuestas que se especifica en este documento.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

4.1.1. Capacidad instalada

La capacidad instalada o capacidad de planta básicamente es el volumen o número de unidades de producción de arepas colombianas que la empresa puede producir en forma diaria, expresado en forma constante a lo largo de los primeros años operativos en condiciones normales de la demanda de este producto, obtenido del estudio de mercado, el porcentaje de captación de esa demanda. La capacidad técnica instalada también considera las ocho horas de trabajo de la planta, los procesos operativos, los equipos su rendimiento, estableciéndose una producción de 2.000 arepas diarias, lo que significa una producción anual de 576.000 arepas al año.

4.1.2. Capacidad operativa

El principio de la capacidad operativa es utilizar el mayor porcentaje de la capacidad instalada, en un escenario moderado se producirá 1.000 arepas diarias que equivale, 6.000 semanales, 24.000 mensuales y 288.000 anuales.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1. Macrolocalización

La macrolocalización de la empresa de arepas colombianas es en la ciudad de Ibarra, cantón del mismo nombre, provincia de Imbabura, considerando los siguientes factores o fuerzas ocasionales:

- Demanda del producto
- Disponibilidad de materia prima
- Políticas de emprendimiento

- **Demanda del producto**

Actualmente existe en la ciudad de Ibarra una aceptable demanda de la arepa colombiana en presentación en bandeja de 5 unidades empacado al vacío, ya que se conserva la textura, el sabor y las características organolépticas de este producto y puede ser almacenado bajo refrigeración hasta su consumo.

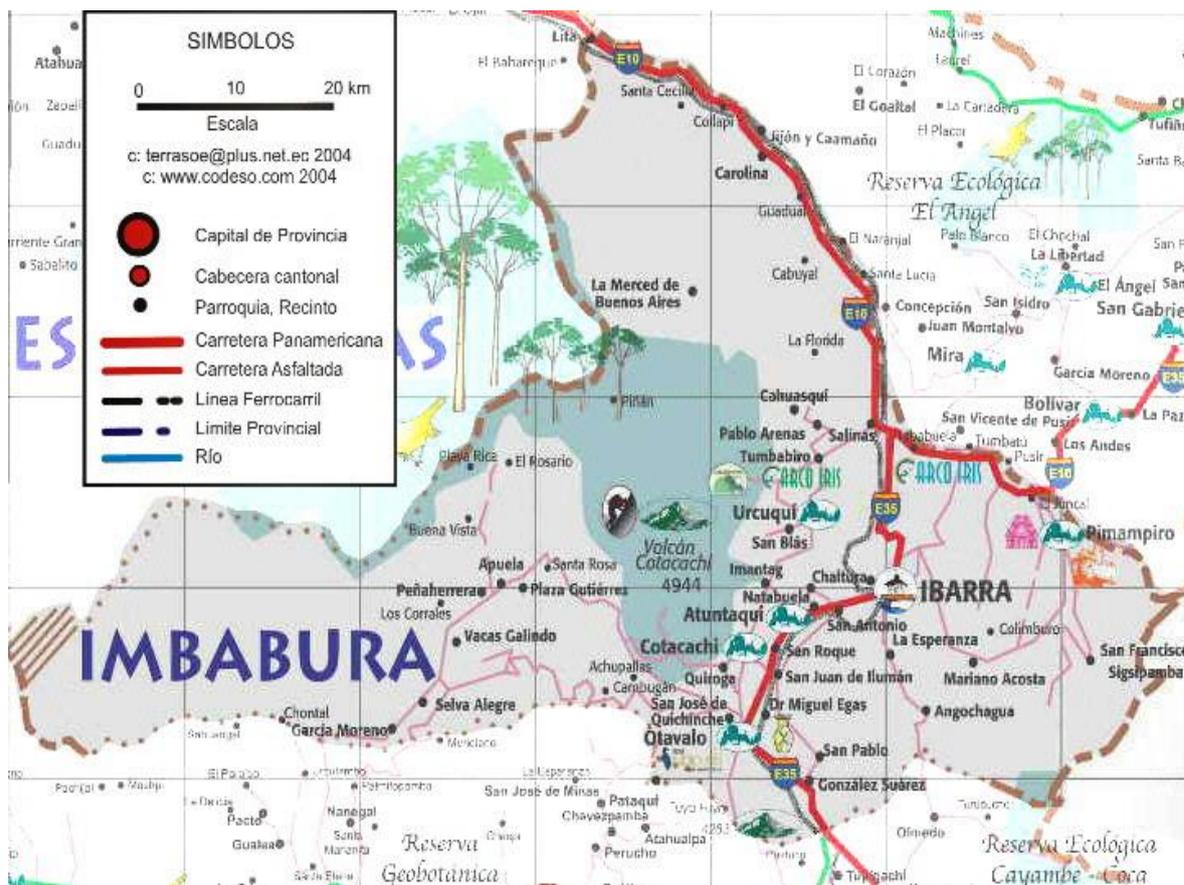
- **Disponibilidad de materias primas**

Para la elaboración de las arepas colombianas, la materia prima principal es la harina de maíz, margarina y otros ingredientes que se comercializan en diferentes comercios, lo que minimizara los costos de transporte, el abastecimiento continuo, para el funcionamiento de la empresa.

- **Políticas de emprendimiento**

Los lineamientos de políticas de emprendimientos de unidades económicas de tipo micro empresarial, son políticas que aplica el Ministerio de Turismo para actividades de prestación de servicios gastronómicos, y sirven para dinamizar la oferta culinaria a los residentes de la ciudad, turistas locales y extranjeros, los cuales son elementos de macrolocalización fundamentales a la hora de elegir geográficamente un lugar, siendo un incentivo para su localización.

Mapa 1 Microlocalización del proyecto



Fuente: <http://mapasdeecuadorysusprovincias.com/>

Elaboración: La autora

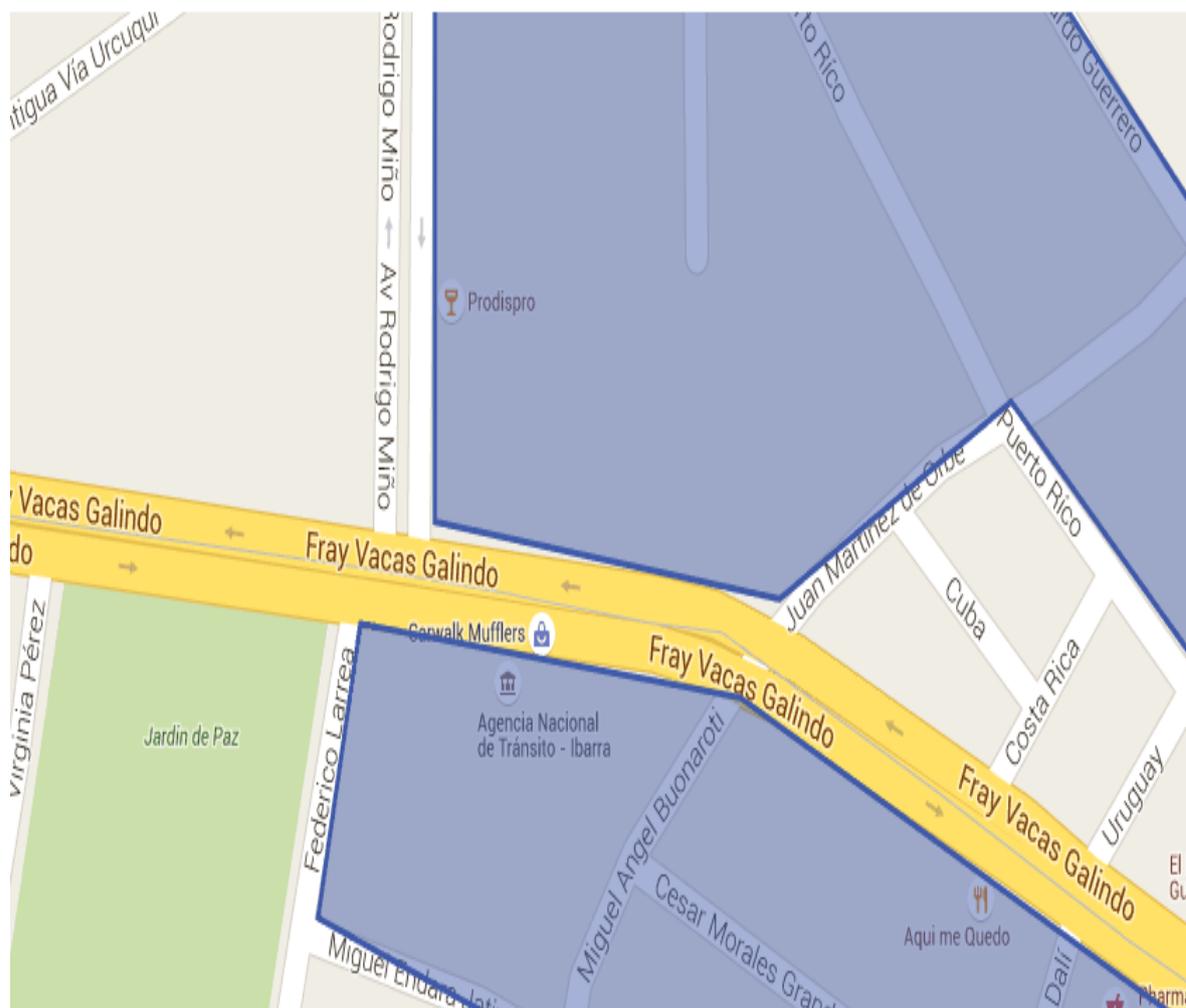
Año: 2010

4.2.2. Microlocalización

La microlocalización, juega un papel importante en la funcionalidad de cualquier proyecto, por lo que se visibilizó utilizando el método cualitativo por puntos, que consistió en primera instancia en definir tres sectores de la ciudad de Ibarra potencialmente aptos para la implantación de la microempresa de producción de arepas colombinas y posteriormente se analizó a cada uno de ellos de la siguiente manera:

- a) Parque Industrial de Ibarra; el parque industrial es una zona apta de uso de suelo para la ubicación de empresas industriales de cualquier tipo de naturaleza y producción.

Fotografía 1 Sector parque industrial



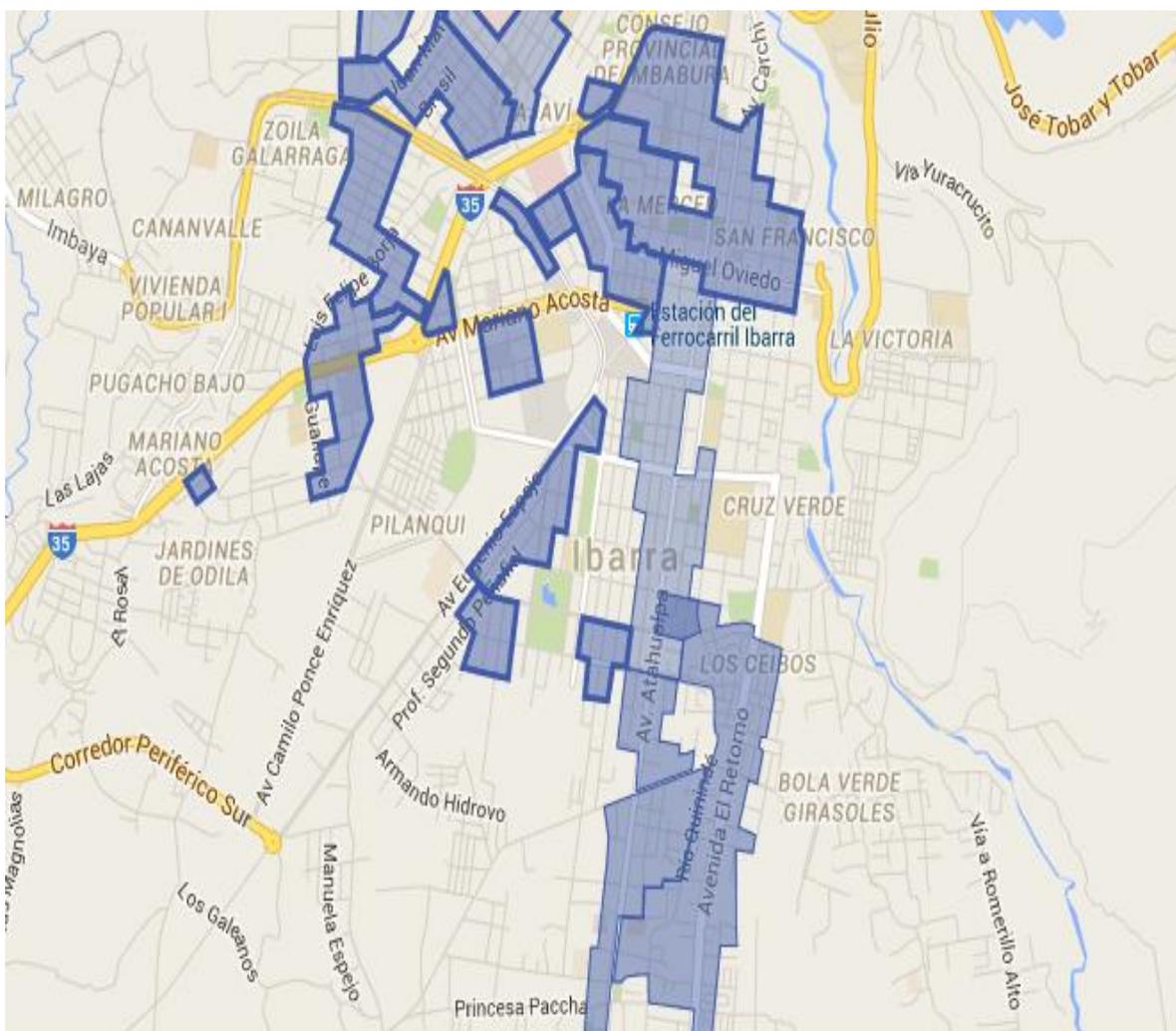
Fotografía: Tomada por la Autora

Sector: Sector Parque Industrial

Fecha: 06 febrero 2016

- b) Avenida el Retorno sector de la Academia San Diego. Es un sector residencial y mixto que puede ser ubicada alguna microempresa de menor escala de elaboración de bienes o servicios.

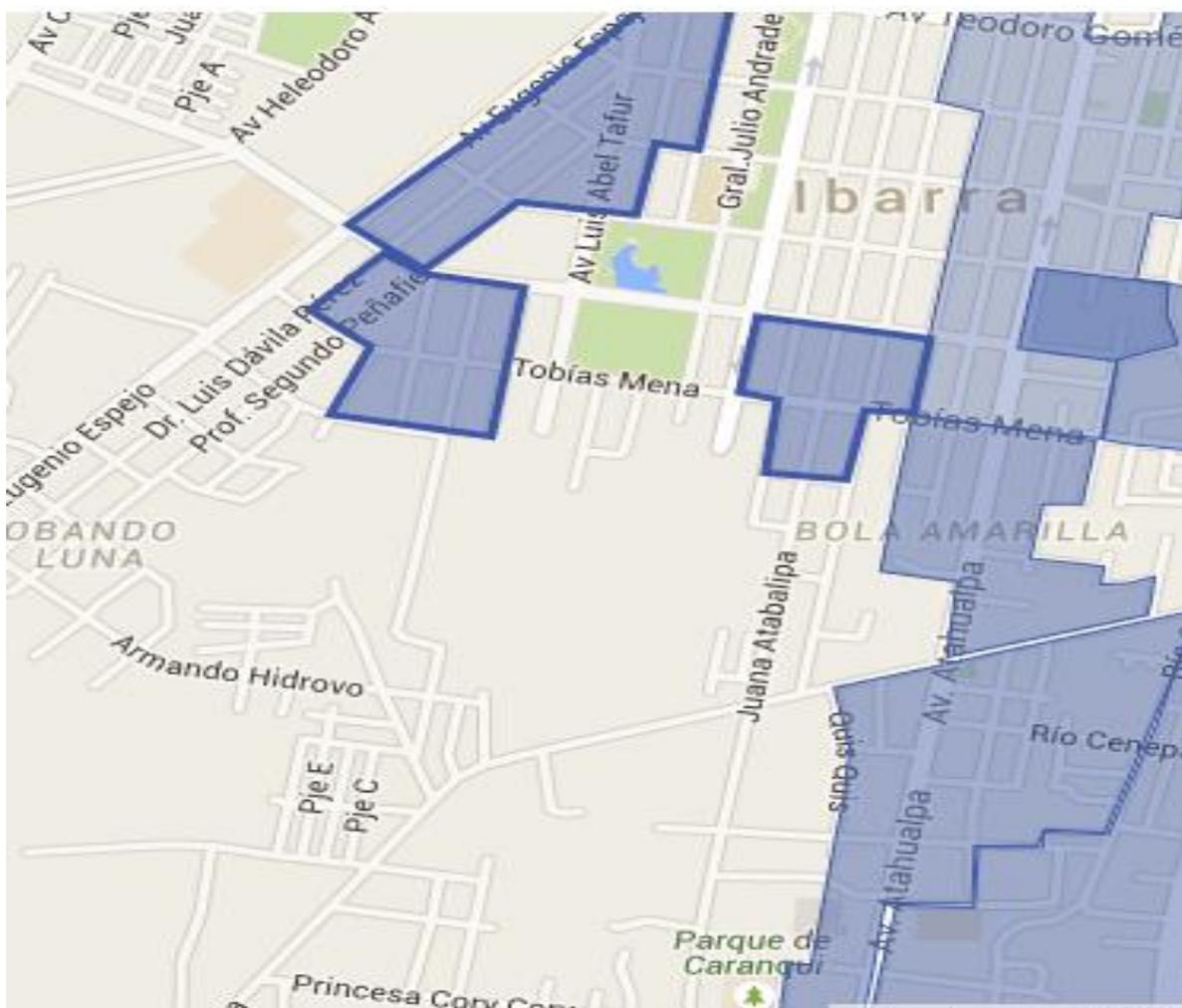
Fotografía 2 Avenida el Retorno, sector Academia San Diego



Fotografía: Tomada por la Autora
Sector: Sector Academia San Diego
Fecha: 06 febrero 2016

- c) Avenida Atahualpa sector de San Francisco de la Esperanza. Zona considerada como de reserva urbana y de ubicación de cualquier tipo de actividad económica, bajo regulación del departamento de planificación del Municipio de Ibarra.

Fotografía 3 Avenida Atahualpa, sector de San Francisco de la Esperanza



Fotografía: Tomada por la Autora
Sector: Sector San Francisco de la Esperanza
Fecha: 06 febrero 2016

A continuación se establecieron los factores de microlocalización más relevantes del proyecto, asignándoles una valoración ponderada de acuerdo con su importancia de manera que sumados sean igual a uno. Al comparar los factores de localización de cada sector predefinido, se asignó una calificación de acuerdo a una escala de cero a diez, considerando subjetivamente esta valoración. Para obtener la calificación ponderada se relacionó el peso del factor con la calificación asumida para cada sector, y así definir de acuerdo al mayor puntaje:

Tabla 22 Matriz de valoración por puntos

FACTOR RELEVANTE	PESO	Parque industrial		Av. El Retorno		Av. Atahualpa	
		Calf.	Calf. Pond.	Calf.	Calf. Pond.	Calf.	Calf. Pond.
Dimensión del terreno	0,28	9	2.52	8	2.24	8	2.24
Sector estratégico	0,27	9	2.43	7	1.89	8	2.16
Servicios básicos	0,20	8	1.60	7	1.40	8	1.60
Cercanía al mercado	0,25	9	2.25	7	1.75	8	2.00
TOTAL	1,00		8.80		7.28		8.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

La aplicación de este método establece que el puntaje más alto es de 8.80 el cual representa al sector ubicado en el parque industrial de Ibarra.

4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.3.1. Diseño de edificios

El criterio del diseño de la infraestructura física para el funcionamiento de la empresa de producción de arepas colombianas se realizó en base a las Normas Técnicas Ecuatorianas (NTE), prescritas en la norma INEN, mediante la cual se considera que técnicamente debe tener el siguiente diseño de espacios.

Tabla 23 Diseño de instalaciones

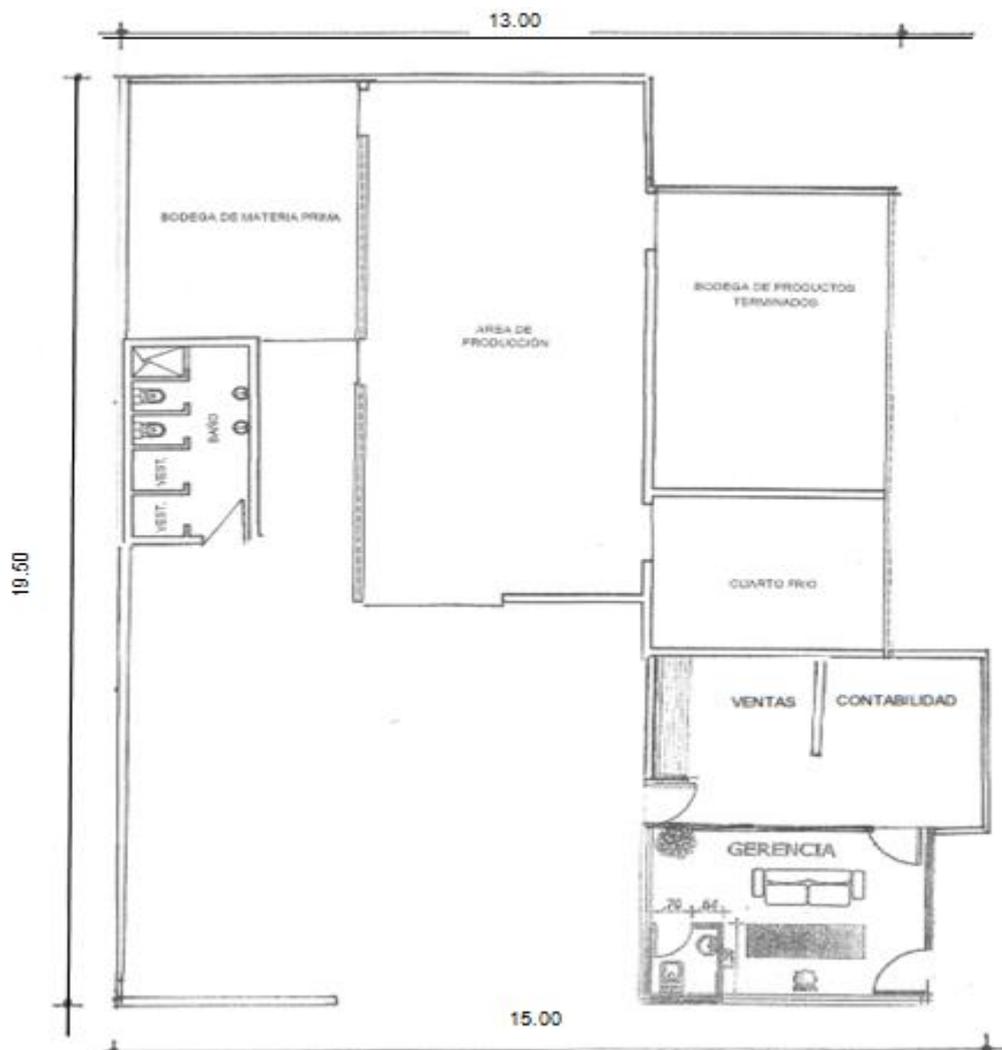
Descripción	Áreas en m ²
1. Proceso de producción	
1.1 Recepción de materia prima	30.00
1.2 Pesaje	10.00
1.3 Mezclado	10.00
1.4 Amasado	10.00
1.5 Reposo	10.00
1.6 Moldeado	10.00
1.7 Fermentado	15.00
1.8 Asado	12.00
1.9 Enfriado	10.00
1.10Empacado	10.00
1.11Congelado	10.00
1.12Almacenamiento (cuarto frio)	20.00
1.13Batería sanitaria – vestidor	15.00
SUB TOTAL	157.00
2. Administración – ventas	
2.1 Gerencia	12.00
2.2 Contabilidad	10.00
2.3 Ventas	15.00
2.4 Batería sanitaria	6.00
SUBTOTAL	43.00
ÁREA TOTAL	200.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Arq. Marcelo Endara

El diseño de la empresa está implantado en 200m², distribuidos en el bloque de producción 157m² con sus respectivos ambientes espaciales y 43m² destinados al área administrativa y ventas.

Ilustración 4 Planta arquitectónica de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas



Elaborado por: La autora

Fuente: Arq. Marcelo Endara

- **Detalles técnicos**

Las instalaciones físicas de la planta de elaboración de arepas colombianas para que faciliten las operaciones de los procesos de producción, sanitarias, de mantenimiento, están diseñadas de forma que no permitan el ingreso de ningún tipo de animal como roedores o insectos ni tampoco ningún factor de contaminación del medio ambiente como polvo, vapor y otros olores.

- **Pisos**

Los pisos serán de cerámica antideslizante que no permita accidentes al personal operativo y a la vez facilite la limpieza y aseo. Adicionalmente se ubicaran desagües para evacuar las aguas servidas en forma rápida y segura.

- **Paredes**

Las paredes son de bloque recubierto con cerámica para facilidad de limpieza y buen mantenimiento del lugar.

- **Ventanas**

Las ventanas serán de aluminio, lo cual será de gran ayuda al momento de realizar la limpieza y desinfección del área de producción, logrando a la vez que interrelacionen con la fachada del edificio.

- **Iluminación**

La iluminación del bloque de producción deberá tener 540 lux y en los accesos 240 lux, para lo cual se instalará lámparas fluorescentes empotradas en el techo.

- **Ventilación**

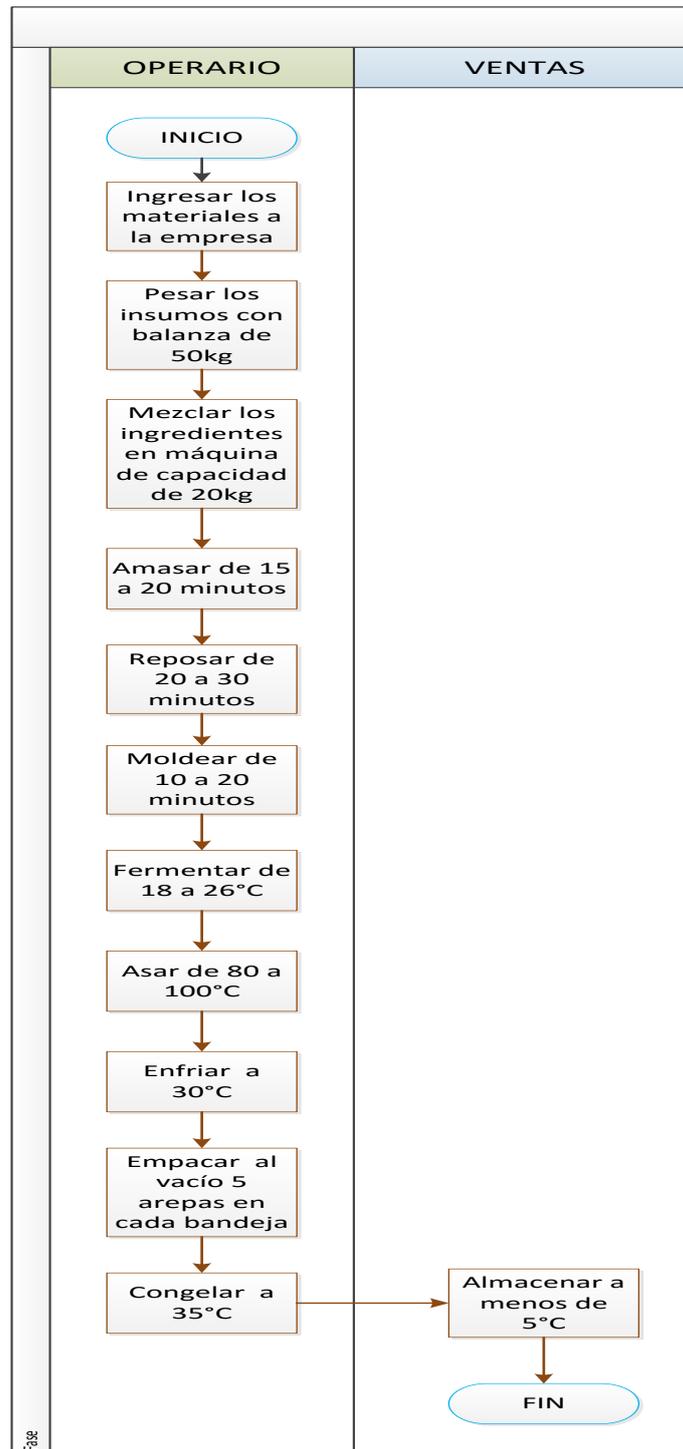
La microempresa deberá estar constantemente ventilada para evitar la condensación de vapores ocasionados por el proceso de asado de las arepas, de forma que se eliminará el aire contaminado de las áreas de producción, a través de chimeneas localizadas en los sitios de más concentración de gases o vapores.

- **Instalaciones hidrosanitarios**

La empresa deberá disponer de agua potable, a fin de asegurar la inocuidad de sus usos en los procesos de elaboración de las arepas colombianas. Se dispondrá del sistema contra incendios conectado al sistema de agua potable. La red de la tubería de desagües deberá estar de acuerdo a las especificaciones técnicas y con las cajas de revisión suficientes que permita la evacuación de aguas servidas en forma rápida a la red general de alcantarillado.

4.3.2. Procesos productivos

Diagrama 1 Proceso de Elaboración de Arepas



Elaborado por: La autora

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

- 1) **Receptar materia prima.** Se procede a receptar la materia prima para lo cual se verificara el cumplimiento de las características de calidad de las harinas, huevos, sal, margarina.
- 2) **Pesado.** El pesado permitirá tener un control sistemático de las dosificaciones de los ingredientes en base a la formulación establecida, consiguiendo los sabores adecuados, homogeneidad del producto final, para lo cual se usará una balanza de precisión y balanza convencional con capacidad de 50kg.
- 3) **Mezclado.** Se realiza el mezclado de cada uno de los ingredientes, agregando primero la harina de maíz, sal, azúcar, huevos, grasas (margarina), agua previamente hervida. El mezclado se efectuara en la máquina de capacidad de 20kg de acero inoxidable.
- 4) **Amasado.** Una vez terminada la etapa de mezclado se realizará el amasado en la maquina señalada con la finalidad de conseguir uniformidad de los ingredientes en la masa final, fusionando los ingredientes, fuerza y consistencia de las masas.
- 5) **Reposado.** Es la etapa donde la masa una vez sacada de la mezcladora, se deja reposar por el tiempo de 20 a 30 minutos en dependencia de la cantidad o volumen preparado, de forma que se consiga equilibrio, fuerza y consistencia de la masa. El tiempo de reposo o leudado estará en relación a factores como:
 - Tipo de masa
 - Temperatura del ambiente (18 a 26°C)
 - Uso exacto de levadura (2-3%)
- 6) **Moldeado.** Es la actividad de tipo manual aplicado por las operarias, formando la figura redonda de la arepa, su espesor adecuado.
- 7) **Fermentación.** La fermentación es la etapa del proceso que permite la hinchazón adecuada de la masa antes de ingresar al horneado, obteniendo el peso adecuado, la forma, volumen, textura y sabor tradicional de la arepa.
- 8) **Asado.** Las masas ingresan al asadero formado por latones de acero inoxidable generados de radiación calórica transmitida por una cocina industrial, a temperaturas de 80 a 100°C, temperatura que mueran las levaduras y se produce la cocción de la arepa, manteniendo la forma y textura apropiada típica.

- 9) **Enfriado.** Una vez que las empanadas salen del asadero se dejan enfriar a temperatura ambiente hasta que esta llegue a 30°C, durante la cual se obtiene el resultado de cocción definitiva para su presentación final.
- 10) **Empacado.** Se procede a empacar en las bandejas termos formados con envoltura de polietileno en cada bandeja 5 arepas.
- 11) **Congelado.** Las arepas son expuestas al congelador donde desciende la temperatura a menos 35°C punto en que se conseguirá una temperatura la arepa de menos 10°C (tiempo de congelación)
- 12) **Almacenado.** Una vez que sale del congelador pasara al cuarto frio que estará a una temperatura de menos 5°C hasta que sea comercializada.

4.3.3. Tecnología

El empacado al vacío será la tecnología que aplicará la empresa para la presentación final del producto, con la finalidad de preservar las características de textura, sabor, aroma del mismo. El empacado al vacío consiste en la eliminación del aire de los envases de presentación para impedir que las arepas no entren en contacto con microorganismos del aire o del medio ambiente, una vez asada. El vacío de un producto caliente como la arepa, tendrá una temperatura proporcional a la temperatura que salga la arepa, después del proceso de asado es decir a unos 50°C, obteniendo un 60% de vacío.

Las arepas al vacío tendrán ventajas como:

- Higiene y calidad
- Presentación saludable a la vista
- Evitar pérdidas de peso de la arepa
- Mantener la textura, sabor, aroma del producto
- Mayor tiempo de conservación

Las fundas de empaque al vacío deberán tener un espesor de 100 a 150 micros, que sean resistentes a rangos de temperatura de 80 – 90°C y 40°C bajo cero, de material polipropileno apto para sellado al vacío. Las arepas empacadas al vacío serán necesario que se mantengan bajo refrigeración para mantener las mismas condiciones. Las bandejas serán de 5 arepas empacadas al vacío.

4.3.4. Maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo que necesita la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas son los que a continuación se describen:

Tabla 24 Equipos y maquinaria de producción

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT.	P. TOTAL
Mezcladora industrial de acero inoxidable	U	1	1.800,00	3.600,00
Congelador horizontal con tapa del vidrio marca GELOPAR de acero inoxidable	U	1	1.800,00	3.600,00
Cocina industrial de 6 quemadores	U	1	1.220,00	2.440,00
Licuadora	U	1	180,00	180,00
Total				9.820,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

- **Muebles y enseres de producción**

Tabla 25 Muebles de producción

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT.	P. TOTAL
Mesas de tablero galvanizado	U	3	380,00	1.140,00
Latas de panadería para el asado de arepas	U	45	18,00	810,00
Estanterías	U	12	120,00	1.440,00
Total				3.390,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

- **Muebles y enseres administrativo**

Tabla 26 Muebles y enseres administrativos

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT.	P. TOTAL
Escritorios completos con silla	U	2	490,00	980,00
Teléfonos	U	2	190,00	380,00
Archivadores	U	2	120,00	240,00
Total				1.600,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

- **Equipo de informática de administración**

Tabla 27 Equipo de informática de administración

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT.	P. TOTAL
Computadora con impresora marca HP	U	2	950,00	1.900,00
Total				1.900,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

- **Vehículo**

Tabla 28 Vehículo refrigerante

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT.	P. TOTAL
Vehículo refrigerante	U	1	32.500,00	32.500,00
Total				32.500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

- **Terreno y edificio**

En cuanto al terreno y edificio la política del proyecto es arrendar un local que disponga de un área de terreno de 200m² en la cual se ubicaran las áreas administrativas y producción que están señaladas en el cuadro No. 2 diseño de instalaciones.

4.3.5. Inversiones

- **Inversiones fijas**

La empresa de producción y comercialización de arepas colombianas requiere realizar las siguientes inversiones fijas para empezar su funcionamiento:

Tabla 29 Inversiones fijas

AÑO	INVERSIÓN
1. Inversiones fijas	
Equipos y maquinaria de producción	9.820,00
Muebles y enseres de producción	3.390,00
Muebles y enseres administrativo	1.600,00
Equipos de informática de administración	1.900,00
Vehículo	32.500,00
Total inversiones fijas	49.210,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

- **Inversión diferida**

La microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas debe cumplir con los siguientes requisitos para su funcionamiento:

Tabla 30. Inversión diferida

CONCEPTO	MONTO
Constitución de la empresa	400,00
Patente municipal	250,00
Gastos publicitarios	350,00
TOTAL	1.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

- **Inversión variable**

La empresa de producción y comercialización de arepas colombianas necesita del siguiente capital de trabajo para 2 meses:

Tabla 31 Materia prima

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL
HARINA	QQ	18.46	32,00	590,77
LEVADURA	PAQUETES	25	1,80	45,00
AZÚCAR	QQ	1	36,00	36,00
SAL	KILOS	8.33	1,50	12,50
HUEVOS	CUBETA	25	3,20	80,00
MARGARINAS	BIDÓN DE 55 KILOS	3.75	85,0	318,75
QUESO	U	29.16	1,5	43,75
CARNES	LIBRAS	48	2,5	120,00
Total				1.246,77

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

La materia prima que se requiere para la elaboración de las arepas colombianas son: harina de maíz, levadura, azúcar, sal, huevos, margarinas, queso y carnes para el relleno, por lo tanto se calculó la cantidad que se requiere mensualmente de estos productos.

Los materiales indirectos (empaque) que se necesita para la producción de arepas colombianas en forma mensual son por concepto de: uniformes, desinfectantes, fundas de polietileno y bandejas, los valores se detallan a continuación:

Tabla 32 Materiales indirectos (empaque)

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL
UNIFORMES	U	4	35,00	140,00
DESINFECTANTES	U	1	4,50	4,50
FUNDAS DE POLIETILENO	U	4.800	0,10	480,00
BANDEJAS	U	4.800	0,20	480,00
Total				1.104,50

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

Los gastos que se invierte en forma mensual por concepto de volanteo, prensa escrita son los que se describen a continuación:

Tabla 33 Publicidad

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Volanteo	50,00
Prensa escrita	100,00
Total	150,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

El combustible que va necesitar el vehículo de la empresa en forma mensual es de \$200.00, para que la distribución de los productos se realice sin interrupciones.

Tabla 34 Combustible del vehículo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Combustible de vehículo	200,00
Total	200,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

El capital de trabajo inicial consolidado que necesita la empresa para operar por dos meses es por concepto de: costos de materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de producción, gastos administrativos y gastos de ventas, los valores se detallan a continuación:

Tabla 35 Inversión variable consolidado

DESCRIPCIÓN	VALOR PARA 2 MESES
Materia prima	2.493,54
Mano de obra directa	3.893,76
Costos indirectos de producción	3.314,34
Gastos administrativos	3.940,56
Gastos de ventas	3.149,04
TOTAL	16.791,22

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La autora

- **Fuentes de financiamiento**

Para el funcionamiento de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas, se necesita del siguiente financiamiento: el 30% por aporte propio y el 70% por medio de un crédito en la Corporación Financiera Nacional.

Tabla 36 Fuentes de financiamiento

ACTIVOS	MONTO TOTAL	FUENTES	
		RECURSOS PROPIOS	CRÉDITO
1. INVERSIÓN FIJA			
Equipos y maquinaria de producción	9.820,00	9.820,00	0,00
Muebles y enseres de producción	3.390,00	3.390,00	0,00
Muebles y enseres administrativo	1.600,00	1.600,00	0,00
Equipos de informática de administración	1.900,00	1.900,00	0,00
Vehículo	32.500,00	3.390,37	29.109,63
Sub total	49.210,00	20.100,37	29.109,63
3. INVERSIÓN DIFERIDA	1.000,00		1.000,00
3. CAPITAL DE TRABAJO	16.791,22	0,00	16.791,22
TOTAL ACTIVOS	67.001,22	20.100,37	46.900,87
%	100%	30,00	70,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Inversiones totales**

Las inversiones totales del proyecto son por inversiones fijas un valor de \$49.210,00 que corresponde al 73.45% de la inversión total, inversión diferida \$1.000,00 el 1.49% y por inversión variable \$17.791.22 que equivale al 25.06% de esta inversión.

Tabla 37 Inversiones totales

ACTIVOS	MONTO	%
Inversión fija	49.210,00	73,45
Inversión variable	16.791,22	25,06
Inversión diferida	1.000,00	1,49
TOTAL INVERSIÓN	67.001,22	100
PROPIA	20.100,37	30%
FINANCIADA	46.900,87	70%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

4.3.6. Talento humano

Para la operatividad de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas se necesita del siguiente talento humano:

Tabla 38 Talento humano

NOMBRE DEL CARGO	CANTIDAD	SALARIO
Gerente	1	\$650,00
Contadora	1	\$480,00
Vendedores	2	\$450,00
Operarios	4	\$366,00
TOTAL	8	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

4.4. ANÁLISIS DEL CAPITULO

Mediante el estudio técnico se establece en forma técnica la capacidad instalada y operativa de la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas, se determina la macro y microlocalización, más óptima de acuerdo a las fuerzas de localización.

En la ingeniería del proyecto se finiquita las áreas de las instalaciones propuestas, las cuales son de 200m² en los que se considera un bloque para las actividades de producción y otro para el administrativo; se elabora el proceso de producción de arepas con su respectivo diagrama, se determina los requerimientos de maquinaria y equipo y el presupuesto técnico a través de las inversiones del proyecto.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1.INTRODUCCIÓN

El estudio financiero tiene como finalidad estructurar el Balance de Arranque o Estado de Situación Inicial del proyecto, sustentado en la cuantía de las inversiones a fin de incorporar en lo posterior las proyecciones que posibiliten su posterior evaluación; en el estudio financiero se establece la proforma de ingresos, se determina los costos y gastos; con esta información se elaboran los estados financieros: Estado de Resultados, Flujo de Caja.

Para el análisis financiero se calcula la tasa de descuento mediante la cual los flujos de caja van a ser validados para calcular el VAN, PRI, B/C y se procede al cálculo de la TIR que es la rentabilidad financiera que tiene el proyecto.

5.2.BALANCE DE ARRANQUE (ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL)

El balance de situación financiera inicial, es una cédula importante en la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas, en vista de que permite determinar la posición financiera de la empresa por medio del comportamiento de los activos, pasivos y patrimonio.

Tabla 73 Estado de Situación Financiera Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES			
Caja		Pasivo a Largo Plazo	
Bancos	16.791,22	Préstamo	46.900,85
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	16.791,22	TOTAL PASIVOS	46.900,85
ACTIVOS NO CORRIENTES			
Equipos y maquinaria de producción	9.820,00		
Muebles y enseres de producción	3.390,00		
Muebles y enseres administrativo	1.600,00		
Equipos de informática de administración	1.900,00		
Vehículo	32.500,00		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	49.210,00	PATRIMONIO	
ACTIVOS DIFERIDOS	1.000	Capital Social	20.100,37
Gastos Pre operativos	0,00	Utilidad	0,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	0,00	TOTAL PATRIMONIO	20.100,37
TOTAL DE ACTIVOS	67.001,22	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	67.001,22

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.3.PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos se determinaron en relación a la capacidad operativa de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas establecida en el estudio técnico en un escenario moderado. Para la proyección de los ingresos al igual que los gastos se utilizó la tasa de inflación del año 2015 que es del 3.38% según el Banco Central del Ecuador. Por lo tanto los ingresos serán los siguientes:

Tabla 39 Desglose de ingresos año 2016

PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
AREPAS COLOMBIANAS	unidad	288.000,00	0,50	144.000,00
TOTAL				144.000,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 40 Desglose de ingresos año 2017

PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
AREPAS COLOMBIANAS	U	288.000	0,52	148.867,20
TOTAL				148.867,20

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 41 Desglose de ingresos año 2018

PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
AREPAS COLOMBIANAS	U	288.000	0,53	153.898,91
TOTAL				153.898,91

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 42 Desglose de ingresos año 2019

PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
AREPAS COLOMBIANAS	U	288.000	0,55	159.100,69
TOTAL				159.100,69

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 43 Desglose de ingresos año 2020

PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
AREPAS COLOMBIANAS	U	288.000	0,57	164.478,30
TOTAL				164.478,30

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Se realizó el desglose de los ingresos por cada año en los que se muestra que el precio unitario de la arepa varía año a año por motivo de la proyección realizada con la tasa de inflación del año 2015 que es del 3.38%.

Tabla 44 Ingresos consolidados

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos proyectados	144.000	148.867	153.899	159.101	164.478
TOTAL	144.000	148.867	153.899	159.101	164.478

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Los ingresos consolidados proforma muestran el total de los ingresos desglosados de una forma sintética, para ver la variación que van a tener estos ingresos cada año.

5.4.PRESUPUESTO DE EGRESOS

- **Desglose de materiales directos**

Los materiales directos que requiere la empresa para la producción de arepas colombianas en forma anual, de acuerdo a la capacidad operativa son por la adquisición de harina, levadura, azúcar, sal, huevos, margarinas, queso, carnes, los valores se detallan a continuación:

Tabla 45 Materiales Directos

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDA D	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
HARINA	QQ	221,54	32,00	7.089,28
LEVADURA	PAQUETES	300,00	1,80	540,00
AZÚCAR	QQ	12,00	36,00	432,00
SAL	KILOS	100,00	1,50	150,00
HUEVOS	CUBETA	300,00	3,20	960,00
MARGARINAS	BIDÓN DE 55 KILOS	45,00	85,0	3.825,00
QUESO	U	350,00	1,5	525,00
CARNES	LIBRAS	576,00	2,5	1.440,00
COSTO TOTAL ANUAL				14.961,28

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Salarios de mano de obra directa**

Se procede a desglosar los roles de pago del personal que está directamente relacionado con la producción de las arepas colombianas, para los cinco años proyectados, de forma detallada año a año, los salarios se consideraron en relación al salario básico unificado que es de \$366.00, los valores son los que a continuación se muestran:

Tabla 46 Salario del personal año 2016

CONCEPTO	SALARIO	14 to	15 to	AP PATRONAL 12.15%	VACACIONE S	TOTAL. SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OPERARIOS (4)	1.464,00	122, 00	122, 00	177,88	61,00	1.946,88	23.362,51
TOTAL							23.362,51

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 47 Salario del personal año 2017

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OPERARIOS (4)	1.513,48	126,12	126,12	183,89	126,12	63,06	2.138,80	25.665,65
TOTAL								25.665,65

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 48 Salario del personal año 2018

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OPERARIOS (4)	1.564,64	130,39	130,39	190,10	130,39	65,19	2.211,10	26.533,15
TOTAL								26.533,15

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 49 Salario del personal año 2019

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OPERARIOS (4)	1.617,52	134,79	134,79	196,53	134,79	67,40	2.285,83	27.429,97
TOTAL								27.429,97

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 50 Salario del personal año 2020

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OPERARIOS (4)	1.672,20	139,35	139,35	203,17	139,35	69,67	2.363,09	28.357,10
TOTAL								28.357,10

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

La variación de los salarios del personal está en relación a la tasa de inflación del año 2015 que es del 3.38% según el Banco Central del Ecuador.

- **Costos indirectos de producción**

Los costos indirectos de producción de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas son efectivos y no efectivos. Los costos efectivos

son materiales indirectos, servicios básicos y mantenimiento. Los costos no efectivos corresponden a la depreciación de equipo y maquinaria y de muebles y enseres de producción, a continuación se reflejan los valores correspondientes a estos rubros:

Tabla 51 Costos indirectos de producción

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
EFFECTIVOS					
Materiales indirectos	17.605,0	18.200,0	18.815,2	19.451,1	20.108,6
	0	5	1	6	1
Servicios básicos	600,00	620,28	641,25	662,92	685,33
Mantenimiento	360,00	372,17	384,75	397,75	411,20
Subtotal	18.565,0	19.192,5	19.841,2	20.511,8	21.205,1
	0	0	0	4	4
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de equipo y maquinaria de producción	982,00	982,00	982,00	982,00	982,00
Depreciación de muebles y enseres de producción	339,00	339,00	339,00	339,00	339,00
Subtotal	1.321,00	1.321,00	1.321,00	1.321,00	1.321,00
Total	19.886,0	20.513,5	21.162,2	21.832,8	22.526,1
	0	0	0	4	4

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

A continuación se realiza el desglose de los materiales indirectos que serán utilizados en el proceso de producción y comercialización de arepas colombianas, los mismos que son los siguientes:

Tabla 52 Materiales indirectos

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
Uniformes	U	8,00	35,00	280,00
Desinfectantes	U	10,00	4,50	45,00
Fundas de polietileno	U	57.600,0	0,10	5.760,00
Bandejas	U	57.600,0	0,20	11.520,00
COSTO TOTAL ANUAL				17.605,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Servicios básicos**

Los servicios básicos que se requiere para la operatividad de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas son en relación al pago de luz, agua y teléfono, detallándose a continuación el consumo por mes y por año.

Tabla 53 Servicios básicos

CONCEPTO	UNIDAD DE CONSUMO	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT. POR MES	COSTO MENSUAL	P. TOTAL AÑO
Luz	KWH	93.32	0.25	23,33	280,00
Agua	Metros 3	61.10	0.30	18,33	220,00
Teléfono	Minutos	104.13	0.08	8,33	100,00
TOTAL					600,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.5.COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción que tendrá la empresa de productora y comercializadora de arepas colombianas, corresponden a materiales directos, personal operativo o mano de obra directa y los costos indirectos de producción, los valores son los que se detallan a continuación.

Tabla 54 Costos de producción

DETALLE	AÑOS PROYECTADOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
Materiales directos	14.961,28	15.466,97	15.989,75	16.530,21	17.088,93
Personal operativo	23.362,51	25.665,65	26.533,15	27.429,97	28.357,10
Costos indirectos de producción	19.886,00	20.513,50	21.162,20	21.832,84	22.526,14
TOTAL	58.209,79	61.646,12	63.685,11	65.793,01	67.972,17

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.6.GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son aquellos que la empresa tendrá que realizar por concepto de pago de salarios de personal administrativo, servicios básicos, insumos de oficina y arriendo del local, los cuales forman parte de los gastos efectivos y por otro lado los gastos no efectivos son las depreciaciones y la amortización de activos preoperativos.

Tabla 55 Gastos Administrativos

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
EFFECTIVOS					
Pago de personal administrativo	17.634,54	19.398,78	20.054,46	20.732,30	21.433,05
Servicios Básicos	300,00	310,14	320,62	331,46	342,66
Insumos de oficina	115,50	119,40	123,44	127,61	131,93
Arriendo de local	4.800,00	4.962,24	5.129,96	5.303,36	5.482,61
Subtotal	22.850,04	24.790,57	25.628,49	26.494,73	27.390,25
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de muebles y enseres administrativos	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Depreciación de equipos de informática administrativos	633,27	633,27	633,27	633,27	633,27
Subtotal	793,27	793,27	793,27	793,27	793,27
TOTAL	23.643,31	25.583,84	26.421,76	27.288,00	28.183,52

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Salario de personal administrativo**

Se procedió a calcular el salario del personal operativo con sus respectivos roles de pago detallados para los cinco años proyectados del proyecto, de forma mensual y anual.

Tabla 56 Salario del personal año 2016

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	650,00	30,50	54,17	78,98	27,08	840,73	10.088,70
CONTADOR A	480,00	30,50	40,00	58,32	20,00	628,82	7.545,84
TOTAL							17.634,54

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 57 Salario del personal año 2017

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	671,97	31,53	56,00	81,64	56,00	28,00	925,14	11.101,67
CONTADOR A	496,22	31,53	41,35	60,29	41,35	20,68	691,43	8.297,11
TOTAL								19.398,78

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 58 Salario del personal año 2018

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	694,68	32,60	57,89	84,40	57,89	28,95	956,41	11.476,90
CONTADOR A	513,00	32,60	42,75	62,33	42,75	21,37	714,80	8.577,56
TOTAL								20.054,46

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 59 Salario del personal año 2019

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	718,16	33,70	59,85	87,26	59,85	29,92	988,74	11.864,82
CONTADORA	530,34	33,70	44,19	64,44	44,19	22,10	738,96	8.867,48
TOTAL								20.732,30

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 60 Salario del personal año 2020

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	742,44	34,84	61,87	90,21	61,87	30,93	1.022,15	12.265,85
CONTADOR A	548,26	34,84	45,69	66,61	45,69	22,84	763,93	9.167,20
TOTAL								21.433,05

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

La variación de los salarios de cada año está en relación a la tasa de inflación del año 2015 que es del 3.38% según informe del Banco Central del Ecuador.

- **Insumos de oficina**

Los insumos de oficina que necesita la empresa para poder operar en el área administrativa son por adquisición de: CDS, sobres de manila, papel para fax, y tintas en general para las impresoras, los valores son los siguientes:

Tabla 61 Insumos de oficina

CONCEPTO	UNIDAD	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL AÑO
CDS	U	8	0,50	4,00
SOBRES DE MANILA	U	10	0,15	1,50
PAPEL PARA FAX	U	10	3,50	35,00
TINTAS EN GENERAL	U	5	15,00	75,00
TOTAL				115,50

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Servicios básicos**

Los servicios básicos que se pagaran por consumo de: luz, agua y teléfono en el área administrativa, se detallan en forma mensual y anual en el siguiente cuadro:

Tabla 62 Servicios básicos

CONCEPTO	UNIDAD DE CONSUMO	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT. POR MES	COSTO MENSUAL	P. TOTAL AÑO
Luz	KWH	40	0.25	10.00	120.00
Agua	Metros 3	27.76	0.30	8.33	100.00
Teléfono	Minutos	83.25	0.08	6.66	80.00
TOTAL					300.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.6.1. Gastos de ventas

Los gastos de ventas que tendrá que realizar la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas, para mantener su operatividad de ventas son los que a continuación se detallan:

Tabla 63 Gastos de ventas

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
1. EFECTIVOS	18.394,20	19.946,34	20.620,53	21.317,50	22.038,04
Salarios Personal	14.194,20	15.604,38	16.131,81	16.677,07	17.240,75
Material publicitario	1.800,00	1.860,84	1.923,74	1.988,76	2.055,98
Combustible	2.400,00	2.481,12	2.564,98	2.651,68	2.741,30
2. NO EFECTIVOS	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00
Depreciación de vehículo	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00
TOTAL	24.894,20	26.446,34	27.120,53	27.817,50	28.538,04

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Salario del personal de ventas**

El salario del personal de ventas es por la contratación de dos vendedores que serán encargados de la comercialización de las arepas colombianas que produce la empresa, a continuación se describen los roles de pago de cada año proyectado.

Tabla 64 Salario del personal de ventas año 2016

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
VENDEDOR RES (2)	900,00	61,00	75,00	109,35	37,50	1.182,85	14.194,20
TOTAL							14.194,20

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 65 Salario del personal de ventas año 2017

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL AL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
VENDEDOR RES (2)	930,42	63,06	77,54	113,05	77,54	38,77	1.300,37	15.604,38
TOTAL								15.604,38

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 66 Salario del personal de ventas año 2018

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
VENDEDOR RES (2)	961,87	65,19	80,16	116,87	80,16	40,08	1.344,32	16.131,81
TOTAL								16.131,81

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 67 Salario del personal de ventas año 2019

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
VENDEDOR RES (2)	994,38	67,40	82,86	120,82	82,86	41,43	1.389,76	16.677,07
TOTAL								16.677,07

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 68 Salario del personal de ventas año 2020

CONCEPTO	SALARIO	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
VENDEDOR RES (2)	1.027,99	69,67	85,67	124,90	85,67	42,83	1.436,73	17.240,75
TOTAL								17.240,75

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Al igual que en el cálculo de los salarios operativos, la variación de los salarios de cada año se calcula nuevamente en relación a la tasa de inflación del año 2015 que es del 3.38% según informe del Banco Central del Ecuador.

5.6.2. Gastos financieros

Los gastos financieros corresponden a los intereses generados por concepto del crédito que se realizará en la Corporación Financiera Nacional de Ibarra, la misma que oferta este tipo de créditos a una tasa del 10% y a un plazo de 5 años, de esta manera se muestra la tabla de amortización:

Tabla 69 Tabla de Amortización

CAPITAL	46.900,85	TOTAL AMORT:	46.900,85
INTERÉS	10,00%	TOTAL INTER:	16.415,30
PLAZO		TOTAL CUOTA:	63.316,14
AÑOS	5	Fecha de inicio deuda	agosto 1, 2016
GRACIA	1	Días interpagos	360

PERIODOS	CAPITAL INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	CUOTA	CAPITAL REDUCIDO
1	46.900,85	0,00	4.690,08	4.690,08	46.900,85
2	46.900,85	11.725,21	4.690,08	16.415,30	35.175,64
3	35.175,64	11.725,21	3.517,56	15.242,78	23.450,42
4	23.450,42	11.725,21	2.345,04	14.070,25	11.725,21
5	11.725,21	11.725,21	1.172,52	12.897,73	0,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.6.3. Depreciación

La depreciación de los activos no corrientes se realizó de acuerdo a los porcentajes establecidos por la Ley de Régimen Tributario Interno las cuales son: 10% para equipo y maquinaria, 10% para muebles y enseres, 20% para vehículos y el 33.33% para equipos de computación, los valores son los siguientes:

Tabla 70 Depreciación

CONCEPTO	COSTO	%	DEPRECIACIÓN ANUAL					V.S
			2016	2017	2018	2019	2020	
ACTIVO								
Equipos y maquinaria de producción	9.820,00	10	982,00	982,00	982,00	982,00	982,00	4.910,00
Muebles y enseres de producción	3.390,00	10	339,00	339,00	339,00	339,00	339,00	1.695,00
Muebles y enseres administrativo	1.600,00	10	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	800,00
Equipos de informática de administración	1.900,00	33,33	633,27	633,27	633,27	633,27	633,27	633,46
Vehículo	32.500,00	20	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL	49.210,00		8.614,27	8.614,27	8.614,27	8.614,27	8.614,27	8.038,46

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Para proyectos de inversión, organismos como la Secretaria Nacional de Planificación (SENPLADES), la Corporación Financiera Nacional (CFN) y otras entidades financieras en general que dotan de financiamiento para proyectos exigen la

aplicación de la depreciación porcentual con los valores de la Ley de Régimen Tributario expedida por el Servicio de Rentas Internas del Ecuador.

Esta recomendación en el cálculo de depreciación de planta, propiedad y equipos, es para mejorar los procesos de auditoría y fiscalización de los proyectos, ya que con las otras metodologías como la Lineal o Línea Recta, la Regresiva Aritmética y por unidades de producción según la Norma NIIF 10 Información Financiera. Intermedia y Deterioro de Valor. NIC 36: Deterioro del Valor de los Activos, tienen valores calculados que no tienen variaciones significativas y son aplicadas en la contabilización de la depreciación.

5.6.4. Gastos de operación y financiación

Los costos de operación y financiación que tendrá la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas son por concepto de: costos de producción, gastos administrativos, gastos de ventas y gastos de financiar (intereses del crédito), los valores son los siguientes:

Tabla 71 Costos de operación y financiación

FASE AÑO	AÑOS PROYECTADOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
NIVEL DE OPERACIÓN					
Materiales directos	14.961,28	15.466,97	15.989,75	16.530,21	17.088,93
Personal Directo	23.362,51	25.665,65	26.533,15	27.429,97	28.357,10
CIP	19.886,00	20.513,50	21.162,20	21.832,84	22.526,14
1. Costo Directos	58.209,79	61.646,12	63.685,11	65.793,01	67.972,17
Gastos de administración	23.643,31	25.583,84	26.421,76	27.288,00	28.183,52
Gastos de ventas	24.894,20	26.446,34	27.120,53	27.817,50	28.538,04
2. Gastos Operativos	48.537,51	52.030,18	53.542,29	55.105,50	56.721,56
Costos Operativos (1+2)	106.747,30	113.676,30	117.227,39	120.898,52	124.693,72
Gastos de Financiar (intereses)	4.690,08	4.690,08	3.517,56	2.345,04	1.172,52
Total Gastos Operativos y No Operativos	111.437,39	118.366,38	120.744,96	123.243,56	125.866,24

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.7. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias muestran el comportamiento de los ingresos y los gastos, con la finalidad de determinar si la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas tendrá utilidad o pérdida en el ejercicio económico. Los valores para los cinco años proyectados son los que se detallan a continuación:

Tabla 72 Estado de Pérdidas y Ganancias

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
Ingreso por ventas	144.000	148.867	153.899	159.101	164.478
Menos costo de producción	58.210	61.646	63.685	65.793	67.972
Utilidad Bruta	85.790	87.221	90.214	93.308	96.506
Menos Gastos de Administración	23.643	25.584	26.422	27.288	28.184
Gastos de vender	24.894	26.446	27.121	27.818	28.538
Utilidad Operacional	37.253	35.191	36.672	38.202	39.785
Costos Financieros	4.690	4.690	3.518	2.345	1.173
Utilidad Antes de Participación	32.563	30.501	33.154	35.857	38.612
15% Participación de Utilidades	4.884	4.575	4.973	5.379	5.792
Utilidad Antes de Impuesto a la Renta	27.678	25.926	28.181	30.479	32.820
Impuesto a la Renta 22%	6.089	5.704	6.200	6.705	7.220
Utilidad Neta	21.589	20.222	21.981	23.773	25.600

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.8.FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja es una herramienta que permite conocer el comportamiento y la proyección de las fuentes y usos de efectivo desde el punto de vista contable, financiero.

Tabla 73 Flujo de caja proyectado

CONCEPTO	0	AÑOS PROYECTADOS				
		2016	2017	2018	2019	2020
Inversión	67.001.22					
Financiamiento CFN 70%	46.900.87					
Capital propio 30%	20.100.37					
Utilidad neta		21.589,00	20.222,00	21.981,00	23.773,00	25.600,00
Depreciación de activos		8.614,27	8.614,27	8.614,27	8.614,27	8.614,27
Reinversión		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Pago a principal		0,0	11.725,2	11.725,2	11.725,2	11.725,2
Flujo de caja proyectado		30.203.27	17.111,1	18.870,1	18.762,3	22.488,8

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.9.BALANCE GENERAL PROYECTADO A 5 AÑOS

El balance general muestra el comportamiento de los activos, pasivos y patrimonio en los cinco años proyectados, con la finalidad de tener en una forma sistemática la situación financiera de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas.

Tabla 74 Balance General Proyectado

DETALLE	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
ACTIVOS					
A. CORRIENTE					
1.Caja	8.895,61	9.473,02	9.768,95	10.074,88	10.391,14
2.Bancos	30.203,28	47.314,38	66.184,51	84.946,85	107.435,70
3.Cuentas por Cobrar	8.895,61	9.473,02	9.768,95	10.074,88	10.391,14
4. Inventario de insumos	1.246,77	1.288,91	1.332,48	1.377,52	1.424,08
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	49.241,27	67.549,35	87.054,89	106.474,12	129.642,07
A. NO CORRIENTES					
Equipos y maquinaria de producción	8.838,00	7.856,00	6.874,00	5.892,00	4.910,00
Muebles y enseres de producción	3.051,00	2.712,00	2.373,00	2.034,00	1.695,00
Muebles y enseres administrativo	1.440,00	1.280,00	1.120,00	960,00	800,00
Equipos de informática de administración	1.266,73	633,46	0,19	1.266,73	633,46
Vehículo	26.000,00	19.500,00	13.000,00	6.500,00	0,00
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	40.595,73	31.981,46	23.367,19	16.652,73	8.038,46
TOTAL DE ACTIVOS	89.837,00	99.530,81	110.422,08	123.126,85	137.680,53
PASIVOS					
P. CORRIENTE					
14.Cuentas por Pagar	23.643,31	25.583,84	26.421,76	27.288,00	28.183,52
Pasivo a Largo Plazo					
15.Préstamo	46.900,85	35.175,64	23.450,42	11.725,21	0,00
TOTAL PASIVOS	70.544,16	60.759,47	49.872,18	39.013,21	28.183,52
PATRIMONIO					
16.Capital Social	-2.296,17	18.549,29	38.568,83	60.340,36	83.897,22
17.Utilidad	21.589,01	20.222,04	21.981,07	23.773,28	25.599,79
TOTAL PATRIMONIO	19.292,8	38.771,34	60.549,90	84.113,64	109.497,01
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	89.837,00	99.530,81	110.422,08	123.126,85	137.680,53

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.10. DETERMINACIÓN DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

Para determinar el costo de oportunidad se consideró la el valor de la inversión total y su financiamiento, utilizando la tasa activa del crédito que es del 10%, la tasa pasiva del 5% y la tasa de inflación del año 2015 que es del 3.38% según el Banco Central del Ecuador. El cálculo es el siguiente:

Tabla 75 Costo de oportunidad

Descripción	Valor	%	Tasa de (%) ponderación	Valor ponderado
Capital Propio	20.100,37	30	6	180,00
Capital Financiado – CFN	46.900,85	70	10	700,00
Total	67.001,22	100	16	880,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

$$CK = 880/100 = 8.8\%$$

$$Td = 8.8 + 3.38\% = 12.18\%$$

Determinándose que el costo de oportunidad es del 12.18%, se lo utilizó para la actualización de los flujos de caja.

5.10. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.10.1. Valor actual neto (VAN)

El VAN es un indicador financiero que se determina para medir la rentabilidad de un proyecto, mismo que tiene que ser positivo para que el proyecto sea aprobado, caso contrario el proyecto es rechazado, para su cálculo se consideró la inversión inicial y los flujos de caja utilizando la siguiente ecuación:

$$VAN = - \text{Inversión Inicial} + \sum FCN_{(i)}$$

Dónde:

FCN = Flujo de Caja Neto Proyectado

i = Tasa de descuento (12.18%)

n = Tiempo de proyección (5 años)

$$VAN_{(i)} = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE + VS_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_{(12.18)} = -67.001.22 + \frac{30.203.28}{(1+0.1218)^1} + \frac{17.111.10}{(1+0.1218)^2} + \frac{18.870.13}{(1+0.1218)^3} + \frac{18.762.34}{(1+0.1218)^4} + \frac{30.527.31}{(1+0.1218)^5}$$

$$VAN = -67.001.22 + 82.919$$

$$VAN = 15.917.64$$

El VAN es de \$ 15.917.64 siendo este positivo determinándose de esta manera que el proyecto es viable y aprobado.

5.10.2. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno, es un indicador financiero que permite determinar la rentabilidad propia del proyecto. Para su cálculo se utilizó los flujos de caja con la finalidad

de que una vez que estos sean actualizados, el resultado sea igual a la inversión, mediante el uso de la siguiente fórmula:

$$TIR = -P + \sum_{t=1}^n FCN_{(t)} = 0$$

El cálculo de la TIR será igual a

$$P = \sum FCN_{(t)}$$

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

La “i” que satisface la ecuación es la TIR

$$TIR = 20.50\%$$

La TIR del proyecto es del 20.50% que es superior al costo de oportunidad en 8.32%; desde este punto de vista se aprueba el proyecto, considerando que los flujos de caja superan a la inversión inicial, por lo tanto el proyecto tiene una rentabilidad financiera del 20.50%.

Comparación de la TIR

Se procedió a determinar la Tasa Interna de Retorno actual a una tasa del 12.18% (T1) y una tasa proyectada 17.18% (T2) que significa un posible incremento ante escenarios negativos económicos del país. Para su cálculo se aplicó el criterio del VAN al 17.18% en vista de que al 12.18% ya se tiene determinado:

Tabla 76 Comparación de la TIR

Años	Flujos de caja	Flujos de caja actualizados al 12.18%	Flujos de caja actualizados al 17.18%
1	30.203,28	26.923,95	25.775.11
2	17.111,10	13.597,13	12.461.51
3	18.870,13	13.366,84	11.727.74
4	18.762,34	11.847,46	9.951.14
5	30.527,31	17.183,49	13.817.23
	VAN	15.917.64	6.731.51

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

$$TIR = t_1 + (t_2 - t_1) [VPN_1 / (VPN_1 - VPN_2)]$$

$$TIR = 12.18 + (17.18 - 12.18) [15.917.64 / (15.917.64 - 6.731.51)]$$

$$\text{TIR} = 12.18 + (5) [15.917.64 / 9.186.13]$$

$$\text{TIR} = 12.18 + (5) [1.73]$$

$$\text{TIR} = 12.18 + 8.65$$

$$\text{TIR} = 20.83\%$$

La Tasa Interna de Retorno es de 20.83% que supera a los dos costos de oportunidad, por lo tanto se acepta el proyecto desde este punto de vista. La Tasa Interna de Retorno no tiene un cambio significativo, comparada con la TIR actual que es de 20.50%.

5.10.3. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

La inversión que realizará la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas, considerando el costo de oportunidad del 12.18% y los flujos de caja se recuperará en 4 años y 26 días. Para su cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{PRI} = \sum \text{FCN}_{(i\%)} = \text{Inversión Inicial}$$

Dónde:

PRI= Periodo de Recuperación de la Inversión

$\sum \text{FCN}$ = sumatoria de flujos netos de efectivo actualizados

Tabla 77 Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	PRI
0	67.001,22			
1		30.203,28	26.923,95	
2		17.111,10	13.597,13	
3		18.870,13	13.366,84	4 años y 26 días
4		18.762,34	11.847,46	
5		30.527,31	17.183,49	
	TOTAL		82.918,86	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.10.4. Relación beneficio / costo

Con los flujos de caja y el costo de oportunidad del 12.18% se procedió a calcular el Beneficio / costo el cual es un indicador financiero que refleja el beneficio que tendrá la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas, por cada dólar de

inversión, teniendo como resultado que será de \$1.24, generando un beneficio de \$0.24, para su cálculo se utilizó la siguiente ecuación:

$$R\ B/C = \frac{\sum FNE_{(i)}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$R\ B/C = \frac{82.918,86}{67.001,22} = 1,24$$

Tabla 78 Beneficio / Costo

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	B/C
0	67.001,22			
1		30.203,28	26.923,95	
2		17.111,10	13.597,13	
3		18.870,13	13.366,84	1,24
4		18.762,34	11.847,46	
5		30.527,31	17.183,49	
	TOTAL		82.918,86	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.10.5. Punto de equilibrio

En base a los ingresos totales y costos totales de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas se procedió a calcular el punto de equilibrio, con la finalidad de determinar cuando la empresa no tiene ni pérdidas ni ganancias, utilizando la siguiente ecuación:

$$PE_s = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variable

V = Valor de ventas

Tabla 79 Punto de Equilibrio

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
Ingreso por ventas	144.000	148.867	153.899	159.101	164.478
Costos Totales	111.437	118.366	120.745	123.244	125.866
Costos Variable	58.210	61.646	63.685	65.793	67.972
Costos fijos	53.228	56.720	57.060	57.451	57.894
Punto de equilibrio \$	89.343	96.809	97.340	97.960	98.671

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.11. RESUMEN DE INDICADORES FINANCIEROS

A continuación se presenta los indicadores financieros: VAN, TIR, PRI, B/C:

Tabla 80. Resumen de indicadores financieros

Indicador	Valor
VAN	\$15.917.64
TIR	20.50%
B/C	\$1.24
PRI	4 años y 26 días

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

5.12. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Los riesgos en los proyectos de inversión son internos y externos; para la sensibilidad del proyecto se considero un riesgo de disminución del precio de venta del 10% en el mercado, por lo tanto existe una variación en el estado de pérdidas y ganancias y el flujo neto de efectivo.

Con estos valores sensibilizados se procedió a determinar los indicadores financieros VAN, TIR, PRI, B/C, teniendo como resultado indicadores positivos por lo tanto el proyecto es viable desde el punto de vista de sensibilidad financiera.

Tabla 81. Escenarios de sensibilidad

Criterios de evaluación financiera	Escenario pesimista (disminución de los ingresos de un 10%)	Escenario probable
VAN con financiamiento	\$13.265.20	\$15.917.64
TIR con financiamiento	14.2%	20.5 %
PRI con financiamiento	4 años, 5 meses y 8 días	4 años y 26 días
B/C con financiamiento	\$1.10	\$1.24

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.11.PLAN DE CONTINGENCIA

Ante los riesgos identificados en la matriz AOOR, se establecen las acciones de contingencia como respuesta más idónea y de aplicabilidad para la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas.

Cuadro 1. Plan de contingencia

RIESGOS	RESPUESTA A LOS RIESGOS
La inestabilidad económica del país que puede perjudicar tanto a clientes como proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener en lo posible los costos de producción con la finalidad de no tener incrementos en los precios de venta, del producto para satisfacción de los clientes. • En relación a los proveedores de los insumos se buscará las estrategias más idóneas para obtener precios razonables de estos insumos.
Falta de costumbre de consumo de este producto	<ul style="list-style-type: none"> • Promover mediante degustaciones del producto en sitios de alta concentración de público en general. • Participación en ferias gastronómicas y otro tipo de ferias para difundir el consumo de arepa colombiana.
Cambios en las políticas de funcionamiento de este tipo de microempresas	<ul style="list-style-type: none"> • Ajustarse a los cambios que posiblemente exijan las instituciones de control para el normal y legal funcionamiento de la microempresa de producción y comercialización de arepas. • Cumplir las normativas de acuerdo a las innovaciones que exigen las entidades de control.

Elaboración: La autora

5.12. ANÁLISIS DEL CAPÍTULO

El estudio financiero permite establecer el presupuesto de ingresos y egresos que tendrá la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas. Se estructura el balance de situación financiera inicial; se estructuran los estados de resultados para los cinco años, los flujos de caja proyectados. Se determina el costo de oportunidad y la tasa de descuento, con la finalidad de medir los indicadores financieros: VAN, TIR, B/C, PRI, de forma que se sustenta la inversión del proyecto desde este punto de vista.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. NOMBRE DE LA MICROEMPRESA

La razón social de la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas será NUTRI - AREPAS COLOMBIANAS S.A.

6.2. MISIÓN

Elaborar arepas colombianas con mano de obra calificada, aplicando procesos y principios de calidad y cumpliendo con las normativas de Seguridad Alimentaria del país, a precios razonables, con servicio oportuno y confiable para satisfacción de los clientes.

6.3. VISIÓN

En los próximos cinco años posicionar las arepas colombianas en los hogares de la ciudad de Ibarra y la provincia de Imbabura, con principios de satisfacción de sus clientes mejorando los procesos de producción y comercialización, a través de Buenas Prácticas de Manufactura.

6.4. LOGO

El logo que se ha establecido para identificar y dar a conocer la empresa es el siguiente:

Ilustración 5 Imagen arepa colombiana



Elaboración: La autora

6.4. PRINCIPIOS Y VALORES

6.4.1. Principios

Los principales principios que regirán a los miembros de trabajo de la microempresa son:

- Trabajo en equipo. Talento humano capacitado con capacidades comprometidas a los procesos y funciones de sus puestos ocupacionales y responsabilidad compartida.
- Respeto. En las relaciones internas de la empresa y de sus clientes cumpliendo acuerdos contractuales.
- Confianza. Para sus clientes con productos de calidad y normas de seguridad alimentaria
- Honestidad. Convivencia de acuerdo a las normas y políticas.

6.4.2. Valores

Los valores corporativos que guían la estrategia de la empresa y que son pilares importantes son:

- Innovación. De acuerdo a las exigencias de los clientes.
- Compromiso con los clientes. Posición de compromiso distintivo a las necesidades y expectativas de los clientes.
- Imagen. Cumplir con los requisitos legales, técnicos a favor de los clientes.
- Excelencia operacional. Eficacia y eficiencia en sus procesos operativos, administrativos y de ventas con capacidad de respuesta a sus clientes.

6.5. POLÍTICAS

6.5.1. Políticas administrativas

- Cumplir con los horarios establecidos
- Interactuar en los procesos de acuerdo a sus puestos ocupacionales y la interrelación de los niveles jerárquicos de la empresa.
- Elaborar los informes de acuerdo a fechas establecidas por la gerencia

- Determinar estrategias de cultura organizacional, trabajo en equipo para buscar mayor desempeño de su talento humano y de la empresa.

6.5.2. Políticas financieras

- Elaborar los estados financieros en forma semestral
- Analizar índices financieros para la toma de decisiones
- Dar cumplimiento con las fechas de pago a proveedores
- Cumplir con los procesos contractuales de las adquisiciones con los proveedores

6.5.3. Políticas productivas

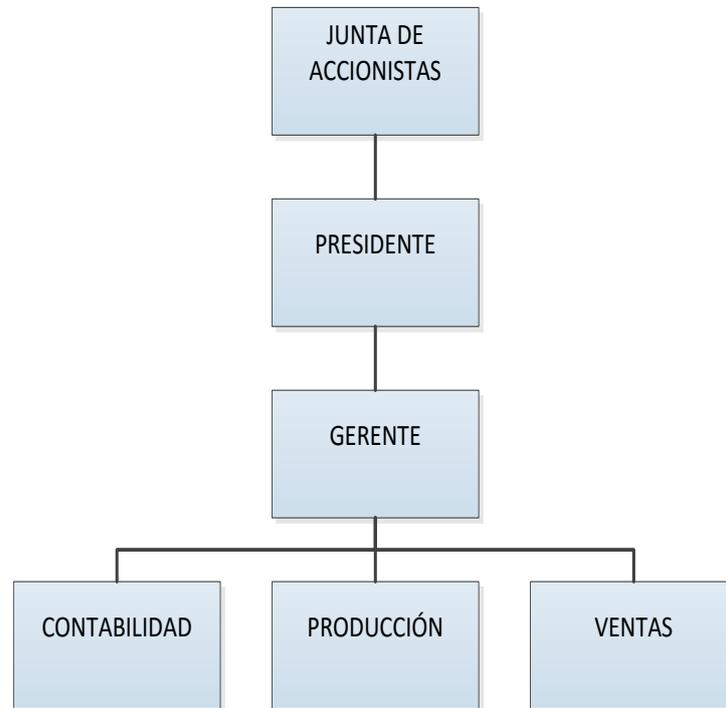
- Cumplir con los parámetros de rendimiento en las actividades de producción
- Realizar los controles de las materias primas antes de ingresar al proceso de producción
- Efectuar controles de calidad del producto terminado
- Aplicar enfoques de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en el proceso productivo para obtener niveles de eficacia y eficiencia

6.5.4. Políticas de comercialización

- Incrementar las ventas en base a las estrategias de marketing mix
- Establecer planes de mercadeo para la distribución de sus productos en los supermercados, micromercados y otros establecimientos de alimentación.
- Cumplir con los términos de negociación con los clientes en cuanto a la entrega de producto, plazos, tiempos.

6.6. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La empresa de producción y comercialización NUTRI-AREPAS COLOMBIANAS S.A tendrá el siguiente organigrama estructural:

Figura 4 Estructura organizacional

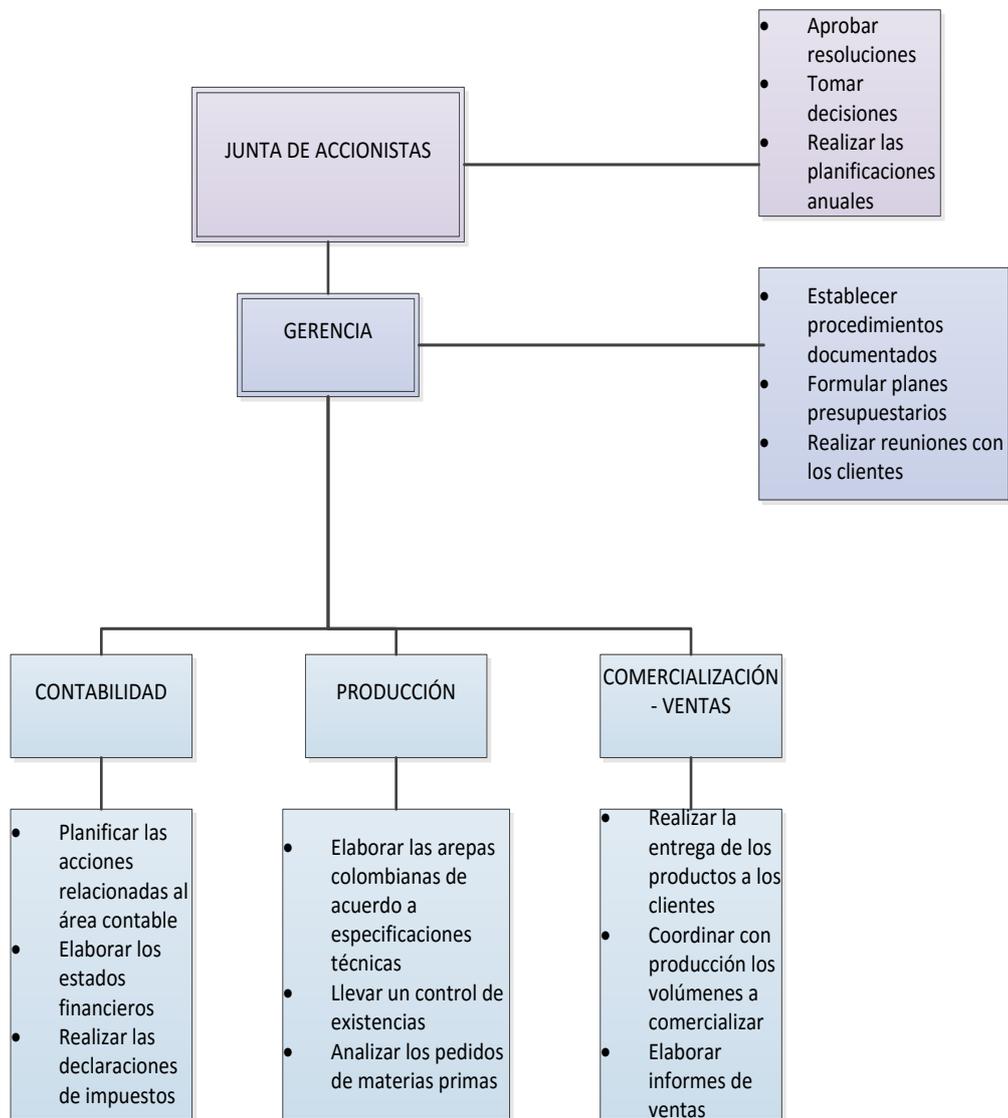
Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

La estructura organizacional de la microempresa se encuentra encabezada por la JUNTA DE ACCIONISTAS, posteriormente se encuentra el PRESIDENTE, luego el GERENTE y por último se despliegan tres áreas las cuales son CONTABILIDAD, que se encuentra formada por un contador, PRODUCCIÓN, cuenta con cuatro operarios y finalmente el área de VENTAS que cuenta con dos vendedores.

6.7. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Figura 5 Organigrama funcional



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

6.8. MANUAL DE FUNCIONES

Tabla 82 Gerente

	EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AREPAS COLOMBIANAS NUTRI-AREPAS COLOMBIANAS S.A	
Nombre del cargo	Gerente	
Descripción del cargo. Sera la persona responsable de la gestión empresarial de la organización.		
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Ing. en Administración de empresas • Experiencia mínima de 2 años en cargos similares 	
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Disponer de orientación de servicio al cliente • Define objetivos, estrategias, políticas empresariales • Gestiona recursos financieros para la sostenibilidad financiera • Uso de tecnologías de la información en los ámbitos de gestión empresarial • Comprende, aplica el marco legal que regula las actividades de la empresa • Disponer de capacidad de análisis y síntesis de gestión empresarial 	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Encaminar las actividades del personal a la consecución de los objetivos, metas establecidas en relación a la misión y visión • Utilizar en forma razonable los recursos de la empresa propendiendo la eficacia, eficiencia • Elaborar los planes de producción y comercialización de la empresa • Realizar reuniones con los clientes como herramienta para garantizar las ventas y satisfacción de los clientes • Establecer procedimientos documentados que permitan el desarrollo integral de la empresa • Cumplir con los aspectos técnicos – legales para el funcionamiento de la empresa • Formular los planes presupuestarios con la unidad contable de la empresa ajustado a los planes anuales • Realizar auditorías internas una vez al año para consolidar el desempeño financiero de la empresa • Controlar, verificar los requisitos a cumplir en los procesos de producción antes de ser despachados y entregados a los clientes. • Proporcionar los recursos necesarios al talento humano para garantizar el optimo funcionamiento de la empresa 	
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar los niveles de rentabilidad y productividad de la empresa • Control interno y sostenibilidad financiera • Cumplir con los aspectos normativos, legales y técnicos de la empresa • Desarrollar la gestión empresarial y el uso optimo de los recursos humanos, materiales, económicos - financieros 	
Elaborador por:	Revisado por:	Autorizado por:

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 83 Contador / a

	EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AREPAS COLOMBIANAS NUTRI-AREPAS COLOMBIANAS S.A	
Nombre del cargo	Contador/a	
Descripción del cargo. Responsable de las operaciones contables financieras de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas		
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Ing. en contabilidad y Auditoría • Experiencia de 2 años 	
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de procedimientos contables, financieros y tributarios • Formulación de costos, gastos, comprender y aplicar para estandarizar • Solidez en los procesos, políticas, contables, financieras • Determinar presupuestos, formulación, ejecución y evaluación • Comunicación verbal y escrita de informes contables financieros • Tener capacidad de planificar y organizar los procesos contables financieros 	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar las acciones relacionadas al área contable con la finalidad de obtener transacciones comerciales sustentadas en cumplimiento con obligaciones tributarias • Elaborar los estados financieros en forma oportuna • Llevar el registro de los auxiliares de contabilidad con información oportuna • Realizar declaraciones de impuestos de acuerdo a los lineamientos y políticas de control • Elaborar las facturas para los clientes, verificar las facturas de proveedores y sus registros pertinentes • Elaborar las planillas de pago de salarios del personal de la empresa • Revisar las codificaciones de ingresos y egresos para sustentar los estados financieros • Mantener actualizado los archivos contables (notas, facturas, declaraciones, otros). • Colaborar con la gerencia con información contable financiera cuando lo requiera • Revisar y comparar los ingresos y gastos mensuales de la empresa • Presentar informes financieros a la gerencia de acuerdo a políticas establecidas por la empresa. 	
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable del manejo contable financiero de la empresa • Gestión presupuestal en relación a las políticas organizacionales • Aplicar procesos contables, financieros fundamentado en políticas de gestión financiera 	
Elaborador por:	Revisado por:	Autorizado por:

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 84 Vendedor

	EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AREPAS COLOMBIANAS NUTRI-AREPAS COLOMBIANAS S.A	
Nombre del cargo	Vendedor	
Descripción del Cargo: Sera el encargado/a de la comercialización y distribución de las arepas colombianas que producirá la empresa.		
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Ing. Marketing • Licencia de chofer profesional • Experiencia mínima de 1 año en cargos similares 	
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento técnico de cartera de clientes • Desarrollo de estrategias de posicionamiento • Habilidades de negociación con clientes • Generar información de marketing • Aplicación de estrategias de relaciones públicas y mercadeo • Aptitud de cambio y superación de metas de ventas 	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la entrega de los productos a los clientes cumpliendo las políticas contractuales • Coordinar con producción los volúmenes que se van a comercializar • Coordinar con gerencia la oportuna entrega de los productos a los clientes • Mantener buenas relaciones comerciales con los clientes para la permanencia de la empresa en el mercado • Elaborar informes de ventas a la gerencia de la empresa • Realizar los cobros respectivos a los clientes y seguir el tramite respectivo en la empresa • Mantener actualizado el portafolio de clientes por zonas y pedidos • Evaluar constantemente nuevos mercados potenciales para la empresa • Prestar una adecuada información de atención a los clientes cumpliendo con sus expectativas y necesidades que requieren • Realizar la entrega del producto en horarios establecidos por los clientes 	
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • De las ventas programadas y ejecutadas de la empresa • Nivel de posicionamiento en el mercado de la empresa • Gestión de medios para fidelizar a los clientes • Sostenibilidad de las ventas 	
Elaborador por:	Revisado por:	Autorizado por:

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla 85 Operarios

	EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AREPAS COLOMBIANAS NUTRI-AREPAS COLOMBIANAS S.A	
Nombre del cargo	Operarios	
Descripción del Cargo: son los responsables de la producción de las arepas colombianas de la empresa		
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Cocineros profesionales • Experiencia mínima de 3 años en puestos similares 	
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza el MICE PLACE relacionado con la capacidad operativa de la empresa • Organización de los equipos y actividades técnicas para elaborar la arepa colombiana • Conocimiento, habilidades y destrezas del proceso de elaboración de la arepa • Aplicación de normativas en control de calidad e insumos para la elaboración de arepas • Aplicación de normas de higiene y manipulación de alimentos • Conocimiento de buenas prácticas de manufactura 	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar las arepas colombianas de acuerdo a las especificaciones técnicas y seguridad alimentaria • Llevar un control de las existencias de inventarios de materias primas y productos terminados • Verificar las condiciones de los inventarios de producción • Elaborar informes a la gerencia de acuerdo a políticas establecidas • Desarrollar la planificación, organización de los procesos de producción • Supervisar el manejo correcto de materiales, equipos de producción • Analizar los pedidos de materias primas acorde a los niveles de producción y ventas 	
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza la producción de la arepa colombiana • Maneja los insumos materiales de acuerdo a normas técnicas • Producir los niveles operativos planificados de acuerdo a las normativas técnicas legales 	
Elaborador por:	Revisado por:	Autorizado por:

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

6.9. ASPECTOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO

6.9.1. Requisitos para sacar el RUC

Para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas (SRI), la empresa tendrá que presentar los siguientes documentos:

- Original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgados por la Superintendencia de Compañías
- Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación del último proceso electoral

6.9.2. Requisitos para obtener la Patente Municipal

Los requisitos que tiene que presentar la empresa para la obtención de la Patente Municipal en el Municipio del Cantón Ibarra son los siguientes:

- Último pago del impuesto predial
- RUC
- Documentos del representante legal

6.9.3. Permiso sanitario de funcionamiento

El Ministerio de Salud Pública requiere de los siguientes requisitos para la obtención del permiso sanitario:

- Copia de la cédula
- Dos fotografías
- Examen Médico
- Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento
- Inspección de las instalaciones
- Entrega del informe final

- Emisión del permiso de funcionamiento. (Es vigente para un año)

6.9.4. Permiso de los bomberos

La empresa de producción y comercialización de arepas colombianas deberá cumplir con los siguientes requisitos para obtener el permiso de los Bomberos:

- Disponer de extintores
- Tener estipulada la señalización de la empresa en lo relacionado a salidas de emergencia
- Disponer de luces de evacuación
- Contar con detectores de humo
- Disponer de detectores de gas

6.9.5. Requisitos para obtener el Registro Sanitario

Para obtener la Inscripción del Registro Sanitario por producto para alimentos procesados nacionales, la empresa debe realizar el siguiente proceso:

- Ingresar el formulario de solicitud (129-AL-002-REQ-01) a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE).
- Adjuntar la declaración que el producto cumple con la Norma Técnica Nacional respectiva.
- Descripción general del proceso de elaboración 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

6.10. CONSTITUCIÓN LEGAL

La empresa de producción y comercialización de arepas colombianas será Sociedad Anónima, para lo cual tendrá que tener los siguientes requisitos de constitución legal.

1. Conformación de la sociedad.
2. Se debe indicar el objetivo de la empresa para identificar el tipo de empresa.

3. Escoger el nombre de la empresa
4. Reservar el nombre de la empresa en la Superintendencia de Compañías.
5. Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de \$800.
6. Elevar a escritura pública la constitución de la empresa (esto puede ser realizado en cualquier notaria)
7. Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración de capital y 3 copias de la estructura pública con oficio del abogado.
8. Publicar en el periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
9. Marginar la resolución para el Registro Mercantil en la misma notaria donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
10. Inscribirse en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra las patentes y solicitar certificado de no estar en la Dirección Financiera Tributaria.
11. Establecer quiénes van a ser el Representante Legal y el administrador de la empresa.
12. Inscribir el registro Mercantil el nombramiento del Representante Legal y Administrador.
13. Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la CI de los mismos, formulario de RUC lleno y firmado por el representante; y copia de pago de luz, agua o teléfono.
14. Esperar a que la Superintendencia posterior a la revisión de los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.

6.11. REGLAMENTO INTERNO (Ver ANEXO 8)

6.12. CÓDIGO DE ÉTICA (Ver ANEXO 9)

6.13. FUNCIONES ADMINISTRATIVAS EN VENTAS

Las funciones administrativas en ventas son:

- Elaborar los contratos con los clientes
- Manejar los procesos contractuales con los clientes
- Archivar la información de reporte de ventas

- Desarrollar el reporte de ventas consolidando en cuadros de Excel
- Programación de visita de clientes
- Supervisión y control de visitas de clientes
- Manejo de quejas de clientes
- Elaboración de cierres de ventas diarias, semanales, mensuales, anuales
- Coordinación del vendedor con producción para disponer de flexibilidad organizacional

6.14.FUNCIONES ADMINISTRATIVAS EN COMPRAS

Las funciones administrativas en compras son:

- Planificar las compras en el Plan Operativo Anual de la empresa
- Elaborar el portafolio de proveedores de insumos y materias primas
- Realizar los procesos de compras de acuerdo a las normativas y diagramas de flujo diseñados
- Realizar el control de inventarios máximo, mínimo y crítico
- Coordinación de las cuentas de inventario con el departamento contable
- Cerrar los balances de compras mediante informes con cuadros de salida
- Seguir el proceso contractual de adquisición de materiales e insumos
- Proporcionar a la gerencia los informes respecto a compras en forma documentada y sustentada.

6.15. ANÁLISIS DEL CAPÍTULO

En este capítulo se establece el nombre de la empresa, el direccionamiento estratégico, a través de la misión, visión, principios y valores. Para su operatividad y cumplimiento de las responsabilidades del talento humano se establece el organigrama estructural con las unidades organizacionales, el organigrama funcional y la descripción de las funciones específicas de cada uno de los cargos que tiene la estructura organizacional de la microempresa.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. IMPACTOS

Todo proyecto de inversión generalmente ocasiona impactos positivos que pueden vincularse a la búsqueda de las relaciones entre los elementos o características que interactúan los resultados del proyecto con los aspectos: económicos, social, educativo-cultural y ambiental. Para establecer la caracterización del impacto se utiliza la relación de causa efecto que permite valorar los impactos desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo. Con este objetivo se utilizó como matriz de valoración de los impactos lo siguiente:

Tabla 86 Valoración de impactos

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Alto	3
Medio	2
Bajo	1
Indiferente	0
Negativos	
Alto	-3
Medio	-2
Bajo	-1
Indiferente	0

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Esta técnica usualmente aceptada, está destinada a medir los impactos positivos o negativos de un proyecto requiriendo de indicadores específicos para una definición adecuada.

7.1.1. Impacto económico

Los indicadores de impacto económico tienen relación con la generación de un emprendimiento (empresa de producción y comercialización de arepas) que en su etapa operativa proporciona 8 puestos de trabajo fijos que beneficia a 40 personas que forman el núcleo familiar de sus trabajadores; como resultado de la ejecución del proyecto; otros indicadores son los siguientes:

Tabla 87 Impacto económico

Indicadores	-1	-2	-3	0	1	2	3	TOTAL
Generación de empleo a 8 personas							x	3
Incentivo a emprendimientos							x	3
Rentabilidad económica para los propietarios de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas						x		2
Competitividad y productividad						x		2
TOTAL	0	0	0	0	0	4	6	10

Sumatoria

Nivel de impacto económico = $\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Números de Indicadores}}$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{10}{4}$$

Nivel impacto = 2.5

Nivel de impacto = Medio

El impacto económico tiene una calificación de 2.5 que significa un nivel de impacto medio.

7.1.2. Impacto social

Este tipo de emprendimientos son generadores de empleo, facilitan la integración laboral de colectivos en riesgo, contribuye de forma notable a la integración social, porque promueven iniciativas que contribuyen a multiplicarlas y desarrollar el beneficio de las personas que no tienen trabajo, tiene otro impacto social desde el punto de vista que se interactúa con grupos de interés de proveedores de insumos, con clientes, comunidad local.

Tabla 88 Impuesto social

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Incremento en el consumo de arepas colombianas						x		2
Satisfacción de los consumidores						x		2
Relación con proveedores						x		2
Integración social						x		2
TOTAL	0	0	0	0	0	8	0	8

$$\text{Nivel de Impacto social} = \frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{8}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \text{Medio}$$

El nivel de impacto que tiene el aspecto social es medio, con una calificación de 2 puntos.

7.1.3. Impacto educativo - cultural

La nueva visión microempresarial es garantizar la competitividad desde la adquisición de materias primas, los procesos de producción, almacenamiento y comercialización; es aquí donde se combina las Buenas Prácticas de Manufactura que facilita el mejoramiento continuo especialmente en el proceso de producción, para lo cual es necesario la aplicación de normas de Seguridad Alimentaria, para facilitar la consolidación de la arepa colombiana en el mercado de la ciudad de Ibarra.

Tabla 89 Impacto educativo - cultural

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejoramiento continuo en el proceso de producción de arepas colombianas							x	3
Manejo de Buenas Prácticas de Manufactura						x		2
Desarrollo de estrategias empresariales							x	3
Aplicación de normas de seguridad alimentaria						x		2
TOTAL	0	0	0	0	0	4	6	10

Sumatoria

Nivel de impacto educativo = $\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Números de Indicadores}}$

Nivel de impacto = $\frac{10}{4}$

Nivel impacto = 2.5

Nivel de impacto = Medio

La calificación que tiene este impacto es de 2.5 que representa un nivel de impacto medio.

7.1.4. Impacto ambiental

El impacto ambiental que se puede generar por el funcionamiento de la empresa de producción y comercialización de arepas colombianas es principalmente a la calidad del aire debido a los olores naturales de la elaboración de este producto que tiene afectaciones mínimas por estas emisiones. A la calidad del agua según los criterios y estándares establecidos en las normas ambientales del Ecuador no representa impactos significativos, ya que las aguas residuales se desalojan en la red principal de alcantarillado, sin ningún tratamiento previo por la dimensión de la empresa. La generación de ruido es interna y puede afectar a los trabajadores por lo que será importante dotarles de equipo de protección personal (EPP).

Tabla 90 Impacto ambiental

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Aire			x					-1
Ruido			x					-1
Agua			x					-1
TOTAL	0	0	-3	0	0	0	0	-3

Sumatoria

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{\text{Sumatoria}}{\text{Números de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{-3}{3}$$

$$\text{Nivel impacto} = -1$$

$$\text{Nivel de impacto} = \text{Bajo}$$

El impacto ambiental no es muy significativo ya que tiene una calificación de 1 que significa muy bajo.

7.2.RESUMEN DE IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS

Tabla 91 Resumen de impactos positivos y negativos

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Económico						x	
Social						x	
Educativo –Cultura						x	
Ambiental			x				
TOTAL	0	0	-1	0	0	6	0

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Los impactos que generará el proyecto en el ámbito económico, social, educativo – cultural es de nivel medio y por otro lado el impacto ambiental en cambio serán de baja magnitud.

7.3. ANÁLISIS DEL CAPÍTULO

La evaluación de impactos que posiblemente genera el proyecto en su etapa operativa se valoró en forma cualitativa y cuantitativa, a través de las dimensiones: económico, social, educativo – cultural e impactos ambientales.

El uso de las matrices de interrelación permite una valoración en forma sistémica y coherente por cada dimensión.

CONCLUSIONES

- De los resultados del diagnóstico situacional realizado a través de la matriz PEST (político, económico, social, tecnológico y ecológico) se determina que existe oportunidades moderadas para el desarrollo de la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas, ya que es un producto nutritivo y de aceptable acogida en el mercado.
- Los resultados del estudio de mercado reflejan una demanda actual de 631.104 arepas anual en la ciudad de Ibarra, la demanda proyectada con la tasa de crecimiento poblacional del 2.99% es de 649.974 arepas para el año 2016. Del análisis de la oferta se determina que la oferta actual de términos cuantitativos del producto es de 57.600 arepas anuales que comercializan los 4 locales que elaboran este producto en la ciudad de Ibarra y la oferta proyectada es de 64.512 arepas anuales. La demanda insatisfecha de las arepas colombianas como resultado de la relación oferta – demanda es de 585.462 arepas, de las cuales el proyecto pretende captar el 49.19% que significa 288.000 arepas anuales.
- Del estudio técnico del proyecto se determina una capacidad instalada de 2.000 arepas diarias, en turnos de ocho horas laborables diarias. La capacidad operativa es de 1.000 arepas diarias que equivale a 288.000 arepas anuales. La infraestructura física de la microempresa será de 200m², distribuidos en el área operativa y administrativa. El presupuesto técnico es de \$68.034.56.
- Los resultados de la evaluación económica y financiera establecen una utilidad neta de \$21.589 para el primer año operativo. Los indicadores financieros son: VAN es de \$15.917.64, la TIR es del 20.5%. El PRI es de 4 años, y 26 días, el B/C de \$1.24, siendo estos indicadores positivos para la empresa se acepta el proyecto desde este punto de vista.
- La microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas se conformará como Sociedad Anónima, dispondrá de una estructura orgánica y funcional, al igual que el direccionamiento estratégico para su funcionamiento óptimo en el mercado.
- De la medición de los impactos se establece que la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas generará impactos positivos de nivel medio y el impacto ambiental será de magnitud baja.

RECOMENDACIONES

- Las variables del diagnóstico situacional presentan oportunidades para el proyecto que deben aprovecharse, para la creación de la microempresa de producción y comercialización de arepas colombianas, concebido en la perspectiva de consolidar el mercado de la arepa colombiana en la ciudad de Ibarra.
- Definir el perfil de los clientes potenciales de la arepa colombiana, establecer a los posibles clientes y distribuidores del producto, con la finalidad de sensibilizar el precio y los atributos valorados que tiene este producto. Las interrelaciones comerciales serán importantes para que permita alcanzar las ventas pronosticadas.
- Los procesos de producción y comercialización de la arepa colombiana deberá estar ajustado a los criterios de seguridad alimentaria e inocuidad que exige el Ministerio de Salud Pública, para una comercialización adecuada de los productos alimenticios. Para lo cual se deberán aplicar los requerimientos de calidad en la infraestructura física y en la aplicación de las actividades de elaboración de la arepa colombiana.
- Organizar los espacios de producción bajo la metodología de los costos por órdenes de producción, de manera que se estandaricen y minimicen los costos para alcanzar los márgenes de rentabilidad técnicos y necesarios para la efectividad del proyecto desde el punto de vista económico y financiero.
- Desarrollar políticas de cultura organizacional, trabajo en equipo como herramienta para estructurar procedimientos lógicos y eficaces que permitan alcanzar niveles de productividad y desempeño de la empresa.
- Dar cumplimiento a lo estipulado en el Ministerio del Ambiente en cuanto a la implementación de un plan de manejo ambiental, con la finalidad de que sea sometido y aprobado por este organismo rector y la empresa funcione legalmente desde este punto de vista.

BIBLIOGRAFÍA

- ARMSTRONG, G. (2011). *Fundamentos de la Mercadotecnia*. México: Mc Graw Hill.
- BESLEY, S., & BRIGHAM, E. (2012). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: McGrawHill Interamericana Editores S.A.
- COLLAHUAZO, J. (2011). *Manual de Evaluación de Proyectos*. Perú: San Marcos.
- DICCIONARIO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS. (2011). *Diccionario de Contabilidad y Finanzas*. Madrid - España: Inmagrage.
- DOUGLAS, R. (2012). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Inmagrage.
- DUANE, M. (2011). *Administración estratégica una herramienta para la competitividad*. California: 2da Edición.
- ENCOMENDERO, A. D. (2011). *Gestión de cooperativas para ser competitivos*. Lima: Arnold.
- ETZEL, M. (2012). *Proyectos, formulación, evaluación y control*. Quito: Publicaciones S.A.
- FRIEND, G., & ZEHLE, S. (2011). *Como diseñar un plan de negocios*. Quito: El Comercio S.A.
- GORDON, P., HILTON, R. W., & WELSCH, G. (2013). *Planificación y Control de Utilidades*. México: Maureen Wilson.
- LEMMAN, R. (2012). *Inventario y Análisis de Mercado*. México: Mc Graw Hill.
- LÓPEZ, A. (2012). *Tecnología de envasado y conservación de alimentos*. México: Trillas.
- MIRANDA, J. J. (2011). *Gestión de proyectos. Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*. México: Adventure.
- ORTIZ, A. (2012). *Gestión Financiera un Enfoque Estratégico*. Bogotá - Colombia: McGrawHill.
- PUJOL, B. (2011). *Dirección de Marketing y Ventas*. Madrid: G.F Printing.

SANCHEZ, T. (2011). *Procesos de elaboracion de alimentos y bebidas*. México: Mc Graw Hill.

VACA, G. (2012). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.

LINKOGRAFÍA

Mapas del Ecuador y sus provincial(Junio de 2010). Obtenido de <http://mapasdelecuadorysusprovincias.com>

ANEXOS

ANEXO 1

Ficha de observación N° 1

Lugar visitado:Local Comercial de la Sra. María Montoya**Elaborado por:**Luz Marina Bastidas Suarez**Fecha:**15 Diciembre 2015

Aspectos importantes que se observaron:

- Tiempo de antigüedad del negocio
- Clases de producto que se oferta y variedades de relleno
- Aceptación del producto y su precio de comercialización
- Comercialización y la tasa de crecimiento promedio

Resultados:

El tiempo aproximado que lleva este local funcionando en la ciudad de Ibarra es de 3 a 4 años y comercializa además de las arepas colombianas, empanadas de pollo y papas rellenas.

Las arepas colombianas si tienen un nivel de aceptación considerable en la ciudad y las más escogidas son las que tienen relleno de queso, pollo y carne las mismas que van desde \$0.80 hasta \$1.25.

Según cálculos realizados estiman que la tasa de crecimiento aproximada es del 12% en los últimos años.

La venta promedio es de 50 arepas diarias trabajando 6 días a la semana, lo cual da un promedio de 300 arepas semanales.

ANEXO 2

Fichade observación Nro. 2

Lugar visitado:Local Comercial de la Sra. Keyla Cabezas

Elaborado por: Luz Marina Bastidas Suarez

Fecha:16 Diciembre 2015

Aspectos importantes que se observaron:

- Tiempo de antigüedad del negocio
- Clases de producto que se oferta y variedades de relleno
- Aceptación del producto y su precio de comercialización
- Comercialización y la tasa de crecimiento promedio

Resultados:

Aproximadamente este local lleva funcionando 3 años en la ciudad de Ibarra además de las arepas colombianas vende buñuelos, empanadas de carne y papas rellenas.

Con el paso de los años han aumentado los consumidores de este producto y las más escogidas son las que tienen relleno de queso, pollo y carne las cuales que van desde \$0.80 hasta \$1.25 según sea el relleno.

Se estima que el crecimiento en comercialización de este producto va desde un 10% hasta un 12% debido a que muchos clientes lo emplean ya en sus desayunos y meriendas.

Actualmente se comercializan un promedio de 50 arepas diarias trabajando de Lunes a Sábado.

ANEXO 3

Fichade observación Nro. 3

Lugar visitado:Local Comercial de la Sra. Alveris López

Elaborado por: Luz Marina Bastidas Suarez

Fecha:17 Diciembre 2015

Aspectos importantes que se observaron:

- Tiempo de antigüedad del negocio
- Clases de producto que se oferta y variedades de relleno
- Aceptación del producto y su precio de comercialización
- Comercialización y la tasa de crecimiento promedio

Resultados:

Este local lleva funcionando 4 años dentro del mercado de la ciudad de Ibarra y los productos que mas comercializa son arepas sencillas y rellenas, papas rellenas y empanadas de carne y pollo.

Por su excelente sabor poco a poco se han incrementado los consumidores de este producto siendo las más escogidas son las que tienen relleno de queso, pollo y carne las mismas que valen \$0.80 hasta \$1.25.

El crecimiento estimado en la comercialización de este producto se considera que es del 12% y en actualmente trabajando de Lunes a Sábado, se venden aproximadamente 50 arepas diarias.

ANEXO 4

Fichade observación Nro. 4

Lugar visitado:Local Comercial de la Sra. Yenny Gómez

Elaborado por: Luz Marina Bastidas Suarez

Fecha:17 Diciembre 2015

Aspectos importantes que se observaron:

- Tiempo de antigüedad del negocio
- Clases de producto que se oferta y variedades de relleno
- Aceptación del producto y su precio de comercialización
- Comercialización y la tasa de crecimiento promedio

Resultados:

En la ciudad de Ibarra este negocio lleva en funcionamiento 3 años y desde su inicio a comercializadolos arepas colombianas, papas rellenas y empanadas.

Al ser un producto sano y elaborado en base al maíz, con el paso del tiempo han aumentado los consumidores de arepas colombianas, siendo las más escogidas las que tienen relleno de queso, pollo y carne y al igual que en los otros locales, los precios van de \$0.80 hasta \$1.25.

El crecimiento estimado en la comercialización de este producto se considera que es del 12% y en la actualidad se comercializan aproximadamente 50 arepas diarias de Lunes a Sábado.

ANEXO 5

Formato de entrevista

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

Guía de entrevista dirigida a un experto en gastronomía nacional e internacional

OBJETIVOS:

- ✓ Conocer los ingredientes y procesos en la elaboración de las arepas colombianas
- ✓ Determinar la maquinaria y personal que se requiere para la elaboración de este producto

CUESTIONARIO

1. ¿Cuáles son los ingredientes que se requiere para la producción de arepas colombianas?
2. ¿Cuál es el proceso de elaboración de arepas colombianas?
3. ¿Qué tipo de maquinaria y equipos se requiere para la elaboración de arepas colombianas?
4. ¿Cuáles son los parámetros técnicos que se considera para obtener arepas colombianas de buena calidad?
5. ¿Cuántas personas se necesita para la elaboración de arepas colombianas?

ANEXO 6

Formato de entrevista



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

Guía de entrevista dirigida a cuatro propietarios de locales productores y comercializadores de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra.

OBJETIVOS:

- ✓ Conocer los tipos de productos que elaboran y comercializan
- ✓ Determinar el nivel de aceptación del producto en el mercado
- ✓ Determinar el precio de comercialización actual del producto

CUESTIONARIO

1. ¿Cuánto tiempo lleva usted en esta actividad económica?
2. ¿Qué productos brinda su negocio?
3. ¿Considera que las arepas colombianas son de preferencia por los clientes?
4. ¿Qué variedades de relleno de la arepa colombiana brinda su negocio?
5. ¿Cuál es el precio que actualmente tiene este producto?
6. ¿Cuál es la tasa de crecimiento promedio de comercialización de arepas colombianas en la ciudad de Ibarra en los últimos años?
7. ¿Qué cantidad de arepa colombiana comercializa usted diariamente?

ANEXO 7

Modelo de encuesta

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA****ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE IBARRA**

OBJETIVO: La presente encuesta permitirá determinar el nivel de aceptación de las arepas colombianas por los habitantes de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

INDICACIONES:

- ✓ Lea detenidamente la pregunta
- ✓ Conteste con seriedad y veracidad cada una de las preguntas
- ✓ Cualquier inquietud acerca de las preguntas no dude en preguntar a los encuestadores

1. ¿Ha consumido usted en alguna ocasión la arepa colombiana?

- SIEMPRE
- ALGUNA VEZ
- NUNCA

2. ¿Usted considera que los locales que comercializan este producto abastecen la demanda existente de este producto?

- MUCHO
- POCO
- NADA

3. ¿Está de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se implemente una empresa de producción y comercialización de arepa colombiana empacada al vacío?

- SI
- NO

4. **¿Estaría dispuesto adquirir la arepa colombiana en la empresa?**
 SI
 NO
5. **¿Con qué frecuencia le gustaría consumir las arepas colombianas?**
 DIARIO
 UNA VEZ A LA SEMANA
 DOS VECES A LA SEMANA
6. **¿Qué tipo de relleno le gustaría que tengan las arepas colombianas?**
 QUESO
 POLLO
 CARNE
 MIXTA
7. **¿Qué precio estaría dispuesto a cancelar por una arepa colombiana?**
 0,80 CTVS
 1,00 USD
 1,25 USD
8. **¿En dónde considera usted que se debe distribuir este producto?**
 SUPERMERCADOS
 TIENDAS
9. **Está de acuerdo que la microempresa realice promociones?**
 SI
 NO
10. **¿Qué tipo de promoción le gustaría que la empresa realice?**
 OFERTAS
 DESCUENTOS
 COMBOS

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 8**REGLAMENTO INTERNO****CAPÍTULO PRIMERO**

Ámbito de aplicación del presente reglamento interno de trabajo.-

Art. 1.- En cumplimiento a lo dispuesto en el Art.64 del Código de Trabajo, NUTRI AREPAS COLOMBIANAS S.A a través de su Gerente Propietario y por lo tanto representante legal señoraLUZ MARINA BASTIDAS SUÁREZ, con cedula de ciudadanía número 171034484-5, cuyo domicilio principal lo tiene ubicado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, con el fin de normar las relaciones laborales con sus trabajadores, expide el presente Reglamento Interno de Trabajo.

Art. 2.- Para efectos de este Reglamento, la Empresa o su representante legal se lo denominara en lo posterior simplemente como, EL EMPLEADOR, LA EMPRESA O NUTRI AREPAS COLOMBIANAS S.A, y al personal de empleados y obreros se los denominara, simplemente como EL TRABAJADOR o los TRABAJADORES, según el caso.

Art. 3.- El presente Reglamento Interno de Trabajo está enmarcado en las relaciones Obrero-Patronales entre el empleador y el personal de Trabajadores (empleados y obreros) que presta sus servicios en todas sus áreas, dependencias, departamentos, sistemas, oficinas, sucursales que tenga, mantenga o cree el empleador, en el territorio Ecuatoriano, sin consideración a la clase o modalidad de contrato de trabajo que los vincule con el empleador e independientemente de sus funciones o jerarquías; respetándose el contrato individual de trabajo, así como las disposiciones del Código de Trabajo y más Leyes conexas.

Como consecuencia de lo antes mencionado, las normas estipuladas en este instrumento se considerarán incorporadas a toda relación jurídica contractual de naturaleza laboral existente, así como también a cada Contrato Individual de Trabajo que celebre o haya celebrado con fecha anterior o posterior a la aprobación de este Reglamento Interno de Trabajo.

Art. 4.- El presente Reglamento Interno de Trabajo es de aplicación obligatoria en las Agencias, Sucursales, oficinas administrativas e instalaciones que mantiene o cree el empleador a través de su empresa denominada “NUTRI AREPAS COLOMBIANAS S.A”;

por lo tanto los trabajadores quedan sujetos al cumplimiento de las disposiciones prescritas en este Reglamento, no siendo su desconocimiento causa de eximente de responsabilidad para ninguno de los Trabajadores.

CAPÍTULO SEGUNDO

Clasificación interna y administración del personal de trabajadores.-

Art. 5.- Son Trabajadores de la Empresa “NUTRI AREPAS COLOMBIANAS S.A”, todas las personas que prestan sus servicios lícitos y personales para el empleador, en virtud de sus respectivos Contratos Individuales de Trabajo, siempre y cuando perciban su remuneración directamente de dicha empresa.

Art. 6.- Para efectos de orden interno-administrativo, los Trabajadores de NUTRI AREPAS COLOMBIANAS S.A, se dividen en Empleados y Obreros de acuerdo a lo que dispone el artículo 9 del código de trabajo.

CAPÍTULO TERCERO

Admisión y requisitos para la contratación del personal.-

Art. 7.- La admisión de Trabajadores es potestativa de la ADMINISTRACIÓN, debiendo él o la aspirante proporcionar en la solicitud de empleo, de manera clara y verás, obligatoria y fielmente, todos los datos que les sean requeridos, a fin de hacerlos constar en el Registro que para el efecto lleva NUTRI AREPAS COLOMBIANAS S.A.

Art. 8.- Los aspirantes que apliquen para ingresar como nuevos trabajadores, deberán presentar la solicitud de admisión en el formulario que le proporcione el empleador, para luego concurrir a la respectiva entrevista, rendir las correspondientes pruebas de aptitud; y además adjuntar los siguientes documentos:

1. Formulario emitido por la empresa;
2. Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía;
3. Fotocopia del Certificado de Votación;
4. Dos (2) fotografías tamaño carné (actualizadas y a color);
5. Tres (3) certificados de honorabilidad, documentos que deberán incluir la actual dirección domiciliaria y número de teléfono de quien emite el certificado;

6. Certificados de sus últimos trabajos; documentos que deberán incluir la actual dirección domiciliaria y número de teléfono de quien emite el certificado;
7. En el caso de extranjeros, pasaporte actualizado, con visa vigente y permiso de trabajo;
8. Hoja de vida con el detalle de:
 - a) Nombres y apellidos completos.
 - b) Dirección domiciliaria.
 - c) Edad, sexo, estado civil.
 - d) Número de hijos si los tuviere.
 - e) Nombre del cónyuge si lo tuviere.
 - f) Nivel de educación
 - g) Trayectoria laboral y referencias.
 - h) Cursos realizados, títulos o diplomas debidamente justificados con los documentos de respaldo.
9. Certificado médico conferido por un médico legalmente facultado para ejercer la medicina, con el siguiente detalle:
 - a) Estado de salud;
 - b) Descripción de alguna enfermedad grave o infecto-contagiosa;
 - c) Tipo de sangre; y,

Art. 9.- Como norma general, todo Trabajador que ingrese por primera vez a prestar sus servicios en “NUTRI AREPAS COLOMBIANAS S.A”, deberá suscribir un Contrato de Trabajo con inclusión de un período de prueba de hasta noventa días, al tenor de lo prescrito en el Artículo 15 del Código del Trabajo, salvo el caso de que se trate de labores que por su naturaleza deban ejecutarse mediante la suscripción de Contratos de Trabajo de naturaleza ocasional, eventual, temporal, precaria o extraordinaria, así como también los de obra cierta y aquellos que hagan referencia a labores de tipo técnico o profesional.

Art. 10.- Sin embargo de lo expresado en el artículo anterior, y únicamente en lo que tiene que ver con la inclusión o no del período de prueba para los trabajadores de nuevo ingreso, como excepción y a criterio de la Administración, ésta podrá omitir tal particular cuando las labores para los que éstos sean contratados, por su especialización o técnica, así se lo considere conveniente. Quienes bajo cualquier modalidad contractual de naturaleza laboral hayan prestado servicios en el pasado para “NUTRI AREPAS COLOMBIANAS S.A”, y reingresen a la empresa, deberán igualmente suscribir un contrato de trabajo a plaza fijo o tiempo indefinido, pero sin cláusula de prueba, y se considerarán trabajadores estables sólo

a partir del primer día del segundo año continuo de servicio, computado dicho tiempo de servicio desde la fecha de su nuevo ingreso. Sin perjuicio de que puedan ser contratados bajo otras modalidades, como es el caso de eventuales, temporales, ocasionales o por obra cierta, modalidades que por su naturaleza no dan la calidad de estables, por cuanto este tipo de contratos no implican labores por más de un año de servicio continuo.

Art. 11.- La falsedad e ilegitimidad de los datos y requisitos consignados, así como la alteración, sustitución o falsificación de los documentos presentados, facultan al empleador a negar la solicitud de trabajo del aspirante, sin perjuicio de interponer las acciones legales de tipo penal que la Ley contempla para esta clase de hechos. En el caso de que las irregularidades en mención se detectaren una vez formalizada la relación de trabajo, el hecho constituirá falta de probidad y será causal de Visto Bueno.

Art. 12.- Corresponderá al, Gerente la contratación y ubicación del aspirante seleccionado, así como solicitar al representante legal de la empresa "Gerente propietario", la suscripción de los respectivos contratos de trabajo, sin que tenga valor alguno el contrato suscrito por cualquier otro funcionario o persona no autorizado por NUTRI AREPAS COLOMBIANAS S.A.

Art. 13.- Cualquier cambio de domicilio deberá ser notificado por el Trabajador al Gerente donde esté asignado y prestando sus servicios, comunicación que deberá efectuar en un término no mayor de cinco días contados a partir del momento en que ocurrió dicho cambio.

De no cumplirse con esta obligación, la Administración considerará como domicilio del Trabajador la dirección que consta en los registros que para el caso lleva NUTRI AREPAS COLOMBIANAS S.A. Información que como queda expresado en el Artículo anterior, es proporcionada por el Trabajador al momento de llenar el formulario de solicitud de admisión para laborar en la Empresa.

CAPÍTULO CUARTO

De las jornadas de trabajo, turnos, ejecución y pago de remuneraciones y sobretiempo.-

Art. 14.- Los horarios y turnos de trabajo serán los que para cada caso estipule el Empleador en atención a lo prescrito para el efecto en la resolución de aprobación de horario emitida por el MINISTERIO DE TRABAJO, dentro de los turnos rotativos y horarios establecidos en el contrato de trabajo, sin perjuicio de que la empresa, según sus necesidades, pueda

mantener o cambiar los horarios de trabajo para el sector del personal que no tiene reguladas sus jornadas de labores en los respectivos Contratos Individuales de Trabajo.

Art. 15.- Si se labora los turnos rotativos, al finalizar sus turnos respectivos, los Trabajadores procurarán no abandonar sus puestos de trabajo mientras el reemplazante no se encuentre presente.

Art. 16.- Cuando el Trabajador entrante no llegue a la hora de iniciar la respectiva jornada diaria, y el Trabajador saliente no vaya a doblar el turno, éste deberá comunicar el particular por escrito a su superior inmediato a fin de que éste tome las medidas correspondientes.

Art. 17.- Todo Trabajador saliente de turno deberá poner al corriente a su compañero entrante cualquier anomalía o irregularidad que hubiere observado en el área o sección en la cual labora. Aquel Trabajador que no cumpla con esta obligación será amonestado por escrito.

Art. 18.- La remuneración de los trabajadores, será pagada por el Empleador en forma mensual, mediante crédito, cheque, transferencia bancaria o depósito, en la Cuenta de Ahorros o Cuenta Corriente, que para el efecto el empleado deberá abrirla en una institución bancaria de la localidad, designada por el empleador.

Art. 19.- Las remuneraciones se calcularán de acuerdo a los tiempos de trabajo registrados en los sistemas de control de tiempo, previa verificación por parte de la Administración.

Art. 20.- La remuneración, única y exclusivamente podrá deducirse en la parte proporcional al trabajador por aportes al IESS, en el monto que de acuerdo a su sueldo le correspondiere, por retención en la fuente o impuesto a la renta; y, por existir orden o sentencia judicial de alimentos u otras que determine la ley.

Art. 22.- Las remuneraciones se pagarán directamente al Trabajador o a la persona que estuviere expresamente autorizada por escrito por aquel para percibir su remuneración.

Art. 23.- Cuando un Trabajador no esté conforme con una liquidación de pago de cualquier concepto, podrá expresar su disconformidad, reclamo o queja en el mismo momento de recibirla, en cuyo caso dejará constancia del particular en el rol de pagos, o recibo que firmase.

Art. 24.- Los valores que los trabajadores adeudaren al empleador en concepto de dividendos de préstamos y/o anticipos, serán descontados mensualmente de la remuneración del trabajador y su pago constará en el rol de pago mensual, de acuerdo a lo convenido y en el monto que corresponda.

Art. 25.- En caso de pérdida y/o destrucción de las herramientas de trabajo o bienes en custodia del trabajador, o del uniforme de trabajo y demás implementos proveídos al trabajador, el Empleador establecerá el respectivo cargo, el mismo que será susceptible de desvanecimiento, caso contrario cobrará dicho valor mediante descuentos de su remuneración, a menos que el trabajador reponga lo perdido mediante la entrega de un bien de similares características o de que cancele con dinero en efectivo el monto correspondiente al avalúo del mismo.

Art. 26.- Si un trabajador dejare de prestar servicios, saliere con licencia temporal o hiciere uso de sus vacaciones, previamente deberá entregar todas las herramientas y equipo de trabajo que le fueron puestos bajo su responsabilidad, si existieren faltantes o pérdida de cualquiera de dichos bienes, el valor de los mismos será descontado del monto de la liquidación a que tuviere derecho.

CAPÍTULO QUINTO

De las vacaciones.-

Art. 27.- Todo trabajador, que desee hacer uso de sus vacaciones, deberá formular y presentar la correspondiente solicitud por escrito al Gerente general, administrador o Gerente de Recursos Humanos, con por lo menos QUINCE (15) días hábiles de anticipación a la fecha prevista en el cuadro y calendario oficial de vacaciones, a fin de que el Departamento de Personal tome nota de tal hecho y registre en la ficha individual del trabajador, los datos inherentes al tiempo de vacaciones, días utilizados o días pendientes-acumulados, fecha de salida y fecha de reingreso según lo dispuesto en el Art. 69 del Código de Trabajo.

Art. 28.- El trabajador está obligado a otorgar constancia escrita de la concesión de vacaciones, en caso de rehusarse a entregar tal constancia, será causal más que suficiente para dar por terminado el contrato de trabajo, mediante el correspondiente visto bueno.

CAPÍTULO SEXTO

Obligaciones y deberes de los trabajadores.-

Art. 29.- Son obligaciones de los trabajadores:

1. Cumplir y respetar las órdenes que les sean impartidas por el Jefe inmediato, Jefe Departamental, y en general por sus respectivos superiores.
2. Cumplir el trabajo en los términos del contrato, y del presente reglamento en el sitio, área o sector al que se le asigne, con sujeción al cuadro de distribución de actividades y cronograma de labores.
3. Cumplir con el traslado de su sitio de trabajo, a cualesquier de las oficinas que el empleador tuviese en el Ecuador, y que así lo hubiese dispuesto en el contrato de trabajo.
4. Presentar los correspondientes certificados médicos cuando concurra al Departamento médico del Seguro Social.
5. Guardar escrupulosamente los secretos administrativos o comerciales de los que tengan conocimiento y mantener total discreción y confidencialidad sobre datos e información que correspondan tanto a la empresa como al cliente, y de los cuales haya llegado a tener conocimiento bien por casualidad o por haber accedido a la información con o sin autorización. La obligación de confidencialidad, se mantendrá, mientras se halle vigente la relación contractual de trabajo y hasta CINCO (5) años después de terminada la relación laboral.
6. Mantener orden y limpieza en el sitio o lugar de trabajo.
7. Cuidar y velar por la integridad, buen estado y funcionamiento de vehículos, equipos de trabajo, bienes, herramientas y mobiliario que se les hubieren asignado y se encuentren bajo su custodia, responsabilidad o servicio.
8. Utilizar el mobiliario, bienes y equipos asignados, exclusivamente para el cumplimiento de las labores que le correspondan; así como dar buen uso a herramientas, máquinas y equipos, y optimizar el consumo de materiales de trabajo.
9. Informar permanente y periódicamente al jefe inmediato, sobre el estado y funcionamiento de los equipos, la calidad y existencia de los materiales, y los defectos o desperfectos de los mismos.
10. Utilizar los uniformes de trabajo y credencial de identificación de la empresa durante toda la jornada y horario de trabajo, así como presentarse en forma impecable para sus

labores, cuidando el arreglo personal, tanto para hombres como mujeres de acuerdo al reglamento de imagen vigente en la empresa. Igual recomendación aplica para ejecutivos medios.

11. Comunicar al final de cada turno o jornada de trabajo, todas las novedades existentes, a quien lo releve o remplace en sus funciones.
12. Mantener buenas relaciones, armonía y comunicación con sus compañeros de trabajo, durante las horas laborables y fuera de ellas.
13. Los empleados cuya actividad esté relacionada con atención al público o cliente, deberán demostrar cortesía, buena educación, atender con respeto, profesionalismo a los clientes o usuarios del empleador, y concurrir bien presentados para proyectar excelente imagen caso contrario, esto es si su trato fuere displicente, descortés, irrespetuoso etc., será causal más que suficiente para dar por terminado el contrato de trabajo, mediante el respectivo visto bueno, bastando para ello tan solo una certificación escrita por parte del cliente del empleador, en el que conste la queja en contra del trabajador.
14. Sujetarse y cumplir con el horario, turnos o jornadas de trabajo que le comunique el empleador, así como cumplir con las modificaciones o reajustes que el empleador efectúe a las mismas. En el evento de incumplimiento a esta obligación, será causa más que suficiente para que el empleador pueda dar por terminado el contrato de trabajo, mediante el respectivo visto bueno.
15. Para el caso de todo el personal de recaudación, deberán cumplir con los montos de recaudación mensuales mínimos que, en el respectivo contrato de trabajo individual se determine. Los valores recaudados, serán entregados a los responsables de “ingresos de contratos” en el Departamento de Servicio a Clientes o a quien se delegue esta función en sucursales, dentro de las VEINTICUATRO (24) horas siguientes de su recaudación o depositados en las cuentas bancarias del empleador, no hacerlo y sin perjuicio de las acciones legales a que hubiere a lugar, será causal más que suficiente para dar por terminado el contrato de trabajo, previo trámite de Visto Bueno.
16. Solo las personas autorizadas por escrito por el Empleador, podrán desempeñar funciones de recaudación. Aquellos trabajadores que realizaren, recaudaciones, instalaciones, atención al público, sin la autorización escrita del empleador, será también causal más que suficiente para dar por terminado el contrato de trabajo previo visto bueno, sin perjuicio de la acción legal a que hubiere a lugar.

17. Para todo el personal a más de poner todo su conocimiento técnico y profesional la de preservar o utilizar de forma correcta los vehículos, bienes, materiales y herramientas que están bajo su custodia o hubiesen sido asignados para la ejecución de sus labores.
18. Para todo el personal del área de bodega y control de suministros, tendrá la obligación de llevar un inventario actualizado sobre todos los bienes, equipos, y demás accesorios e implementos que se encuentran bajo su custodia y almacenados en las diferentes bodegas del Empleador. Igualmente llevará un control detallado y por escrito de todos los ingresos y egresos de bienes, equipos y demás implementos o accesorios que entraren o salieren de las bodegas del empleador, con la respectiva orden del superior que efectúa la orden de ingreso o egreso, de tales bienes. De toda la obligación contenida en este numeral, emitirá un informe mensual por escrito al Gerente responsable del control de bodegas, informe al que anexará el inventario y reporte de control antes señalados y que será entregado a la finalización de cada mes o máximo dentro de los DOS (2) días posteriores a la conclusión del mes. El incumplimiento a esta obligación, será causal más que suficiente para dar por terminado el contrato de trabajo, previo el respectivo trámite de Visto Bueno
19. Poner en conocimiento de su empleador o jefe inmediato superior, en forma inmediata de cualquier hecho del cual llegase a tener conocimiento relativo ejemplificativamente y no de manera taxativa de la competencia desleal, fuga de información comercial, etc. El incumplimiento a esta obligación será causal más que suficiente para dar por terminado el contrato de trabajo, previo visto bueno.

Prohibiciones del trabajador.-

Art. 30.- Son prohibiciones, y por lo tanto serán motivo de separación de la empresa, de acuerdo a la gravedad de la falta, previo visto bueno, son las siguientes:

1. Utilizar el mobiliario, equipos, bienes, herramientas y material de trabajo en otras actividades o servicios extraños a los fines e intereses del patrono.
2. Usar indebidamente o para fines distintos a las actividades de la empresa, las oficinas, dependencias e instalaciones.
3. Permitir el ingreso de familiares o conocidos, a las instalaciones, dependencias, puestos de trabajo, áreas reservadas exclusivamente para uso del personal, oficinas de recaudación, seguridad sin la respectiva autorización escrita previa del inmediato superior o Jefe.

4. Propagar rumores falsos que afecten al prestigio de la empresa o de algún funcionario o representante de ella o que produzca inquietud y malestar entre los trabajadores.
5. Promover escándalos, participar en grescas o algazaras en las dependencias de la Institución y ofender de palabra u obra a sus Superiores o compañeros de trabajo en general.
6. Portar armas de cualquier clase dentro de las dependencias de la empresa.
7. Borrar, rectificar o alterar de cualquier manera su tarjeta de ingreso o la de sus compañeros, así como afectar la integridad y autenticidad de los comprobantes de pago, sueldos o de cualquier otro documento elaborado por el empleador o destinatario, caso en el cual y sin lugar a excusa, el trabajador será sujeto de las acciones y sanciones penales a que hubiere lugar.
8. Suspender o abandonar el trabajo, sin contar con autorización expresa de sus superiores o trasladarse a un lugar distinto de aquel en el cual debe cumplir las tareas asignadas.
9. Ejecutar trabajos ajenos a la empresa, durante las horas de labor.
10. Ejecutar trabajos no dispuestos por su empleador.
11. Ingresar a las Instalaciones y oficinas, durante fines de semana y días festivos sin autorización escrita del empleador (vendedores).
12. Hacer propaganda política o religiosa dentro de las dependencias de la institución y en horas de trabajo.
13. Suscribir comunicaciones de cualquier índole, hacer declaraciones o dar información pública a nombre de la empresa, a menos que cuente para ello con orden escrita del Gerente General.
14. Recibir primas o gratificaciones de personas o empresas que tengan relación de negocios con la empresa o de los usuarios del empleador.
15. Utilizar los equipos de comunicación de la empresa para asuntos particulares, salvo aquellos casos que cuenten con autorización superior.
16. Introducir en las instalaciones y dependencias de la empresa, cualquier clase de bienes, equipos personales o de terceros, sin autorización de sus Jefes inmediatos.
17. Para todo el personal en especial para los del área de recaudación, usufructuarse o retenerse dineros que provengan de la venta de los servicios que oferta en el mercado, o por cualquier otro concepto, de propiedad del empleador.
18. Ingerir alimentos en lugares no autorizados por el empleador.
19. Fumar dentro de las instalaciones del empleador.

20. Transitar en la jornada de trabajo, sin el respectivo uniforme de trabajo y la credencial de identificación de la empresa.
21. Mantener cualquier tipo de relación sentimental, sexual o íntima en cualquier lugar o instalación de la empresa.
22. Quedarse dormido durante la jornada de trabajo.
23. Faltar el respeto de palabra o de obra a sus compañeros de trabajo, a sus superiores, administradores o accionistas de la empresa.
24. Atentar contra el pudor, la honra, la dignidad o acoso sexual a los compañeros de trabajo, a los superiores, administradores o accionistas de la empresa
25. Organizar fiestas o reuniones de cualquier índole en las instalaciones de la empresa, durante la jornada de trabajo.
26. Gritar, cantar, bailar, escuchar música a un volumen alto o alterar la paz durante las jornadas de trabajo.
27. Recibir en el puesto de trabajo o en cualquier parte de las instalaciones de la empresa, dentro o fuera de la jornada de trabajo, a vendedores de cualquier tipo de productos.
28. Vender cualquier clase de productos en las instalaciones de la empresa, dentro o fuera de la jornada de trabajo.

CAPÍTULO SÉPTIMO

De las faltas, de sus clases y sanciones.-

Art. 31.- Para la aplicación de las sanciones, las transgresiones al presente Reglamento Interno se dividen en dos grupos, así:

FALTAS LEVES y FALTAS GRAVES, en concordancia con lo dispuesto en los siguientes Artículos:

Art. 32.- Para los efectos de este Reglamento se consideran como faltas leves, todas las transgresiones a las obligaciones que tienen los Trabajadores según lo dispuesto en el Código del Trabajo en general, y de manera específica, a las prescritas en los artículos 45 de dicho Cuerpo de Ley, y además, a las siguientes:

1. No ejecutar el trabajo en los términos del Contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.

2. No restituir al Empleador los materiales no usados y no conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de estos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción.
3. No trabajar en casos de peligro o siniestros inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o de la empresa. En estos casos tendrá derecho al recargo en su remuneración de acuerdo con la Ley.
4. No dar aviso previo al Empleador (Superior Inmediato) cuando por causa justa faltare al trabajo; de no poder hacerlo por cualquier causa debidamente justificada deberá hacerlo en las siguientes 24 horas laborables.
5. No cumplir con las jornadas, horarios y turnos de trabajo establecidos en el contrato de trabajo, debiendo registrar personalmente su entrada y salida de acuerdo con las disposiciones establecidas en la empresa; y no concurrir puntualmente al trabajo.
6. No encontrarse en disposición de iniciar el trabajo a la hora señalada en el horario respectivo. Dentro de la jornada diaria de labor, trabajar con pérdidas innecesarias de tiempo.
7. Cuando en la ejecución del trabajo se presentaren fallas o cualquier dificultad grave que no pueda ser subsanada por el personal encargado de efectuar el trabajo, comunicar el particular inmediatamente a los superiores, a fin de que tomen las medidas que el caso requiera.
8. Utilizar sin consentimiento el servicio telefónico, Xerox, internen etc., para fines ajenos a las actividades del trabajo.
9. Leer periódicos, revistas, libros, etc., durante las horas de labor.
10. No atender en forma Cortez y respetuosa al público.
11. No asistir a los cursos de capacitación o formación a los que la empresa lo haya asignado.

Art. 33.-Las faltas leves a las que se hace referencia en Artículo que antecede, serán sancionadas con una multa equivalente de hasta el diez por ciento (10%) de la remuneración diaria. La comisión dentro de un mismo período mensual de tres faltas leves por parte de un trabajador, será considerada como falta grave, quedando facultado el empleador para solicitar el correspondiente Visto Bueno, ante el Inspector de Trabajo.

Art. 34.- Toda Falta Leve prescribe en un mes. Por lo tanto, para efecto de solicitar Visto Bueno, la empresa considerará como no cometidas las faltas leves que hayan ocurrido en un período anterior a un mes contado hacia atrás desde la fecha de la comisión de una falta leve.

Art. 35.- Las multas a las que hubiere lugar por aplicación de lo prescrito en el presente Reglamento Interno de Trabajo, serán aplicadas por el Gerente de la empresa, y en su falta, por el Representante Legal de la empresa o quien hiciera sus veces, quienes en su caso, dispondrán el cobro de la multa mediante retención de la remuneración del Trabajador.

Art. 36.- La comisión de una o cualquiera de las Faltas Graves establecidas como tales en este Reglamento Interno, serán sancionadas con la separación del servicio, previo el trámite administrativo de Visto Bueno solicitado ante las competentes Autoridades del Trabajo.

Art. 37.- Además de las prohibiciones del Trabajador prescritas en el Artículo 46 del Código del Trabajo, las que para los efectos de este Reglamento, constituyen y se las considera como Faltas Graves, son también faltas de la misma naturaleza, las siguientes:

1. No acatar las órdenes y disposiciones de trabajo, vale decir, resistirse al cumplimiento de cualquier disposición superior que tenga relación directa o indirecta con el trabajo, siempre y cuando la misma se encuentre en las disposiciones legales y reglamentarias.
2. No acatar las medidas de seguridad, prevención e higiene exigidas por la Ley, los Reglamentos que dicte la empresa para el efecto o por las Autoridades competentes.
3. No respetar a sus superiores y a sus compañeros de trabajo, así como desafiar, amenazar o ultrajar de palabra u obra a los mismos, o hacer o promover escándalos en las instalaciones de la empresa o utilizar vocabulario soez o impropio.
4. No comunicar oportunamente a la Administración, cuando se tenga conocimiento de la comisión de cualquier tipo de infracción penal cometida por sus compañeros de trabajo o de terceras personas, dentro de las instalaciones de la Compañía o en ejercicio de sus funciones.
5. Ingerir bebidas alcohólicas en las instalaciones de la empresa en el ejercicio de sus funciones.
6. Introducir, usar o tomar en las instalaciones de la empresa, o en el ejercicio de sus funciones, sustancias sicotrópicas y/o drogas.
7. Propagar rumores o hacer comentarios que vayan en desmedro de los intereses de la empresa o del buen nombre y prestigio de sus personeros o sus compañeros de trabajo; o, produzcan inquietud y malestar entre el personal.

8. Informarse o recabar datos de la correspondencia que pertenece al fuero privado del empleador o de su personal.
9. Divulgar información confidencial que posee el Trabajador en virtud de las labores que desempeña.
10. Inducir al empleador a celebrar un Contrato de Trabajo mediante información falsa o adulterada, o presentar para tal fin Certificados, Títulos, Diplomas o datos falsos.
11. No cumplir con las disposiciones que dicte la Administración para el uso de vehículos de propiedad del empleador.
12. Abandonar sin justa causa el lugar o puesto de trabajo, vale decir, sin la autorización previa del superior correspondiente. Disposición que se dicta en aditamento y en concordancia con lo dispuesto en el literal (i) del Artículo 46 del Código del Trabajo.
13. Hacer rifas, negocio o actividades similares en las instalaciones de la empresa, salvo el permiso por escrito de la Administración.
14. Participar en juegos de azar u otros dentro de las instalaciones de la empresa.
15. Entregar sin autorización a cualquier persona la realización de cualquier trabajo a él encomendado.
16. Ejecutar o realizar tareas u obras particulares dentro de las dependencias de la empresa a favor de terceros, salvo que para ello tenga permiso escrito otorgado por la Administración de la Empresa.
17. No registrar el ingreso y salida de acuerdo con los sistemas de control que para el efecto establezca la empresa, ni alterar, sustraer o usar indebidamente los controles establecidos.
18. Dormir durante las horas de trabajo.
19. Para las personas que manejan fondos de la empresa, cambiar sin autorización superior cheques de Trabajadores o de terceras personas, así como también, aceptar vales no autorizados. A este respecto, se regirá a las políticas que determine el empleador sobre el manejo y utilización de los recursos económicos, políticas internas que tienen el carácter de obligatorias.
20. Realizar instalaciones, reparaciones u otros trabajos en forma clandestina.
21. No guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales y otros que por razón de su trabajo conociere o les fueren confiado.
22. Utilizar sin autorización previa la papelería, sellos, rótulos de la empresa y en general aspectos que constituyan infracciones a la ley de propiedad intelectual.

23. Falsear en los informes proporcionados en la solicitud de trabajo al empleador (puede el empleador solicitar documentos originales de respaldo si se considera necesario).
24. Tomarse, para fines de protestas, reclamos, etc., las oficinas y demás instalaciones de la empresa, sin autorización del empleador.
25. No portar durante su jornada de trabajo la identificación e insignias de la empresa.
26. Negarse a firmar los memos de llamado de atención, o cualquier notificación o comunicación emitida por el empleador.
27. Las previstas en el Art. 172 del Código del Trabajo.

CAPÍTULO OCTAVO

Del régimen disciplinario.-

Art. 38.- El incumplimiento por parte del funcionario, operario o empleado de las normas legales, contractuales o reglamentarias, se sancionará de acuerdo a la siguiente escala:

1. Amonestación verbal
2. Amonestación escrita
3. Multas
4. Terminación de las relaciones laborales mediante Visto Bueno.

Art. 39.- Se sancionará con amonestación verbal:

1. El atraso personal, siempre que no exceda de diez minutos después del margen de gracia de 5 minutos y no constituya reincidencia en un periodo mensual de labor.
2. El incumplimiento del trabajo encomendado siempre que no sea en forma reiterada o que constituya una falta u omisión más grave.
3. Las violaciones leves a las disposiciones del Código de Trabajo, del Empleador o de este Reglamento interno de trabajo.

Art. 40.- Se sancionara con amonestación escrita:

El atraso por más de cinco minutos después del margen de gracia de cinco minutos y la reincidencia en más de dos atrasos.

1. El excederse sin justificación del tiempo de permiso concedido.

2. Resistirse o evadir en cualquier forma a las revisiones que efectuó el Empleador respecto al manejo de bienes, documentos, valores, información y relaciones con clientes.
3. Adoptar actitudes descorteses o descomedidas con sus superiores, compañeros y clientes.
4. Reportar gestiones no realizadas.
5. La reincidencia en los casos contemplados en el artículo anterior.

Art. 41.- Se sancionará con multa y se reducirá del sueldo o salario del trabajador y en ningún caso, podrá exceder del 10% de la remuneración.

1. La reincidencia en faltas de puntualidad, por más de tres ocasiones, en un mismo mes.
2. Las faltas injustificadas siempre que no lleguen a tres en un mismo mes.
3. El abandono de lugar del trabajo sin permiso.
4. El descuido notorio en su trabajo, en el cuidado y mantenimiento de los elementos entregados para su trabajo.
5. Las riñas de palabra u obra con sus compañeros de trabajo.
6. Causar daños siempre que se trate de hecho culposo.
7. Resistir o no obedecer en cualquier forma las órdenes de sus superiores respecto de su trabajo.
8. Alterar, cambiar o manipular máquinas, sistemas eléctricos, alarmas, etc., sin conocimientos ni autorización.
9. Dejar de cumplir en cualquier forma las normas de higiene y seguridad que adopte la Empleadora.
10. Alterar en cualquier forma los controles de asistencia o firmar las listas por otra persona.

Art. 42.- El 50% del producto de las multas que se impongan deberán ingresar a una cuenta especial y se destinará a apoyar las actividades que organicen los trabajadores.

CAPÍTULO NOVENO

De las obligaciones patronales.-

Art. 43.- Son obligaciones de la empresa y de su Representante Legal:

1. Pagar las remuneraciones pactadas por prestación de servicios por quincenas vencidas el último día laborable de cada mes, y cubrir también en tiempo oportuno los demás pagos que ordene la Ley, verificando únicamente las retenciones de orden legal.
2. Es obligación del empleador: Asegurar a sus trabajadores y empleados; Brindar condiciones óptimas de trabajo que no conlleven situaciones de peligro para la vida y salud del trabajador; dotar a la persona de los equipos, herramientas y útiles necesarios para el normal desempeño de sus labores, así como asignar un lugar apropiado para el trabajo.
3. Tratar a los trabajadores con consideración y mantener los lugares de trabajo e instalaciones, con suficiente iluminación, ventilación y señalización.
4. Conceder cuando fuere el caso, permiso para que los trabajadores cumplan con el ejercicio del sufragio; y, permitir que en caso de enfermedad, el trabajador concurra al Departamento Médico del Seguro Social.
5. Conceder a los trabajadores las licencias y permisos a que tuvieren derecho, por vacaciones, calamidad doméstica o enfermedad (comprobada con certificado médico proporcionado por el IESS).
6. Rembolsar a los trabajadores gastos de movilización, subsistencias, viáticos, alojamiento, alimentación, etc., previa comprobación del gasto y previa presentación de los respectivos recibos, en los casos que por razones de servicios, tuviere que trasladarse a un lugar distinto al de su residencia, siempre y cuando tales hechos estén autorizados previamente y por escrito por el empleador.
7. Mantener en buen estado, funcionando y en óptimas condiciones los equipos de seguridad, de extinción de incendios y de protección personal.
8. Dotar de instalaciones sanitarias en un número adecuado, a fin de mantener higiene en el trabajo.
9. Mantener un botiquín con medicamentos, para uso en caso de emergencia o situaciones críticas.
10. Llevar un registro de los trabajadores en el que conste: nombres y apellidos, edad, procedencia, estado civil, nombres y edades de las personas que se hallen a su cargo, fecha de ingreso y salida, vacaciones gozadas, infracciones cometidas al presente Reglamento con especificación del tipo de falta.
11. Entregar a ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa un ejemplar del presente Reglamento, a fin de que se cumpla sus disposiciones.

12. Dictar un manual de funciones, normas y procedimientos, tanto para el personal directo como intermediado.

13. Deducir y retener los valores correspondientes a multas, de la liquidación mensual y rol de pagos subsiguiente al mes de la fecha del cometimiento de la falta e imposición de la sanción. El monto resultante de multas impuestas y recaudadas, anualmente se distribuirá de acuerdo a las disposiciones legales.

Art. 44.- La Administración se reserva el derecho de determinar las políticas o normas administrativas internas, las cuales deberán ser acatadas y cumplidas por el personal. La determinación de políticas administrativas se hará conocer por parte de la Administración a los Trabajadores, mediante memorándum o circulares. La falta de cumplimiento de las políticas que imparta la Administración, de acuerdo a sus necesidades y para el mejor desenvolvimiento de la misma, siempre que no violen ninguna norma legal ni contractual, serán consideradas como indisciplina y acarrearán las sanciones legales correspondientes.

CAPÍTULO DÉCIMO

Prohibiciones patronales.-

Art. 45.- Son prohibiciones de la Empresa.

1. Efectuar deducciones o retenciones salariales, cuando no exista orden judicial, retención de alimentos o disposición expresa de la Ley pertinente, o el Reglamento Interno de la empresa.
2. Patrocinar colectas o suscripciones entre los trabajadores;
3. Realizar proselitismo político o campañas religiosas con los trabajadores;
4. Cobrar valores adeudados a la empresa, sin que exista autorización escrita del trabajador.

CAPÍTULO ONCEAVO

Disposiciones generales.-

Art. 46.- Se deja expresamente establecido que si alguna o algunas de las normas estipuladas en este Reglamento, contradicen, reforman o modifican lo prescrito en el Código del Trabajo, Reglamentos y más Leyes relacionadas con la materia, prevalecerán estas últimas. En todo lo demás, se aplicarán las disposiciones contempladas en este reglamento en la forma aquí establecida.

Art. 47.- En todo cuanto no estuviere señalado en el presente Reglamento Interno de Trabajo, se estará a lo dispuesto en el Código de Trabajo y más disposiciones legales que se dicten en materia laboral.

Art. 48.- Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Artículo 64 del Código del Trabajo, y con el objeto de que los Trabajadores conozcan las disposiciones prescritas en este Reglamento, EL EMPLEADOR mantendrá en exhibición permanente en sitios visibles y en los distintos lugares de trabajo, copia auténtica de este instrumento junto con la copia legalizada del horario de los trabajadores, aprobados por el ministerio de relaciones laborales. Sin perjuicio de entregarle un ejemplar del presente Reglamento aprobado a cada trabajador.

ANEXO N° 9

CÓDIGO DE ÉTICA

El presente Código de Ética se fundamenta en los lineamientos técnicos que exige el Ministerio de Trabajo a las empresas públicas y privadas, como instrumentos que tienen que estar habilitados en esta institución. El Código de Ética propuesto asume las siguientes obligaciones que se deben cumplir en la empresa.

Accionistas o propietarios

- Desarrollar la empresa con la aplicación de los reglamentos y estatutos legales vigentes para el funcionamiento en forma sostenible, respetando los criterios ambientales, de seguridad y salud ocupacional, de los salarios de los trabajadores en forma responsable.
- Encontrar un equilibrio entre el capital de trabajo y las actividades que se incurren en los planes operativos mensuales o anuales de manera que se obtenga niveles de rentabilidad por los trabajos realizados en la empresa y se distribuya en forma justa las utilidades a los trabajadores.
- Ejercer la toma de decisiones y las interrelaciones con los trabajadores con respeto, consideración, ajustado a la visión, principios y valores de la empresa.
- Cubrir los presupuestos de los gastos corrientes y de inversión que ejecute la empresa en los tiempos establecidos para encontrar una armonía laboral, funcional y de cultura organizacional en el uso óptimo de los recursos de la institución.
- Disponibilidad presupuestaria, el accionista o propietarios deberá contar previamente con los ingresos presupuestados para definir la asignación de los gastos corrientes o de inversión que tenga la empresa.

Presidente y gerente de la microempresa

- Ejercer la gerencia apegado a los criterios éticos y de responsabilidad en la materia de recursos humanos, remuneraciones en toda la empresa.
- Ajustarse a los actos normativos de funcionamiento de la microempresa en cuanto a los horarios de trabajo emitidos en el Ministerio de Trabajo y que sea pertinente con las remuneraciones del talento humano.
- Supervisar y controlar la aplicación de normativas especiales de administración del personal de acuerdo a sus funciones, para establecer posibles promociones del personal.

- La gerencia informará en forma puntual y exacta los informes de la gestión empresarial en forma semestral y anual.
- Cumplir y hacer cumplir las normas y principios de los cargos que tiene el talento humano para realizar sus procesos y funciones, motivando al trabajo en equipo.
- Efectuar un control en los procesos contables, para lo cual se efectuarán arqueos de caja, sistematización de información de ingresos y egresos.
- Facilitar las auditorias del personal del Ministerio de Trabajo, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Salud, dotando de información y explicación que requieren.

Proveedores y clientes

- Desarrollar relaciones comerciales óptimas con proveedores y clientes de materias primas e insumos y otros servicios que requiere la empresa para su funcionamiento.
- Determinar el portafolio de proveedores, considerando los criterios de calidad, precios, cumplimiento de entregas y otros aspectos contractuales previstos.
- Atender a los clientes en forma oportuna pertinente de acuerdo a sus necesidades y requerimientos, con la finalidad de mantener niveles de satisfacción óptimos y aumentar el posicionamiento de la empresa en el mercado.
- Garantizar el producto (arepa colombiana) de acuerdo a criterios de calidad, seguridad alimentaria, así como atender en forma rápida y eficaz los posibles reclamos, buscando las soluciones más idóneas de acuerdo a los casos específicos.

Empleados o talento humano de la empresa

- Direccionar una gestión de buenas relaciones entre el personal de los niveles operativos y administrativos de la empresa para que exista trabajo en equipo, mejores desempeños en las actividades que desarrollan.
- No permitir ningún tipo de anomalía entre los trabajadores, para lo cual se realizará reuniones de trabajo, para que en estas se traten asuntos que pueden causar efectos negativos y malas interpretaciones en los trabajadores.
- No se permite ningún tipo de chiste de cualquier índole mientras están en la jornada de trabajo. Así se mantendrá un ambiente racional para las condiciones de trabajo y fortalecer las capacidades de creatividad de los trabajadores.
- Fomentar el desarrollo e innovación en las competencias específicas y genéricas de los trabajadores.

- Dotar del derecho que tienen los trabajadores de las vacaciones, así como el anticipo de vacaciones llegando a los acuerdos con equidad, para mejorar la satisfacción de los trabajadores en sus puestos ocupacionales.
- Dotar de los permisos o licencias con o sin remuneración por enfermedad, o en otros casos según lo establece el Código de Trabajo y las Normativas del Ministerio de Trabajo.
- Garantizar que los puestos ocupacionales dispongan de las normativas y criterios de seguridad y salud ocupacional, con la finalidad de evitar accidentes e incidentes laborales.

ANEXO N° 10

Proformas de Equipos y maquinaria de producción

INDUMEI
"La mejor elección industrial"

Industrias Metálicas Ibarra
Ibarra: Julio Zaldumbide 1-56 y Borrero Telf:062643480
Quito: Gonzalo Zaldumbide N48-90 y Aparicio
Rivadeneira RUC: 1000992733001 - Telf:022403598
e-mail: ernesto.indumei@hotmail.es, ernesto.chaglla@indumei.com
www.indumei.com

2015

PROFORMA No. 2008

Ibarra, 12 de febrero de 2016

Señores
Luz Marina Bastidas Suarez
Presente
Tef: 0987053418

A continuación detalle del trabajo realizado, por favor solicito autorización para facturar.

CANT.	DESCRIPCION DEL TRABAJO	PU	VALOR
2	Mezcladora industrial de acero inoxidable	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00
2	Congelador horizontal con tapa del vidrio marca GELOPAR de acero inoxidable	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00
2	Cocina industrial de 6 quemadores	\$ 1.220,00	\$ 2.440,00
1	Licuadora	\$ 180,00	\$ 180,00
3	Mesas de tablero galvanizado	\$ 380,00	\$ 1.140,00
45	Latas de panadería para el asado de arepas	\$ 18,00	\$ 810,00
12	Estanterías	\$ 120,00	\$ 1.440,00

TOTAL: \$ 13.210,00

Son: Trece mil doscientos diez 00/100 dólares

Tiempo de entrega: 10 días
Forma de pago: Contado

Atentamente
INDUMEI
INDUSTRIAS METÁLICAS IBARRA
Sr. Ernesto Chaglla Sánchez
PROPIETARIO

ANEXO N° 11

Proforma Materia Prima

*COMERCIAL SAN MARTÍN**RUC 0401156765001**Ibarra - Ecuador*

Ibarra, 05 de Febrero del 2016

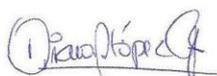
A petición verbal de la interesada Srta. LUZ MARINA BASTIDAS SUAREZ, con CC. 171034484-5, extendiendo la siguiente:

PROFORMA

PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Harina	18.46 (qq)	32.00	590.77
Levadura	25(200g)	1.80	45.00
Azúcar	1 (qq)	36.00	36.00
Sal	8.33 (k)	1.50	12.50
Huevos	25 (cubetas)	3.20	80.00
Margarina	3.75 (55 k)	85.00	318.75
Queso	29.16 (unidad)	1.50	43.75
Carnes	48(libras)	2.50	120.00
TOTAL			1246.77

Los precios son válidos por un mes a partir de la presente fecha.

Atentamente,



DIANA LOPEZ

RUC. 0401156765001

CEL. 0987715690

COMERCIAL SAN MARTIN - EUGENIO ESPEJO Y OBISPO MOSQUERA - Telf. 062954742

ANEXO N° 12

Proforma Vehículo



AUTHESA

Av. Mariano Acosta y Manuela Cañizares
 (Sector La Florida) Ibarra - Ecuador
 T (5932) 2631869 F (5932) 2632956 W www.kia.com.ec

Ibarra, 14 de enero del 2016

PROFORMA

Solicitada por la Srta. **LUZ MARINA BASTIDAS SUAREZ**, portadora de la C.I. 1710344845, del siguiente vehículo:

MARCA:	KIA
MODELO:	K 3000
TIPO:	CAMION
AÑO:	2016
VALOR:	26.017,86 USD
CAJON CON TERMOQUIN:	3.000,00 USD
IVA:	3.482,14 USD
TOTAL	32.500,00 USD

VALOR: Treinta y dos mil quinientos dólares con 00/100 USD.

CAPACIDAD: 2.5 toneladas (50 quintales)

INCLUYE: turbo diésel - intercool

Atentamente,

William Granja
JEFE DE VENTAS
 AUTHESA
 Telf. 062631869 EXT. 115
 Cel. 0987053418

NOTA: PRECIO SUJETO A CAMBIO SIN PREVIO AVISO

The Power to Surprise

ANEXO N° 13

Fotografías trabajo de campo

Fotografía N°1



Elaborado por: LA AUTORA

Fotografía N° 2



Elaborado por: LA AUTORA

Fotografía N° 3

Elaborado por: LA AUTORA