



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESO DE CHOCHO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: ARAGÓN, Yolanda.

TUTOR: Eco. AYALA, Estuardo.

IBARRA 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe final de trabajo de grado, corresponde a un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de queso de chocho, en la ciudad de Ibarra; en la presente investigación el punto de partida constituyó el estudio de mercado, cuyo fin fue cuantificar la demanda, oferta y demanda potencial insatisfecha; cuyo resultado fue favorable, ya que en primera instancia viabiliza continuar con el estudio del proyecto; seguidamente se analizó las bases teóricas que contribuyeron a sustentar las variables de investigación; en el estudio técnico se identificó las inversiones fijas, variables, costos de operación y capital de trabajo necesarias para implementar el proyecto; en el estudio y evaluación financiera se estructuró los principales estados financieros, y a través de las razones financieras se calcula el VAN por un valor de 7021 dólares, el TIR en 14,78%, superior a la tasa de descuento, el periodo de recuperación está previsto en cuatro años y la relación beneficio costo en 1,05 dólares, valores que establecen la viabilidad financiera del proyecto; en el estudio organizacional se describió la estructura que tendrá la empresa, la misión, visión, organigrama estructural y manual de funciones; finalmente se analizó los impactos que generará el proyecto como resultado de su implementación.

ABSTRACT

The following project result were achieved creating a small enterprise that produces cheese of the “chocho” variety in Ibarra city. This research starts with a market study to monitor the supply and demand. The results were positive, which allowed to carry on with the remainder of the project. Next, was the analysis of the theory which contributes to sustain the investigation of variates. The technique utilized shows the fixed investments, variations, operations costs and working capital to build the project. In addition, the financial study was structured with the financial state and the financial ratio, in which the Net Present Value (NPV) of \$7021, the Internal Rate of Return (IRR) of 14.78% is more than the discount rate. Additionally, the period of recovery will be in four years at a Benefit Cost of \$1.05. This value displays the financial viability of the project. Equally important is the organizational study, which shows the structure which will yield the enterprise, the mission, the vision, structural diagram and the operating manual. Finally, this project analysed the impacts that this work could generate when it is fully implemented.

DECLARACIÓN

Yo, **Yolanda Maricela Aragón Reascos**, con cédula de identidad N° 100292184-7 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESO DE CHOCHO 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, Julio 2015.



Yolanda Aragón

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Yolanda Maricela Aragón Reascos , para optar por el Título de INGENIERA COMERCIAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESO DE CHOCHO 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, Julio 2015.

En mi condición de tutor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo 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.



Eco. Estuardo Ayala

DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, YOLANDA MARICELA ARAGÓN REASCOS, con cédula de ciudadanía Nro. 100292184-7, 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 Pequeña Empresa Dedicada a la Producción y Comercialización de Queso de Chocho en la Ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

(Firma):

Nombre: Yolanda Maricela Aragón Reascos

Cédula: 100292184-7

Ibarra, Julio 2015



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

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

1. - IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte, dentro del Proyecto Repositorio Digital institucional, determino 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 Técnica del Norte.

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	100292184-7	
Apellidos y Nombres	Aragón Reascos Yolanda Maricela	
Dirección	Ibarra – Florida Calle Tulipanes y Retamas	
Email	yolymaricela@hotmail.es	
TeléfonoFijo	062631-565	TeléfonoMóvil 0991926723
DATOS DE LA OBRA		
Título	“Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Pequeña Empresa Dedicada A La Producción Y Comercialización De Queso De Chocho En La Ciudad De Ibarra, Provincia De Imbabura”	
Autora	Yolanda Maricela Aragón Reascos	
Fecha: AA/MM/DD	2015/07/11	
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO		
Programa <input type="checkbox"/>	Pregrado <input checked="" type="checkbox"/>	Posgrado <input type="checkbox"/>
Título por el que Opta	Ingeniera Comercial en Administración de Empresas	
Asesor/Director	Econ. Estuardo Ayala	

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

Yo Yolanda Maricela Aragón Reascos, con cédula de ciudadanía N° 100292184-7 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la 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 Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión: En concordancia con la ley de educación superior artículo 144.

3.- CONSTANCIA

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es la autora 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 reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra Julio 2015.

AUTORA

(Firma).....

Nombre: Yolanda Aragón.....

C.C.: 100292184-7.....

DEDICATORIA

A Dios quien me ha sabido guiar y me seguirá guiando en mi camino, proporcionándome la suficiente valentía para creer en mi misma y poder culminar con éxito mis estudios.

A mis padres y hermanos por ser el apoyo permanente a lo largo de mi carrera universitaria, y por estar siempre a mi lado en mis aciertos y fracasos, siendo ellos mi soporte para llegar a la culminación del presente trabajo.

A todas aquellas personas que directa e indirectamente nos apoyaron en la elaboración de nuestro proyecto sin esperar nada a cambio, muchas gracias.

Yolanda

AGRADECIMIENTO

Al llegar al término del presente trabajo de investigación quiero agradecer a las siguientes personas e Instituciones:

A los maestros, autoridades y personal Administrativo de la Universidad Técnica del Norte, alma mater del conocimiento e investigación del norte Ecuatoriano, donde pude alcanzar nuevos conocimientos, sabiduría, principios éticos y morales, que me permitirán ser una profesional de éxito y ser útil al servicio de la comunidad.

Al economista Estuardo Ayala, por su importante aporte y participación activa en el desarrollo de esta tesis, quien con sus vastos conocimientos, supo guiar y conducir de la mejor manera la culminación trabajo de investigación.

Yolanda

PRESENTACIÓN

La presente investigación corresponde a un proyecto de estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de quesos a base de chocho en la ciudad de Ibarra, formado por los siguientes capítulos:

En el primer capítulo se realiza un diagnóstico situacional en la ciudad de Ibarra, con el fin de establecer las variables e indicadores del macro y micro entorno donde se establece la situación humana y económica de la Ciudad.

En el segundo capítulo se hace referencia a las bases teóricas, científicas que sustentan las variables, mediante una investigación bibliográfica documental en relación al presente estudio.

En el tercer capítulo se realiza un estudio de mercado con el fin de analizar las variables oferta, demanda, demanda insatisfecha, precios del producto, con la finalidad de establecer la aceptabilidad del producto en la población.

En el cuarto capítulo se establece el estudio técnico en donde se detalla la macro y micro localización de la pequeña empresa, las inversiones fijas y variables así como el capital de trabajo necesario para la puesta en marcha del proyecto.

En el quinto capítulo se realiza un estudio económico financiero para calcular los presupuestos de ingresos y egresos, razones financieras como el VAN, TIR, Beneficio Costo, Periodo de recuperación con el fin de determinar la viabilidad financiera del proyecto.

En el sexto capítulo se desarrolla la estructura organizacional de la nueva empresa determinándose su misión, visión, políticas, valores, estructura organizativa.

En el séptimo capítulo se especifican los principales Impactos producto de la implementación del proyecto en el aspecto ambiental, económico, tecnológico y general; determinándose incidencias positivas en todos y finalmente se establecen las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
ABSTRACT.....	iii
DECLARACIÓN.....	iv
ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xviii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxi
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	xxii
JUSTIFICACIÓN.....	xxiii
CAPÍTULO I.....	24
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA CIUDAD DE IBARRA.....	24
Antecedentes.....	24
Objetivos del diagnóstico.....	25
Objetivo general.....	25
Objetivos específicos.....	25
Variables diagnósticas.....	26
Indicadores que definen las variables.....	26
Macro entorno.....	26
Micro entorno.....	27
Matriz diagnóstica.....	28
Desarrollo operativo del diagnóstico.....	29
Identificación de la población.....	29
Diseño de instrumentos de recolección de información.....	29

Información primaria	29
Información secundaria.....	30
Análisis del macro entorno	30
Políticos.....	30
Económicos.....	31
Socio culturales	32
Tecnológicas	32
Legales	33
Micro entorno.....	34
Identificación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	37
Aliados	37
Oponentes	37
Oportunidades	37
Riesgos.....	38
Identificación de la necesidad y oportunidad de la inversión	38
Resumen del capítulo.....	39
CÁPITULO II.....	40
Marco teórico	40
La pequeña empresa.....	40
Definición de PYMES	40
Importancia de la Pequeña Empresa	41
Clasificación general de las empresas.....	42
Constitución de la Pequeña Empresa	43
Legalización de la Pequeña Empresa.....	43
Estudio de mercado.....	44
Oferta	45
Demanda	45
La comercialización	46
Proceso de marketing	46
Proceso administrativo.....	49
Planificación	49
Organización.....	49
Dirección.....	50
Control	50

Estudio técnico.....	50
Proceso productivo.....	51
Estudio financiero	54
Criterios de evaluación financiera	54
Contabilidad de costos	56
Estados financieros	57
El chocho	58
Por qué consumir chocho.....	59
El queso.....	59
Resumen del capítulo.....	60
CAPÍTULO III.....	61
ESTUDIO DE MERCADO	61
PRESENTACIÓN.....	61
Objetivos del estudio de mercado	62
Objetivo general.....	62
Objetivos específicos	62
3.3. Matriz de mercado	62
Población o Universo.....	62
Cálculo de la Muestra	64
Resultados Obtenidos de Entrevistas y Encuestas Aplicadas.	66
Entrevista	66
Encuesta aplicada a la población	67
Descripción del producto	79
Mercado meta.....	79
Estructura y segmentación de mercado.....	80
Análisis y proyección de la oferta.....	80
Análisis y proyección de la demanda.....	81
Demanda insatisfecha	82
Precio	82
Cadenas de comercialización y distribución.....	83
Cadena de Comercialización.....	83
Consumidor final.	83
Consumidores potenciales.	84
Cadena de Distribución.....	84

Estrategias de mercado	84
Estrategias de publicidad	84
Estrategias de precio	84
Estrategia de distribución.....	84
Conclusión del estudio.....	85
Resumen del capítulo.....	85
CAPÍTULO IV.....	86
ESTUDIO TÉCNICO	86
Tamaño del proyecto.....	86
Localización del proyecto	86
Macro localización.....	86
Micro Localización del Proyecto.	88
Diseño de instalaciones.....	90
Ingeniería del proyecto	92
Proceso productivo.....	92
Capital de trabajo	100
Inversión variable.....	100
Inversión total del proyecto	101
Determinación de la mano de obra	102
Financiamiento.....	103
Resumen del capítulo.....	103
CAPÍTULO V.....	104
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	104
Presupuesto de ingresos	104
Presupuesto de Ingresos por ventas	104
Presupuesto de egresos	105
Materia Prima directa.....	105
Materiales indirectos.....	106
Mano de obra directa.	106
Costos indirectos de fabricación.-	108
Costos de distribución.....	109
Depreciaciones.....	115
Gastos financieros.....	116
Estados financieros proyectados	118

Estado de situación inicial	118
Estado de resultados con financiamiento	119
Estado de flujo de caja proyectado	120
Evaluación financiera.....	121
Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio.....	121
Valor actual Neto (VAN).....	122
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	123
Periodo de Recuperación de la Inversión.....	125
Costo beneficio	126
Punto de equilibrio.....	127
Evaluación financiera.....	128
Resumen del capítulo.....	129
CAPÍTULO VI.....	130
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	130
Denominación de la empresa	130
Nombre de la empresa	130
Logotipo.....	130
Etiqueta	130
Base legal.....	131
Conformación jurídica	131
Misión	134
Visión.....	134
Políticas.....	134
Valores	135
Orgánico funcional.....	135
Niveles de la Estructura Orgánica.....	135
Estructura organizacional.....	136
Manual de funciones	137
Gerente.....	137
Contador/a.....	138
Supervisor	139
Vendedor.....	141
Resumen del capítulo.....	142
CAPITULO VII	143

ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL PROYECTO	143
Antecedentes	143
Impacto socio económico	144
Impacto tecnológico-educativo	145
Impacto socio ambiental	146
Impacto General	147
Resumen del capítulo	147
CONCLUSIONES	148
RECOMENDACIONES	150
BIBLIOGRAFÍA	152
Anexo 1	153
Anexo 2	154
Anexo 3 Cálculo de Materiales Indirectos	156
ANEXO 4 Tabla de depreciación anual	159
ANEXO 5 Proformas equipos y paquetes informáticos	161
Anexo 6	163

ÍNDICE DE CUADROS

1. Superficie de las parroquias urbanas de la Ciudad de Ibarra	24
2. Superficie De Las Parroquias Rurales Del Cantón Ibarra	25
3. Principales Características De Las PYMES En Ecuador al 2015	41
4. Clasificación General De Las Empresas	42
5. Matriz de Mercado	62
6. Población o Universo	63
7. Segmentación de la muestra.....	65
8. Género de la población	67
9. Edad de la población	68
10. Nivel Socioeconómico de la población.....	69
11. Actividad que realiza la población.....	70
12. Beneficio del queso de chocho	71
13. Existencia del Producto en el mercado	72
14. Precios de compra del queso.....	73
15. Ingreso de nuevo producto.....	74
16. Consumo de quesos.....	75
17. Consumo de queso de la población.....	76
18. Lugar de compra	77
19. Medios de comunicación para promoción del producto	78
20. Demanda de Quesos de chocho del Cantón Ibarra	81
21. Proyección de la Demanda de quesos de chocho.....	81
22. Balance Oferta/Demanda	82
23. Determinación del precio de venta	83
24. Proyección del precio de venta	83
25. Principales características de la provincia de Imbabura	87
26. Factores de la Micro Localización	90
27. Distribución por áreas de las instalaciones	91
28. Coeficientes técnicos de producción.....	96
29. Costos de la Construcción	97
30. Bienes Muebles y Enseres	97
31. Equipos de oficina.....	98
32. Equipos y Paquetes Informáticos.....	98

33. Equipos de Producción	99
34. Equipos de Producción	99
35. Vehículos	99
36. Equipos y paquetes informáticos reinversión	100
37. Resumen de Capital de Trabajo	101
38. Resumen de inversiones.....	101
39. Determinación de la Mano de Obra Necesaria	102
40. Detalle del financiamiento	103
41. Proyeccion de los ingresos por ventas	105
42. Costo de la Materia Prima Directa.....	105
43. Insumos	106
44. Crecimiento histórico de los sueldos	107
45. Costo de la Mano de Obra Directa.....	107
46. Servicios Básicos	108
47. Resumen de Costos de Producción	109
48. Remuneraciones del Personal Administrativo	109
49. Servicios Básicos Administración	110
50. Materiales de Oficina.....	111
51. Combustibles y lubricantes	112
52. Materiales de aseo.....	113
53. Gastos de Constitución	113
54. Gasto personal de ventas.....	114
55. Gasto de Publicidad	115
56. Proyección de los gastos de ventas	115
57. Porcentajes de depreciación.....	115
58. Resumen depreciaciones propiedad, planta y equipo	116
59. Tabla de Amortización.....	118
60. Estado de situación Financiera.....	118
61. Estado de Resultados Proyectado	119
62. Flujo de caja financiero.....	120
63. Cálculo del Costo de Oportunidad	121
64. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)	123
65. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR).....	124
66. Periodo de Recuperación	125

67. Ingresos y Egresos Actualizados	126
68. Costos Fijos y Costos Variables	128
69. Evaluación Financiera.....	129
70. Valores Corporativos	135
71. Medición de Impactos.....	143
72. Impacto Socio Económico	144
73. Impacto Tecnológico educativo.....	145
74. Impacto Socio Ambiental	146
75. Impacto General del Proyecto.....	147

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Genero.....	67
2. Edad de la población.....	68
3. Nivel socio económico de la población	69
4. Actividad que realiza la población.....	70
5. Beneficios del queso de choccho	71
6. Existencia del producto.....	72
7. Precio de compra del queso	73
8. Ingreso de nuevo producto.....	74
9. Consumo de quesos.....	75
10. Consumo de queso de chocho.....	76
11. Lugar de compra de queso de chocho.....	77
12. Medios de comunicación para promoción del producto	78
13. Macro localización del proyecto	88
14. Micro Localización del proyecto	89
15. Diseño de Instalaciones de la Microempresa.....	91
16. Flujograma de Procesos	93
17. Flujograma de ventas	95
18. Logotipo de la empresa.....	130
19. Etiqueta del producto	131
20. Organigrama Estructural.....	136

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la creación de una pequeña empresa dedicada a la producción y comercialización de quesos de chocho en la Ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Realizar un diagnóstico técnico situacional de la Ciudad de Ibarra.
- b) Establecer las bases teóricas y científicas que sirvan de sustento para la creación de la pequeña empresa.
- c) Determinar a través de un estudio de mercado la oferta y la demanda del queso de chocho que se elaborara en la pequeña empresa.
- d) Realizar el Estudio Técnico para determinar el tamaño, la localización, procesos productivos, inversiones del proyecto.
- e) Elaborar un Estudio Económico-Financiero para determinar la factibilidad del proyecto.
- f) Establecer la Estructura Organizacional que identifique las funciones y las políticas de la pequeña empresa.
- g) Establecer los principales impactos que implica la creación de una pequeña empresa en el ámbito Económico, Tecnológico, Ambiental

JUSTIFICACIÓN

La inclinación por el presente tema de investigación, se debe a la necesidad que existe en la ciudad de Ibarra, de una pequeña empresa que se dedique a la producción y comercialización de quesos de chocho. Se ha logrado determinar que existe una demanda que no se encuentra cubierta, debido a algunas características como: calidad, higiene y precio.

Teniendo los conocimientos de producción del chocho, he considerado importante aplicarlo con la administración como futura Ingeniera Comercial, para lograr ser una buena profesional en la práctica, haciendo realidad la creación de una microempresa que permita generar empleo y rentabilidad.

El desarrollo del proyecto permitirá generar más salud para las personas de la ciudad de Ibarra por el hecho de entregar un producto nutritivo que brindará beneficios medicinales basadas, en la calidad por su forma de entrega como es presentación e higiene, con el fin de satisfacer al cliente, al igual que la empresa será beneficiada porque se dará a conocer en el mercado nacional por ser un producto nuevo.

La razón de creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de queso de chocho se debe a la originalidad de la investigación por no existir otros estudios parecidos o iguales en la región.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA CIUDAD DE IBARRA

1.1. Antecedentes

Ibarra, capital de la Provincia de Imbabura lleva este nombre en honor al Ilustre, Don Miguel de Ibarra, sexto Presidente de la Real Audiencia de Quito quién ordenó su Fundación por mandato del Rey Felipe de España el 28 de Septiembre de 1606, fue destruida prácticamente por el terremoto el 16 de agosto de 1868, y su refundación se realizó el 28 de Abril del 1872.

Conocida como la Ciudad Blanca, por ser Villa de los Españoles aún conserva su sabor de antaño, cada rincón guarda recuerdos inolvidables del pasado que se proyectan al presente y donde armoniosamente se combina lo colonial con lo moderno.

Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa de Priorato, además tiene siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas y finalmente San Antonio, con una superficie total del 1162,55 km² divididas de la siguiente forma:

Cuadro 1

Superficie de las parroquias urbanas de la Ciudad de Ibarra

NOMBRE	Km2
San Francisco	10,29
La Dolorosa del Priorato	9,47
Caranqui	6,53
El Sagrario	10,68
Alpachaca	4,71
Total	41,68

Fuente: Plan estratégico GADI 2012

Cuadro 2

Superficie De Las Parroquias Rurales Del Cantón Ibarra

NOMBRE	Km2
Angochagua	123,93
La Esperanza	32,68
San Antonio	29,07
Ambuquí	139,94
Ibarra	237,27
Salinas	39,67
La Carolina	308,49
Lita	209,46
Total	1120,54

FUENTE: Plan estratégico GADI 2012

Los últimos datos fidedignos proceden del Censo Nacional realizado en el 2010. De este documento se desprende que la población total del cantón Ibarra alcanza a 181.175 de los cuáles 87.786 son hombres y 93.389 son mujeres.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, entorno a la creación de la pequeña empresa de producción de queso a base chocho.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Describir el análisis externo a través de factores políticos, económicos, socios culturales, tecnológicos, legales.

2. Analizar los componentes internos a través de factores tangibles (edificios, maquinaria y equipos, ubicación, cultura organizacional, sistemas de evaluación y control); e intangibles (talento humano, experiencia, innovación y creatividad, prácticas específicas empresariales, capacidad de innovación, Know How).

1.3. Variables diagnósticas

Para el presente trabajo de investigación se ha identificado las siguientes variables diagnósticas que serán motivo de estudio y análisis.

Macro entorno

- a. Políticas
- b. Económicas
- c. Socio culturales
- d. Tecnológicas
- e. Legales

Micro entorno

- a. Tangibles
- b. Intangibles

1.3. Indicadores que definen las variables

1.3.1. Macro entorno

Políticas

- a. Plan nacional del buen vivir
- b. Legislación referente al sector productivo

Económicas

- a. Demanda del producto
- b. Producto interno bruto (PIB)
- c. Empleo

Socio culturales

- a. Nivel de ingresos de la sociedad
- b. Composición étnica
- c. Nuevos estilos de vida

Tecnológicas

- a. Incentivos públicos
- b. servicios

Legales

- a. Restricciones para la actividad empresarial
- b. Defensa del consumidor

1.3.2. Micro entorno

Tangibles

- a.** Físicos
- b.** Instalaciones
- c.** Ubicación
- d.** Maquinarias y equipos
- e.** Cultura organizacional
- f.** Sistemas de evaluación y control

Intangibles

- a.** Talento humano
- b.** Experiencia
- c.** Kwon how
- d.** Prácticas específicas de la empresa
- e.** Capacidad de innovación

1.4. Matriz diagnóstica

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Tipo de información	Técnica	Fuente de Información
Describir el análisis externo a través de factores políticos, económicos, socios culturales, tecnológicos, legales.	Políticas	Plan nacional del buen vivir	Secundaria	Documental	Plan Nacional del Buen Vivir
		Legislación referente al sector productivo			Constitución Política del Ecuador
	Económicas	Demanda del producto	Secundaria	Documental	INEC
		Empleo			PDOT- GADI
	Socio culturales	Nivel de ingresos	Secundaria	Documental	Banco Central del Ecuador
		Composición étnica			PDOT- GADI
	Tecnológicas	Nuevos estilos de vida y tendencias	Secundaria	Documental	Ministerios de Salud Pública
		Incentivos públicos servicios			Código de la Producción GADI
	Legales	Restricciones para la actividad Defensa del consumidor	Secundaria	Documental	Constitución Política del Ecuador Ley Defensa del Consumidor
	Analizar los componentes internos a través de factores tangibles e intangibles	Tangibles	Físicos	Secundaria	Documental
Instalaciones			Ordenanza Reglamentación Urb.		
ubicación			GADI		
Maquinaria y equipos			Compras Públicas		
Cultura organizacional			GADI		
Intangibles		Sistemas de evaluación y control	Secundaria	Documental	GADI
		Talento humano			GADI
		Experiencia			GADI
		Know how			UTN- PECE-I
		Prácticas específicas de la empresa			Constitución Política del Ecuador
Capacidad de innovación	MINTUR				

Fuente: Diagnóstico (Macro entorno, Micro entorno), web en línea

1.5. Desarrollo operativo del diagnóstico

Para realizar el diagnóstico situacional a través del macro entorno y micro entorno se siguió el siguiente procedimiento.

1.5.1. Identificación de la población

Para identificar la población objeto de estudio se ha tomado en cuenta la cantidad de habitantes existentes en el cantón Ibarra al año 2015 en una cantidad de 144583 habitantes con una tasa de crecimiento del 1,86%. (fuente: INEC 2010)

1.6. Diseño de instrumentos de recolección de información

Para la recolección de la información se procedió de la siguiente manera

1.6.1. Información primaria

a. Encuesta

Para la obtención de la información primaria se realizó una encuesta a las familias del cantón Ibarra (ver cuadro 1) estructurada con preguntas cerradas, de las cuales se obtuvo información que sirve para determinar la demanda y oferta del producto.

b. Entrevista

La entrevista está dirigida al responsable de la unidad de comercialización del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de la provincia de Imbabura, donde se obtiene información relativa a la oferta de quesos en el cantón Ibarra.

1.6.2. Información secundaria

Esta información se obtuvo de las instituciones públicas como el Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Ministerio de la producción, Ministerio del Ambiente, Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, Servicio de rentas Internas y de las Leyes de Régimen Tributario Interno, Ley de Compañías, Código de la Producción comercio e Inversiones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Constitución Política del Ecuador (2008).

1.7. Análisis del macro entorno

1.7.1. Políticos

a. Plan nacional del buen vivir

Las acciones del Estado deben garantizar la generación de trabajo digno en el sector privado, incluyendo aquellas formas de producción y de trabajo que históricamente han sido invisibilidades y desvalorizadas en función de intereses y relaciones de poder. Tanto a nivel urbano como rural, muchos procesos de producción y de dotación de servicios se basan en pequeñas y medianas unidades familiares, asociativas o individuales, que buscan la subsistencia antes que la acumulación. (Objetivo N° 9 PNVV 2013- 2017)

b. Legislación referente al sector productivo

La Constitución de la República reconoce y apoya las distintas formas de trabajo, sobre todo a las que corresponden al autosustento y al cuidado humano, Impulsando actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos. (arts. 319 y 333 CPE).

1.7.2. Económicos

a. Demanda del producto

De acuerdo al último censo de población y vivienda (Fuente: INEC 2010), la tasa de crecimiento poblacional promedio del cantón entre los años 2000 y 2011 fue de un 2,02%. Sin embargo para el cantón de Ibarra, este crecimiento fue de un 1,86%, de los datos anteriores se puede concluir que la tasa de crecimiento poblacional es alta, esto último es un factor positivo para el proyecto ya que le asegura un mercado en crecimiento si el producto logra posicionarse adecuadamente.

b. Producto interno bruto (PIB)

El PIB local es de 2'361.009,60 USD. La mayor parte se lo realiza en la Cabecera cantonal con el 79,3% del total y de este el sector terciario es el quemás aporta con el 65,2%, seguido por el sector secundario con un 17,60% y el sector primario con 7,20%. En conclusión en la parte urbana continúa el crecimiento de las actividades del sector terciario o de servicios tanto en PEA como en el aporte al PIB que generan. (fuente: PDOT GADI 2013).

c. Empleo

El porcentaje de la población que actualmente se dedica al sector productivo sin tomar en cuenta el nivel de formación para el que fue preparado en el cantón Ibarra es de 11,61% y el grado de ocupación es de 6,8 % lo que indica que la diferencia 4,81% realizan sus actividades en los otros sectores o pasan a otros nuevos trabajadores y para la cuantificación de ingresos significa una reducción de los mismos por falta de especialización (fuente: PDOT GADI 2013).

1.7.3. Socio culturales

a. Nivel de ingresos de la sociedad

La relación entre el ingreso y el costo de la canasta básica en el país, es una buena aproximación para evaluar la evaluación del ingreso familiar disponible o en otras palabras el ingreso que queda a las familias luego de satisfacer sus necesidades básicas; las remuneraciones crecieron en un promedio del 8,5% mientras que la inflación creció en un 3,67%, en los periodos 2009 – 2014. (fuente: BCE 2014)

b. Composición étnica

El cantón Ibarra revela una multietnicidad en la predominan los mestizos: con el 52,67%, seguidos por indígenas el 23,58%, afro ecuatorianos 16%, mulatos 4%, blancos con 3,75% y no detallado 0,11% (fuente: PDOT GADI 2013)

c. Nuevos estilos de vida y tendencias

La evolución de enfermedades coronarias relacionadas con la ingesta de alimentos y el sedentarismo han crecido en un 15% a nivel nacional, razón por lo cual hoy en día la población busca alimentos beneficiosos para su salud, lo que es beneficioso al proyecto en vista que el queso de chocho posee un valor nutritivo alto en nutrientes y bajo componentes malos para la salud del ser humano (fuente: MSP 2014)

1.7.4. Tecnológicas

a. Incentivos públicos

Las inversiones que se ejecuten en cualquier parte del territorio nacional. tendrán los siguientes incentivos: reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la

renta; deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y para la producción eco-eficiente; facilidades de pago en tributos al comercio exterior; deducción para el cálculo del impuesto a la renta de la compensación adicional para el pago del salario digno; exoneración del impuesto a la salida de divisas para las operaciones de financiamiento externo; exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva; reforma al cálculo del anticipo del impuesto a la renta. (fuente: Código Orgánico De La Producción, Comercio e Inversiones)

b. Servicios

Con respecto a los servicios básicos el cantón Ibarra se determina que el 95% de la viviendas poseen agua potable, una cobertura de recolección de desechos del 89%, el 73% de la red vial se encuentra en buen estado, existen 23 líneas de buses que cubren todo el cantón, el 99% de las viviendas tiene energía eléctrica, el 61,2% tiene acceso a telefonía fija y de estas el 15% a internet. (fuente: GADI 2014)

1.7.5. Legales

a. Restricciones para la actividad empresarial

El estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten impactos ambientales negativos, cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución y comercialización asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar, y reparar los daños que ha causado y de mantener un sistema de control ambiental permanente. (fuente: Art. 398 Constitución Política del Ecuador 2008).

b. Defensa del consumidor

Art. 4.- Derechos del consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes: Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos; derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad. (fuente: Ley Orgánica de Defensa al Consumidor)

1.7.6. Micro entorno

1. Tangibles

a. Físicos

La ciudad de Ibarra presenta un COS de 0,1 a 20% en 1682.21 ha lo que corresponde al 53.64% del área urbana, haciendo notorio una subutilización del suelo que se hace más significativo si sumamos el porcentaje de áreas que no presentan ninguna forma de ocupación, obteniendo 82.55% del suelo, esto nos muestra el cómo se ha derrochado este importante recurso permitiendo la expansión de la ciudad y generando una presión injustificada sobre el límite urbano-rural (fuente: PDOT GADI 2013).

b. Instalaciones

Las instalaciones de la empresa cumplirán con la normativa existente en el cantón respecto de áreas de retiro, uso de suelo, altura de edificación, lote mínimo, Coeficientes de ocupación del suelo (COS) que es del 51% al 75 % del área, datos que influenciarán en el

diseño y distribución de las instalaciones del proyecto. (fuente: Ordenanza de reglamentación Urbana Ibarra).

c. Ubicación

El proyecto estará ubicado en la zona urbana del cantón Ibarra, específicamente en el barrio la florida, sector que cuenta con todos los servicios básicos y una vía de primer orden que conecta con la zona comercial de la ciudad y con los demás cantones de la provincia de Imbabura y de la zona norte del país. (fuente: GADI 2014).

d. Maquinarias y equipos

La maquinaria y equipos necesarios para la implementación del proyecto productivo son de fabricación y tecnología nacional que se los puede adquirir en el mercado local (fuente: Catálogo Electrónico Compras Públicas 2015).

e. Cultura organizacional

El proyecto está inmerso dentro del proceso de organización del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra (GADI), que es regulador y organizador de todos los sistemas económicos, productivos, ambientales y turísticos del cantón.

f. Sistemas de evaluación y control

El ente regulador para el presente proyecto será el GADI por intermedio del departamento de rentas municipales, el departamento de Salud y Medio ambiente Municipal; encargados de controlar y evaluar el normal funcionamiento en lo económico y ambiental.

2. INTANGIBLES

a. Talento humano capacitado

El talento humano de la ciudad de Ibarra y del área circundante al proyecto se caracteriza por ser personas de valores éticos y morales muy bien arraigados en su diario convivir en la sociedad, cualidades que son muy reconocidas a nivel local y nacional; y además con conocimiento en la fabricación de quesos en vista que la provincia de Imbabura es agrícola.

b. Experiencia

La ciudad de Ibarra posee una gran experiencia en la fabricación de quesos debido a que en la parroquia de Caranqui se encuentra ubicada la fabrica FLORALP, empresa dedicada a la fabricación y comercialización de quesos y sus derivados. (fuente: Rentas Internas GADI).

c. Kwon how

El conocimiento técnico es muy alto en el recurso humano del cantón, ya que en la ciudad de Ibarra existen dos universidades que dentro de sus ofertas académica existe ingeniería agroindustrial, donde se forman profesionales que conocen todo el proceso de producción del producto que se pretende comercializar.(fuente: UTN, PECE-I).

d. Prácticas específicas de la empresa

La pequeña empresa de producción y comercialización de quesos enriquecidos con chocho dentro de sus prácticas específicas será el cuidado del medio ambiente, incorporando en sus procesos productivos el uso tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. (Art. 15 CPE 2008).

e. Capacidad de innovación y creatividad

La empresa se retroalimentará de las sugerencias y necesidades de la población que consume el producto, con el fin de satisfacer las demandas del mercado. (Fuente: MINTUR)

1.8. Identificación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

Como resultado del análisis de las variables del macro entorno y micro entorno se identifican los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos que intervienen en el proyecto.

1.8.1. Aliados

- a.** Cobertura de servicios básicos en un porcentaje alto
- b.** Maquinaria y equipo disponible en el mercado local para industria de producción de lácteos y quesos.
- c.** Talento humano capacitado en fabricación de quesos.
- d.** Disponibilidad del área de terreno para la instalación de la planta de producción de quesos.

1.8.2. Oponentes

- a.** Inversión inicial elevada
- b.** Materia prima utilizada en otras cadenas de producción.
- c.** Proveedores venden su producto a otras ciudades.

1.8.3. Oportunidades

- a.** Legislación que benefician la implementación de proyectos productivos.
- b.** Acceso a créditos productivos de instituciones financieras.

- c. Nivel de ingresos del extracto de la población media-alta, superior al valor de la canasta básica.
- d. Cambios en las tendencias y niveles de vida de la población

1.8.4. Riesgos

- a. Cambios en la legislación de las entidades de evaluación y control
- b. Ingreso de nuevos competidores al mercado
- c. Incremento en los costos de materia prima e insumos por efecto inflacionario

1.9. Identificación de la necesidad y oportunidad de la inversión

Después de realizar el diagnóstico a través del análisis de las variables del macro y micro entorno se identificó las siguientes necesidades:

El cambio de las tendencias y niveles de vida de la población que buscan alimentos que ayuden al mejoramiento de sus condiciones de vida y en ocasiones a disminuir los problemas de salud existentes, lo que contribuye una oportunidad para la implementación del proyecto.

Ibarra es un cantón prácticamente de servicios ya que un 58,02% de la población económicamente activa se dedica a este sector; al sector productivo únicamente se dedican el 11,61% y de los cuales el 6,80% se encuentra ocupado dando como resultado que el 4,81% del PEA del sector productivo se encuentre sin un trabajo fijo, acrecentando de esta manera el porcentaje de desempleo del cantón y del país.

Como solución a estas necesidades se plantea la creación de una pequeña empresa que produzca quesos enriquecidos con chocho que beneficien a la salud de la población de la ciudad

de Ibarra y ayude a generar plazas de empleo para disminuir el número de personas que se encuentran desempleadas.

1.10. Resumen del capítulo

El diagnóstico situacional establece que la población de Ibarra ha crecido en un 1,86% anual desde el censo del año 2010 lo que es importante para el proyecto en vista que la demanda hacia el producto crecería acorde con la tasa de crecimiento poblacional, la legislación vigente apoya la instalación de nuevas empresas mediante incentivos tributarios lo que es beneficioso para el proyecto al momento de el pago de impuestos, el área donde se instalará la planta de producción cuenta con todos los servicios básicos lo que es indispensable al momento de solicitar los permisos de operación de la planta, el cambio en el estilo de vida de la población favorece al proyecto ya que buscan productos que beneficien a su salud.

CÁPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La pequeña empresa

VÁSQUEZ Lola (2006), Pag.39 Afirma: *“La pequeña empresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción.”*

La pequeña empresa es pilar fundamental en la economía del Ecuador, basta observar el taller, la tienda, la librería, el almacén la pequeña fábrica, donde se convierte en una fuente de trabajo y por ende un ingreso familiar, y disminuye el desempleo.

2.1.1. Definición de PYMES

En el Ecuador no existe una Ley que estipule las disposiciones fundamentales de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en estas circunstancias no existe unanimidad en la definición de MIPYMES; se toma en consideración lo considerado en el Proyecto de Ley para las PYMES, consensuado con los actores públicos y privados, que también lo recoge el Proyecto de Estatuto para las MIPYMES preparado por la Comunidad Andina de Naciones, y se sintetiza en lo siguiente:

Cuadro 3***Principales Características De Las PYMES En Ecuador al 2015***

CaTipo1	Número Empleados	Valor bruto de ventas anuales	Valor activos totales
Micro	1 – 9	100.000	Menor a 100
Pequeñas	Hasta 49	Hasta 1'000,000	De 1000,001 hasta 750,000
Medianas	50 – 199	De 1'00,001 a 5'000,000	De 750,001 a 4'000,000
Grandes	Mayor a 200	Mayor a 5'000,000	Mayor a 4'000,000

Fuente: Proyecto de Ley PYMES y Proyecto de Estatuto Andino para las MIPYMES

Elaboración: Autora

Se ha tomado el término MIPYMES debido a que se analizará tres tipos de empresas del sector micro empresarial, las mismas que el INEC las ha clasificado de la siguiente manera: MICRO empresas como tales, que son las empresas más pequeñas, emplean entre uno y diez trabajadores.

Las pequeñas empresas que tienen una dimensión un poco mayor que las micro, estas ocupan entre 11 y 50 trabajadores.

Las medianas empresas, que son de volumen más considerable que las anteriores, tanto en número de trabajadores como en el tamaño de la inversión, estas emplean entre 51 y 100 trabajadores.

2.1.2. Importancia de la Pequeña Empresa

La pequeña empresa en cualquier sistema económico será el motor que mueva la economía de un país, la importancia radica en su capacidad generadora de riqueza, que al ser distribuida equitativamente propicia la paz social y por ende la tranquilidad y desarrollo.

Gran parte de pequeños empresarios han invertido sus capitales propios y en otros casos financiados, para crear la pequeña empresa que en sumadas a nivel nacional contribuyen a disminuir la pobreza, el desempleo, y sobre todo contribuyen al aumento del PIB (Producto Interno Bruto).

El sector micro empresarial representa el 60% de la población económicamente activa y aporta entre el 10 y el 15% al valor agregado bruto nacional. Por lo tanto es parte constitutiva e importante del aparato productivo nacional.

2.1.3. Clasificación general de las empresas

Cuadro 4

Clasificación General De Las Empresas

POR EL SECTOR	DE ACUERDO AL CAPITAL	POR SU TAMAÑO	DE ACUERDO A LA ACTIVIDAD
<p><u>PUBLICAS:</u> Se forman cuando el aporte del capital hace el gobierno, o cuando el 51% de las acciones estén en manos del sector público.</p> <p><u>PRIVADAS:</u> Son empresas en las cuales se mantienen con aportes de capital por personas naturales o jurídicas.</p> <p><u>MIXTAS:</u> Utilizan como capital aportaciones tanto del sector privado como del sector público.</p>	<p><u>UNIPERSONAL:</u> Son empresas que tienen un solo dueño, y su capital está conformado de una persona natural.</p> <p><u>SOCIENDADES O COMPAÑIAS:</u> Están conformadas por un capital, con aportaciones de varias personas naturales o jurídicas.</p>	<p><u>GRANDE:</u> Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.</p> <p><u>MEDIANA:</u> Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.</p> <p><u>PEQUEÑAS:</u> Se dividen a su vez en.</p> <p>Pequeña: Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.</p> <p>Micro: Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).</p> <p>Famiempresa: Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.</p>	<p><u>EMPRESAS COMERCIALES:</u> Son las que desarrollan la actividad de venta de productos terminados.</p> <p><u>EMPRESAS INDUSTRIALES:</u> Son las que transforman la materia prima en producto terminado.</p> <p><u>EMPRESAS AGROPECUARIAS:</u> Son las que se dedican a la explotación del campo y sus recursos.</p> <p><u>SERVICIOS:</u> Es aquella que presta servicios a la comunidad, pero que participa en la producción de bienes.</p>

FUENTE: CHIAVENATO, IDALBERTO

ELABORADO: LA AUTORA

2.1.4. Constitución de la Pequeña Empresa

1. Persona natural

Se entiende por persona natural, al ser humano que puede constituir una empresa unipersonal, para lo cual deberá solicitar su registro único de contribuyente (RUC), el permiso municipal de funcionamiento y llevar los libros de cuentas. El propietario carece de derechos y obligaciones de carácter mercantil, comercial o societario; compromete su patrimonio personal en forma ilimitada, es decir, las deudas de la empresa son por el patrimonio propio de la empresa y además por patrimonio personal del propietario.

2. Persona jurídica

Persona jurídica es aquella organización de personas naturales o jurídicas a quienes la ley les concede existencia legal. No tienen existencia física con persona natural. Son representadas por unas o más personas naturales. A diferencia de la “persona Natural”, la ley reconoce los derechos de la persona jurídica, la cual puede contraer obligaciones civiles y es apta para ser representada judicial y extrajudicialmente. La responsabilidad de persona jurídica recae sobre el patrimonio de la misma, no está en riesgo el patrimonio personal del o los propietarios.

2.1.5. Legalización de la Pequeña Empresa

1. Legalización

La creación de una pequeña empresa no es difícil, tan solo se necesita cumplir con ciertos requisitos que a continuación se detalla:

El nombre o razón social; No requiere de permiso o autorización. Este no debe atentar a la moral ni tomar un existente, el nombre debe ser escogido con mucho criterio y debe constituir un imán para las ventas.

La pequeña empresa entrega la constancia de haber recibido el aporte económico. El movimiento de los aportes será de responsabilidad del administrador de la microempresa.

Los permisos de funcionamientos: Los obtendrá una vez que inicie su actividad, y entre ellos tenemos: El permiso fiscal (RUC), El permiso estatal (RUP) ,Compras Públicas, Opcional, El permiso municipal, Permiso sanitario

2.2. Estudio de mercado

SAPAG, Reinaldo y SAPAG, Nassir (2007), manifiesta “Estudio de mercado es una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir los precios, aunque es frecuente, sin embargo, incurrir en el error de considerarlo únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricará o del servicio que se ofrecerá”.

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes competidores en el mercado, sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, para ello es necesario identificar el mercado, meta, oferta, demanda , la competencia que tendrá el producto, así como la realización de proyecciones de precios, costos y flujos de caja.

El estudio de mercado es muy importante porque es aquí donde se va demostrar la factibilidad y la justificación del proyecto, este estudio también sirve para mejorar y orientar de decisiones y la gestión administrativa para el desarrollo del Proyecto.

La factibilidad del proyecto para que un producto nuevo como el queso de chocho ingrese al mercado, depende de este estudio, porque quedará demostrado la mediante las encuestas la aceptación o no de este producto, que en la actualidad no tiene oferta.

2.2.1. Oferta

BACA, Gabriel (2010) Pág. 45 señala: *“El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes y servicios similares al del proyecto”.*

JACOME, Walter (2005) pág. 101 dice *“La oferta esta constituida por el conjunto de proveedores que existen en el Mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio, objeto del proyecto, si se trata de un producto o servicio, objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto o servicio es necesario identificar cuales son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda”*

En la actualidad se vive una política heredada del neo liberalismo que se lo conoce como economía social de libre mercado, donde a mayor oferta bajan las precios y mayor demanda suben los precios; por lo tanto demaciada oferta trae como consecuencia las crisis de superproducción.

2.2.2. Demanda

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

El análisis del consumidor tiene por objetivo caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos del consumo, motivaciones, nivel de ingresos promedio, entre otros; para obtener el perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial.

2.2.3. La comercialización

La comercialización es la culminación de un proceso, por medio de la cual el productor realiza un movimiento de sus productos para hacer llegar a su consumidor tratando de que esta sea la más adecuada y satisfaga las necesidades de los dos involucrados.

Una excelente estrategia de comercialización garantiza el éxito de un producto para cual debe cumplir con los siguientes aspectos: Fijación de precios, Medidas de promoción.

De acuerdo a esta definición todas las pequeñas empresas deben estar orientadas hacia la función social; el lucro económico viene por añadidura, porque la razón de la existencia de las empresas es el cliente, caso contrario estas pueden fracazar.

2.3. Proceso de marketing

El proceso del marketing administrativo es un proceso en el cual mediante grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. El proceso de marketing permite identificar las necesidades del consumidor, comunica dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa.

2.2.1 2.4.1. Elementos del Marketing

KOTLER y ARMSTRONG, (2005), Pág.76 definen: *“El Marketing Mix, como el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto”*

1. Producto o Servicio

ARBOLEDA; Germán (2001), Pág.49 afirma: *“El producto es el resultado natural del proceso productivo, cuyos atributos están su tamaño, empaque, marca, logotipo, eslogan entre otros”.*

En mercadotecnia un producto es todo aquello tangible o intangible que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. También se llama producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del paquete, etiquetado y envase, entre otras. Cabe señalar que el producto tiene un ciclo de vida que cambia según la respuesta del consumidor y de la competencia y que se dibuja en forma de curva en el gráfico

2. Precio

EL DICCIONARIO DE MARKETING, de Cultural S.A., Pág. 258. Define el precio como: *“El valor de intercambio de bienes o servicios. En marketing el precio es el único elemento del mix de marketing que produce ingresos, ya que el resto de los componentes producen costos.”*

ARBOLEDA; Germán; 2001, Pág. 53 manifiesta: *“El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”.*

Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción, aunque también se paga con tiempo o esfuerzo. Sin embargo incluye: forma de pago en efectivo,

cheque, tarjeta, entre otros, crédito directo, con documento, plazo, entre otros., descuentos pronto pago, volumen, recargos. Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado. Hay que destacar que el precio es el único elemento del Marketing que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costos. Por otro lado, se debe saber que el precio va íntimamente ligado con calidad del producto así como su exclusividad.

3. Plaza o distribución

FERRELL, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos (2005), Pág. 371. Definen la distribución como: *“El acto de hacer que los productos estén disponibles para los clientes en las cantidades necesarias.”*

En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece, elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Inicialmente, dependía de los fabricantes y ahora depende de ella misma.

4. Promoción

KOTLER Philip (2005), Pág. 98. promoción es *“La cuarta herramienta del marketing mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren.”*

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales cómo es la empresa igual a la comunicación activa; cómo se percibe la empresa igual a la comunicación pasiva. La

mezcla de promoción está constituida por Promoción de ventas, Fuerza de venta o Venta personal, Publicidad, Relaciones Públicas, y Comunicación Interactiva.

2.4. Proceso administrativo

Es el Conjunto de actividades operativas a conseguir además es una meta de la organización. La administración es el proceso para diseñar y mantener un ambiente en el cual las personas trabajando juntas o en grupo alcanzan con eficiencia metas seleccionadas. Los elementos de la administración son cuatro, planeación, organización, dirección, y control.

2.4.1. Planificación

Planeación es encaminar hacia un rumbo a la organización o institución. En esta etapa se determina las políticas y estrategias, presupuesto, la misión y la visión. Las metas y objetivos.

En esta etapa se incluye la selección de misiones, objetivos y acciones para lograr objetivos porque se requiere de la toma de decisiones, seleccionando cursos de acción futuros entre varias alternativas.

2.4.2. Organización

Es la radiografía de la empresa, sea pública, privada o de venta de bienes o servicios. Es la estructura de la organización. En esta etapa se asigna funciones y responsabilidades especiales a cada uno de los actores. En esta periodo se realiza el Orgánico funcional.

Las personas que trabajan juntas en grupos para lograr alguna meta deben tener roles que desempeñar. El concepto de rol implica que el trabajo se adapta al esfuerzo de grupo y tienen la autoridad, las herramientas y la información necesaria para cumplir.

2.4.3. Dirección

Es solucionar problemas, es la toma de decisiones y esta compuesto por el nivel estratégico, que viene a ser la alta gerencia. Nivel Táctico por la gerencia media que dirigen y controlan al nivel operativo que son las responsabilidades individuales de cada empleado o trabajador.

Ser líder e influir en las personas para que contribuyan con las metas de la organización y del grupo, se relaciona predominantemente con el aspecto interpersonal de la Administración. Puesto que el liderazgo permite que los trabajadores y empleados cumplan sus metas y objetivos con la correcta dirección, comunicación y buen ambiente de trabajo.

2.4.4. Control

Recopilación de información veraz y objetiva, verificación de los resultados obtenidos para tomar medidas correctivas. Comparar lo planificado versus lo cumplido. Verificar los resultados en forma legal y expresa. Cumplir con las disposiciones legales.

El control es la medición y corrección de las actividades de los subordinados para asegurar que los acontecimientos estén de acuerdo con los planes. Mide el desempeño para alcanzar metas y planes. muestra cuando existen desviaciones negativas y al poner en marcha acciones para corregir las anomalías, además ayuda a asegurar el cumplimiento de planes y metas.

2.5. Estudio técnico

Según CORDOBA PADILLA Marcial, Pag.209 (2006) expresa: *“El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicos: Cuánto, donde, como, y con que producirá mi*

empresa. Se busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio.”

Es un análisis que permite diseñar como se producirá aquello, que se venderá, conociendo esto podrá estimarse el espacio físico necesario para la operación, las necesidades de equipamiento de la pequeña empresa, las características del recurso humano que elaborará el queso de chocho.

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello; que venderá. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial.

En este estudio, se describe que proceso se va a utilizar, y cuanto costará la ejecución del proyecto, además que se necesita para producir y vender. Están enmarcados en tres presupuestos que son: ventas, inversión y de costos y gastos.

2.5.1. Proceso productivo

CARTIER, Enrique, (2005),Pág. 214 afirma. *“Todo proceso de producción es un sistema de acciones dinámicamente interrelacionadas orientado a la transformación de ciertos elementos “entrados”, denominados factores, en ciertos elementos “salidos”, denominados productos, con el objetivo primario de incrementar su valor, concepto éste referido a la “capacidad para satisfacer necesidades”.*

1. Tecnología

Es importante en el proyecto que esté definida adecuadamente la tecnología a utilizar.

2. Inversión

“Es una propuesta de acción técnica económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios”.

3. Localización

ARBOLEDA Germán,(2001), Pag.131 afirma: *“El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en la que resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario”.*

4. Macro localización

Se refiere al entorno, provincial y cantonal de ubicación del proyecto, tomando en cuenta los siguientes aspectos: Transporte , Mano de obra, Materias primas, Energía eléctrica, Combustible, Agua, Terreno, Facilidades de distribución, Leyes y reglamentos, Clima

5. Micro localización

CORDOVA, Padilla Marcial; 2006, Pág. 226; dice: *“En esta parte se establece condiciones específicas o particulares que permiten fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto, como parroquia, calles, dirección domiciliaria, croquis de ubicación.”*

Con el estudio de micro localización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios.

En la decisión de su ubicación se considerarán los aspectos siguientes:

Facilidades de infraestructura terrestre, y de suministros de energía, combustible, agua, así como de servicios de alcantarillado, teléfono, internet, entre otros.

Ubicación con una proximidad razonable de las materias primas, insumos y mercado.

Condiciones ambientales favorables y protección del medio ambiente.

Disponibilidad de fuerza de trabajo apropiada atendiendo a la estructura de especialidades técnicas que demanda la inversión y considerando las características de la que está asentada en el territorio.

La microlocalización es el lugar o sitio exacto donde se realizará el proyecto, contituyendose en las ventajas comparativas y las desventajas, que pudiera tener el proyecto.

6. Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que

se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto”.

Ningùn proyecto ingresa al mercado con el 100 % de capacidad instalada, su crecimiento esta en concordancia al estudio de mercado.

2.6. Estudio financiero

La última etapa del análisis de viabilidad de un proyecto, este estudio permite ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores , elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad”.

El Estudio Financiero es la parte final de toda la secuencia de análisis de la Factibilidad de un proyecto, esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable, para ello es necesario la utilización de ciertos instrumentos de evaluación financiera como son : Estados Financieros, como son: Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados, Estado de Flujo de Caja, además los presupuestos de inversiones, ventas, Costos y Gastos, y sobre todos la evaluación de la inversión a través de algunas técnicas como es VAN (Valor Actual Neto), TIR,(Tasa Interna de Retorno y Beneficio-costo (B/C)., Punto de Equilibrio, Periodo de la Recuperación de la Inversión, y Análisis de Sensibilidad.

2.6.1. Criterios de evaluación financiera

La evaluación financiera de inversiones mediante indicadores le permite comparar los beneficios que genera ésta, asociado a los fondos que provienen de los préstamos y su respectiva corriente anual de desembolsos de gastos de amortización e intereses. Los tres métodos consideran el valor del dinero en el tiempo.

Entre los principales indicadores económicos que permiten evaluar el dinero a través del tiempo tenemos:

1. Valor actual neto (VAN)

JACOME, Walter; 2005, Pág. Expresa: *“El valor actual neto representa la rentabilidad en términos del dinero como poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”.*

Entonces el VAN es el que actualiza a valor presente los flujos de caja futuros que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés, y compara con el importe inicial de la inversión.

Todo proyectista necesita conocer si su proyecto va a ser rentable, y una de las maneras es mediante el VAN, porque es el resultado los ingresos menos los egresos actualizados y si su proyecto genera una utilidad.

2. Tasa interna de retorno (tir)

ARBOLEDA, Germán, (2001), lo define como: *“La tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial en un proyecto. En otras palabras la TIR es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto de una oportunidad de inversión sea igual a cero, debido a que el valor presente de los flujos de efectivo es igual a la inversión inicial”.*

SAPAG, Nassir (2007), sostiene: *“La TIR evalúa el proyecto en función de una tasa única de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsados expresados en moneda actual”.*

Esta tasa sirve para medir la rentabilidad del capital invertido en el proyecto, es decir la tasa interna de retorno que debe obtener negocio para saber si es rentable o no.

3. Punto de equilibrio

CHILQUINGA, Manuel, (2006); Pag87. manifiesta *“El punto de equilibrio es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde”*.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos. Es una herramienta muy importante que debe tomarse en cuenta por la utilidad que se le dá para calcular con facilidad el punto mínimo de producción al que debe operar una empresa para no incurrir en pérdidas.

2.6.2. Contabilidad de costos

LEXUS, E. (2010); Pag.55 Manifiesta. *“Es una ampliación o extensión de la contabilidad financiera de modo que el contador pueda adicional o simultáneamente determinar el costo de fabricación de un producto. Esta información permitiría al director de la empresa conocer los costos de producción y los de venta de sus artículos, para la toma de decisiones”*.

POLIMENI, Fabozzi; (2008); Pag.36 dice: *“La Contabilidad de costos permite conocer el valor de todos los elementos del costo de producción de un bien y/o servicio, por tanto calcular el costo unitario real del mismo con miras a fijar el precio de venta y el manejo de las utilidades empresariales.”*

Es necesario implementar una contabilidad de costos que le permita a la pequeña Empresa, organizarse y llevar ordenadamente sus cuentas además que pueda medir sus utilidades y rentabilidad o pérdidas.

1. Costo de Producción.-

Son los que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos semielaborados y elaborados: materia prima directa, mano de obra directa y Costos Indirectos de Fabricación.

2. Gastos de Administración

Los Gastos Administrativos están relacionados con el manejo administrativo, financiero los que se encuentran : Sueldos, Servicios Básicos, Materiales e Insumos, Depreciaciones

3. Gasto de Ventas

Son los que están relacionados con la distribución, comercialización, promoción del producto; dentro de estos rubros se encuentran los sueldos, gastos de prensa y propaganda, peajes, fletes, y otros servicios básicos y materiales e insumos.

4. Gastos financieros

Estos gastos tienen relación con el pago de interés por servicio de deuda, así como los servicios bancarios, y trámites..

2.7.3. Estados financieros

CASTILLO, Patricio, (2010) Pag.1 Manifiesta: *Los Estados Financieros, básicos, junto con la revelación de cambios en otras categorías, del Patrimonio de los socios o accionistas, con la descripción de las políticas contables y las correspondientes notas aclaratorias, son los requerimientos mínimos para una prestación razonable de la Situación Financiera y el resultado de las operaciones de la empresa, de conformidad principios contables vigentes”*

Los estados financieros es el termómetro para medir la rentabilidad de la empresa, y sus condiciones económicas, para la correcta toma de decisiones, y plantear nuevas estrategias.

1. Estado de flujo del efectivo

ZAPATA, Pedro, (2005),Pag.27 manifiesta: *“Es el informe contable principal que presenta en forma significativa resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un período, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura”.*

CASTILLO, Patricio, (2010) Pag.1 Manifiesta: *“Según la Junta de Normas de Contabilidad Financiera, dispone que el estado de cambios en la situación financiera, que es uno de los estados financieros, básicos, sea reemplazado por un flujo de caja. El estado de cambios en la posición financiera ha sido un estado cuya presentación se requiere, junto con el balance General y los Estados de Resultados y utilidades retenidas.*

Muestra las salidas y entradas del efectivo que se darán en una empresa durante un período determinado. El efectivo ofrece al empresario la posibilidad de conocer y resumir los resultados de las actividades financieras de la empresa y poder inferir las razones de los cambios en su situación financiera, constituyendo una importante ayuda en la administración del efectivo, el control del capital y en la utilización eficiente de los recursos en el futuro.

2.7. El chocho

El chocho es utilizado ampliamente en la alimentación, una vez eliminados sus contenidos tóxicos mediante cocción y desaguado prolongados.

Tal vez su consumo más típico es combinado con tostado o con mote, aunque el cebiche de chochos, los tamales y el ají con chochos son otras preparaciones muy comunes. Actualmente también se elabora pan y pastas con harina de chocho.

Una preparación muy antigua, que se está actualmente retomando, es la leche de chocho. Se dice que en ocasiones reemplazaba a la leche materna y es de allí que parece haber surgido su nombre: de la traducción al español del término chucho que en quichua significa pezón y pecho materno.

En 100 gramos de chocho cocido con cáscara tenemos 151 kilocalorías, 69.7 gramos de agua, 11.6 gramos de proteína (en la harina tenemos 49.6), 8.6 gramos de grasa y 9,6 gramos de carbohidratos.

El aceite de chocho es de color claro, lo cual le hace aceptable para el uso doméstico; es similar al aceite de maní y relativamente rico en ácidos grasos no saturados, incluyendo el ácido linoleico.

2.7.1. Por qué consumir chocho.

Además de su agradable sabor el chocho tiene importantes propiedades alimenticias, la principal aunque muy poco conocida es su contenido de más del 50% de proteína, más que la soya; contiene también grasas, vitaminas y minerales. Por ello, tiene gran importancia. La valoración del chocho exige conocer tecnologías de transformación, técnicas para aumentar la vida útil, minimizar los riesgos y mejorar las propiedades nutritivas, funcionales y sensoriales, con el objeto de diversificar e incrementar la utilización y el consumo del chocho.

2.8. El queso

La definición admitida internacionalmente es la siguiente: Queso es el producto fresco o madurado obtenido por coagulación y separación del suero de cualquiera de los siguientes productos: leche, nata, leche desnatada (total o parcialmente), suero de mantequilla o de una mezcla de uno de ellos.

En nuestro país la mayor producción de quesos se tiene a nivel artesanal y preferentemente ésta se encamina hacia el queso fresco, éstos se comercializan y consumen sin que hayan experimentado un proceso de maduración, y contienen un gran contenido acuoso que oscila entre 50 – 80%. A causa de esta humedad esta clase de queso no se conserva durante

mucho tiempo, y en razón de que la elaboración de queso fresco no requiere de un tiempo prolongado para su producción.

La esencia de la fabricación del queso consiste en la coagulación de la leche y su conversión desde una dispersión coloidal en un gel conocido como cuajada, y la subsiguiente liberación de agua en forma de suero. La pérdida de humedad de un gel se conoce como sinéresis y origina una disminución en el contenido de agua de 87 % en la leche, a menos de 40 % en el queso maduro. El control de esta pérdida de agua constituye una de las partes principales del arte de fabricar el queso. La proporción a la que se pierde el agua depende de tres factores: temperatura, PH y manera como se corta la cuajada. En la práctica se controla los tres factores de manera que se obtenga una rápida comprensión.

2.9. Resumen del capítulo

Las bases teóricas y científicas afianzaron los conocimientos acerca de la forma de organización, tipo de empresa, el proceso administrativo, los canales de distribución y las estrategias de marketing más utilizadas en el medio, así como las razones financieras que se utilizan para realizar el análisis económico del proyecto; información que fue muy importante para la formulación del estudio técnico, financiero del proyecto.

CAPÍTULO III

3.-ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

El estudio de mercado trata de determinar las necesidades que tienen los consumidores finales que son toda la población y los consumidores potenciales se refiere a las tiendas, abacerías, supermercados y mercados que venden , también identifica a las empresas productoras y las condiciones en las que suministran el producto en el mercado.

La finalidad del presente estudio tiene relación con la proyección de una cobertura local en la ciudad de Ibarra, tiene como finalidad efectuar un proceso de planificación, recopilación y análisis de datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra del producto, y gustos de los clientes con la finalidad de establecer lineamientos básicos en la toma de decisiones y así determinar la oferta, demanda y precios del producto que se ofrezca.

De esta manera se determinará la factibilidad del presente estudio a ser implementado, determinando las estrategias más adecuadas para conseguir la aceptación del producto propuesto.

En la ciudad de Ibarra se analizó la real posibilidad de impulsar la creación de una pequeña empresa dedicada a la producción y comercialización del queso de chocho.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo general

Realizar el estudio de mercado que permita analizar y determinar la oferta, la demanda, los precios y la comercialización del queso de chocho.

3.2.2. Objetivos específicos

- a) Determinar a los posibles consumidores y el grado de aceptación del queso de chocho.
- b) Formular estrategias de comercialización que permita el ingreso y posicionamiento del mercado.

3.3. Matriz de mercado

Cuadro 5

Matriz de Mercado

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES INFORMACIÓN	TÈCNICAS
Determinar a los posibles consumidores y el grado de aceptación del queso de chocho.	Mercado del producto	-Producto -Oferta -Demanda -Precio -Mercado Meta	Primaria	Encuestas Población
Formular estrategias de comercialización que permita el ingreso y posicionamiento en el mercado.	Comercialización	-Canales de comercialización -Competencia -Promoción	Primaria y Secundaria	Encuesta Entrevista A productores

Elaborado por: La Autora

3.3.1. Población o Universo

La población que se ha tomado en cuenta como punto de partida para el desarrollo de este estudio de factibilidad, orientado a la creación de una pequeña empresa de producción y

comercialización de queso de chocho, será la población urbana de la Ciudad de Ibarra de acuerdo a los indicadores consultados en el SIISE 2011 que consta en el siguiente cuadro:

Cuadro 6

Población o Universo

Sector / Indicador	Medida	Cantón
		Ibarra
GENERAL		
Superficie de UPAs - Total	Hectáreas	90.391.8
Número de UPAs - Total	Número	7.476.2
Viviendas	Número	38.165
Viviendas- Urbano	Número	27.666
Viviendas- Rural	Número	10.499
Población (habitantes)	Número	181.175
Población (habitantes)- Urbano	Número	131.856
Población (habitantes)- Rural	Número	49.319
DESARROLLO CAPITAL HUMANO		
Escolaridad media del productor/a	Promedio	4.1
Analfabetismo	Porcentaje	7.3
Pobreza según necesidades básicas insatisfechas (NBI)	Porcentaje	44.6
DESARROLLO CAPITAL SOCIAL		
UPAs con personas agremiadas	Porcentaje	5

ELABORACIÓN: LA AUTORA Fuente SIISE

La población en la cual se va a aplicar la encuesta como la técnica de recopilación de los datos inherentes a la producción y comercialización de queso, será la población urbana de la Ciudad de Ibarra en base a un censo del 2010, que cuenta con 131.856 habitantes, esperando un crecimiento poblacional del 1,86% .

Se toma como miembros base a cinco personas o integrantes por familia, se considera así dividir por 5 la población total año 2015, son $144583/5 = 28917$ familias, para de esta manera conocer el número aproximado de consumo.

$$\text{Número de familias} = \frac{\text{Habitantes}}{5}$$

$$\text{Número de familias} = \frac{144583}{5}$$

$$\text{Número de familias} = 28.917$$

3.3.2. Cálculo de la Muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra hemos escogido trabajar con un nivel de confianza del 95% y además con un error del 0,05%, además se realizó la técnica de la encuesta, la misma que se la realizó a los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Ibarra.

La fórmula para la determinación del tamaño es la siguiente:

Si la población es mayor a 50 se determina mediante fórmula estadística, realizando la distribución de las proporciones.

Fórmula de cálculo

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

Simbología

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza, su valor constante es de 95% (dos colas) equivalente a 1,96.

δ^2 = varianza de la población, con el valor constante de 0,25

E = índice de error.

N-1 = es una corrección que se usa para muestras mayores de 30.

Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{28.917 * (1,96)^2 * 0,25}{(0,05)^2 * (28.917 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = \frac{28.917 * 3,8416 * 0,25}{(0,0025)(28.916) + (3,8416) (0,25)}$$

$$n = 379,13 = 379$$

MUESTRA= 379 Familias

1. Segmentación de la muestra

Como las encuestas están dirigidas hacia la población urbana del cantón Ibarra se procede a segmentar el número de encuestas de acuerdo a el área de cada parroquia urbana de acuerdo al siguiente cuadro

Cuadro 7***Segmentación de la muestra***

NOMBRE	%	N° de Encuestas
San Francisco	25%	94
La Dolorosa del Priorato	23%	86
Caranqui	16%	59
El Sagrario	26%	97
Alpachaca	11%	43
TOTAL		379

Fuente: Plan estratégico GADI

Elaborado por: La Autora

3.4. Resultados Obtenidos de Entrevistas y Encuestas Aplicadas.

3.4.1. Entrevista

ENTREVISTA DIRIGIDA AL ING. RICARDO GUACHALÁ ENCARGADO DE LA UNIDAD DE COMERCIALIZACIÓN DEL MAGAP.

¿Qué tipos de quesos se comercializan en la Ciudad de Ibarra?

Los quesos de marca ingresan a Ibarra de otras provincias del Carchi y de Imbabura a los supermercados, tiendas y abacerías, además se tiene una importante marca de queso en Imbabura como es el Floral que abastece más o menos el 48 % del consumo total de quesos. Los quesos artesanales es difícil precisar la producción porque se fabrican clandestinamente, sin embargo se considera que la mayor parte de estos quesos son comercializados en los mercados locales y en algunas tiendas esta producción esta en un 20 %, y los quesos que ingresan de otras ciudades un 15%.

¿Por qué razón la población prefiere quesos de marca y otros quesos artesanales?

En realidad que los quesos artesanales son mucho más baratos y grandes, pero lamentablemente no tienen Registro Sanitario, y puede ser peligroso para la salud, porque contienen una infinidad de bacterias, mientras los quesos de marca son garantizados por su tratamiento aunque su valor es mayor, a la mayoría de la población prefieren productos de calidad.

¿Considera usted que existe demanda del queso en Ibarra?

Si existe una demanda considerable, pues las fábricas de quesos de Ibarra no abastecen a toda la población.

¿Cree que el queso de chocho de resultados de ventas en Ibarra?

Me imagino que es como el queso amasado, pues si su sabor es agradable, lógicamente que tendrá un mercado aceptable en Ibarra, todo está en las estrategias y el márketing que se debe aplicar para su comercialización.

3.4.2. Encuesta aplicada a la población

1. Género

Cuadro 8

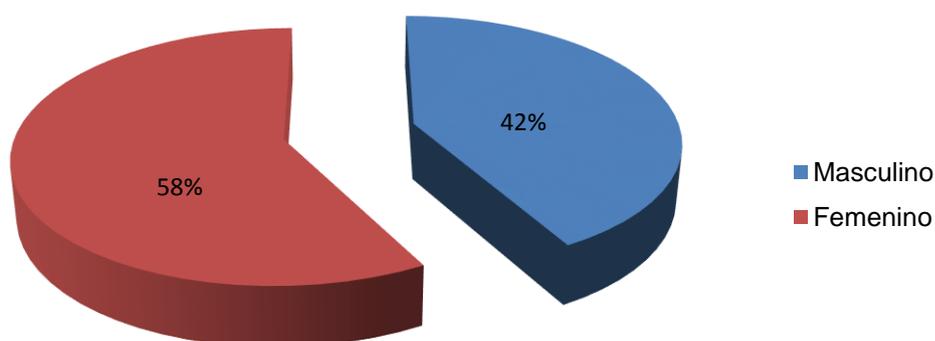
Género de la población

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	159	42 %
Femenino	220	58 %
Total	379	100 %

Elaborado por: La Autora

Gráfico 1

Genero



Elaborado por: La Autora

Análisis

Como resultado de la investigación se determinó que la mayoría de personas encuestadas son de género femenino, y son las que realizan las compras en tiendas, comisariatos y son quienes determinan la necesidad de los productos.

2. Edad

Cuadro 9

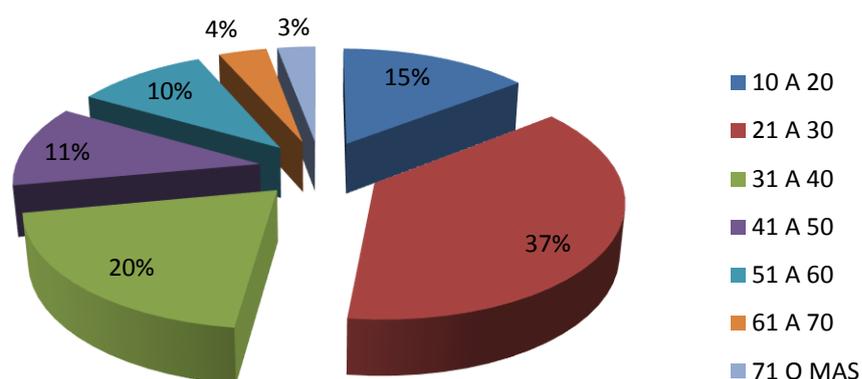
Edad de la población

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 A 20	55	15%
21 A 30	142	37%
31 A 40	76	20%
41 A 50	43	11%
51 A 60	38	10%
61 A 70	14	4%
71 O MAS	11	3%
TOTAL	379	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 2

Edad de la población



Elaborado por: La Autora

Análisis

La mayoría de la población mayor encuestada está entre los 21 años a los 30 años, seguida de 31 a 40 años. En estos intervalos de edad se encuentra la mayoría de la PEA, Población Económicamente Activa, que tienen poder adquisitivo sin descartar el resto de la población que son estudiantes y jubilados.

3. Nivel socioeconómico

Cuadro 10

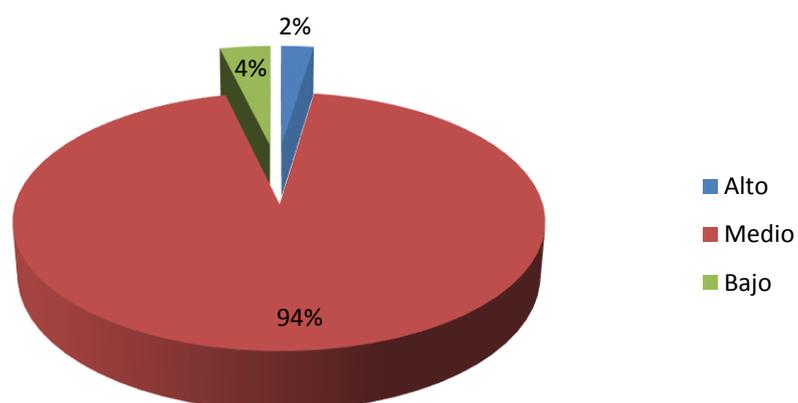
Nivel Socioeconómico de la población

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	9	2%
Medio	356	94%
Bajo	14	4%
Total	379	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 3

Nivel socio económico de la población



Elaborado por: La Autora

Análisis

De la información obtenida se determina que el nivel socioeconómico de los pobladores es medio, pues las encuestas se las realizó en la Ciudad de Ibarra y no en el área rural pero si en los sitios periféricos existiendo una población de nivel bajo muy pequeña. La población de nivel alto también bien es baja porque la mayoría se considera de nivel medio.

4. ¿Qué actividad realiza?

Cuadro 11

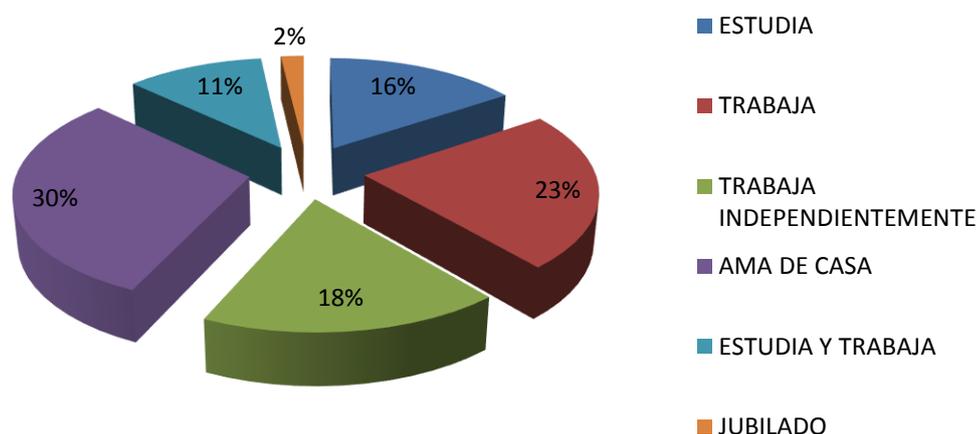
Actividad que realiza la población

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudia	59	16%
Trabaja	88	23%
Trabaja Independientemente	68	18%
Ama de Casa	115	30%
Estudia y Trabaja	42	11%
Jubilado	7	2%
TOTAL	379	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 4

Actividad que realiza la población



Elaborado por: La Autora

Análisis

Se determina que existe una población pequeña de estudiantes que dependen de sus padres, trabajadores independientes como son los comerciantes, otro grupo que labora y estudia y en su mayoría amas de casa que laboran en sus quehaceres domésticos y realizan las adquisiciones del hogar.

5. ¿Está usted de acuerdo en que se cree un producto que beneficie a su salud como es el queso de chocho?

Cuadro 12

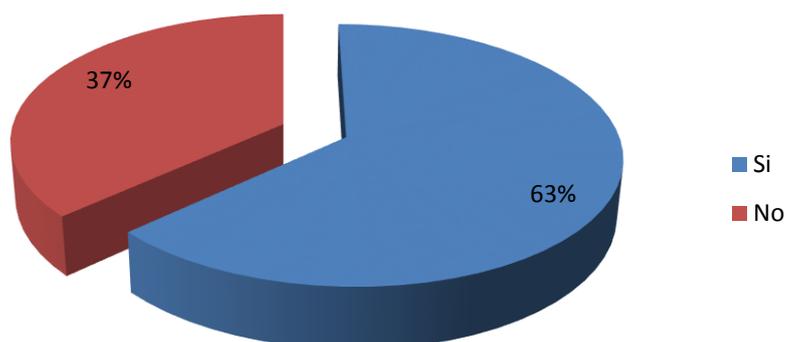
Beneficio del queso de chocho

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	240	63%
No	139	37%
Total	379	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 5

Beneficios del queso de choccho



Elaborado por: La Autora

Análisis

La mayoría de la población encuestada manifiesta que si estaría de acuerdo que se introduzca en el mercado un queso a base de chocho, pero también en un porcentaje significativo no está de acuerdo.

6. ¿Conoce usted si este producto ya existe en la Ciudad de Ibarra?

Cuadro 13

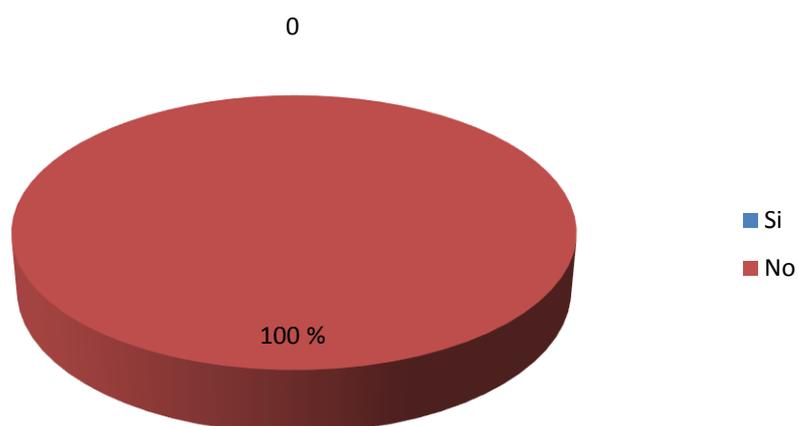
Existencia del Producto en el mercado

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	379	100%
Total	379	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 6

Existencia del producto



Elaborado por: La Autora

Análisis

La totalidad de la población encuestada manifiesta que no existe ninguna empresa ni proyecto que desarrolle el queso de chocho, por ende no existe competencia, lo que beneficiaría al proeyecto que se pretende implementar.

7. ¿A qué precio adquiere el queso?

Cuadro 14

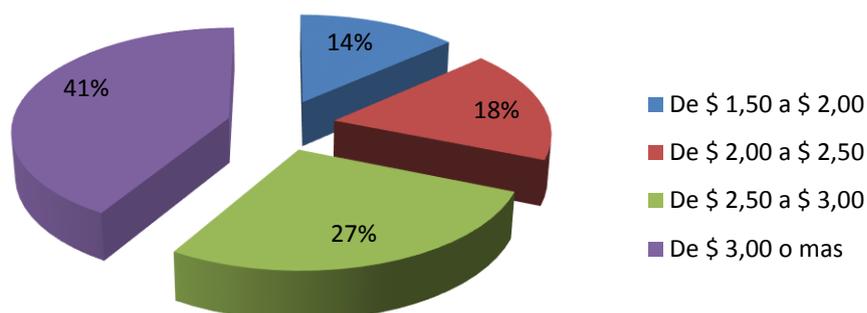
Precios de compra del queso

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$ 1,50 a \$ 2,00	51	14%
De \$ 2,01 a \$ 2,50	67	18%
De \$ 2.51 a \$ 3,00	104	27%
De \$ 3,01 o mas	157	41%
TOTAL	379	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 7

Precio de compra del queso



Elaborado por: La Autora

Análisis

La mayoría de encuestados manifiestan que adquieren el queso a más de dos dólares, pues se considera que es un precio real y justo, por un producto de buena calidad y con Registro Sanitario. Como se conoce existen quesos fabricados artesanalmente y a bajo costo que puede poner en riesgo la salud.

8. ¿Le gustaría consumir un nuevo tipo de queso?

Cuadro 15

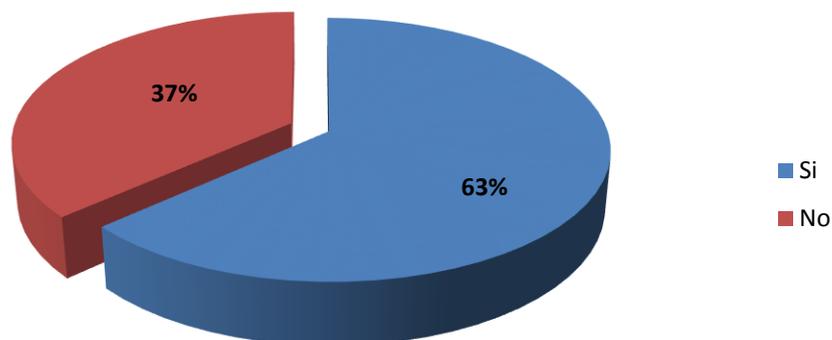
Ingreso de nuevo producto

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	240	63%
No	139	37%
Total	379	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 8

Ingreso de nuevo producto



Elaborado por: La Autora

Análisis

Como resultado de la investigación realizada se determina que existe una cantidad considerable que si esta de acuerdo que se ingrese al mercado un nuevo queso, pero tambien un porcentaje significativo no esta de acuerdo.

9. ¿Qué tipo de queso desearía consumir?

Cuadro 16

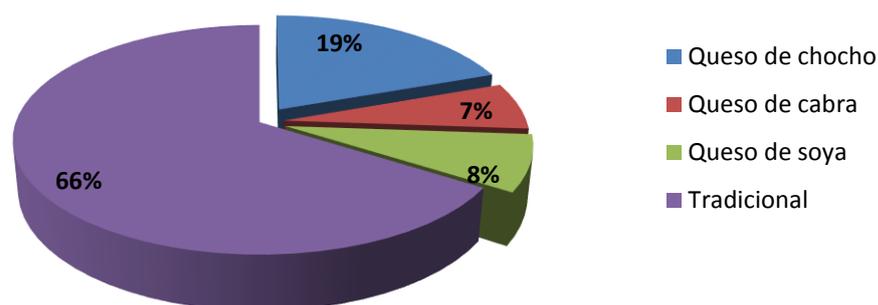
Consumo de quesos

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Queso de chocho	74	19%
Queso de cabra	25	7%
Queso de soya	30	8%
Tradicional	250	66%
TOTAL	379	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 9

Consumo de quesos



Elaborado por: La Autora

Análisis

Del estudio realizado se determina que un porcentaje representativo estaría dispuesto a consumir quesos a base de chochos, porcentaje que servirá para las proyecciones de la demanda del producto.

10.¿Con que frecuencia consumiría queso de chocho?

Cuadro 17

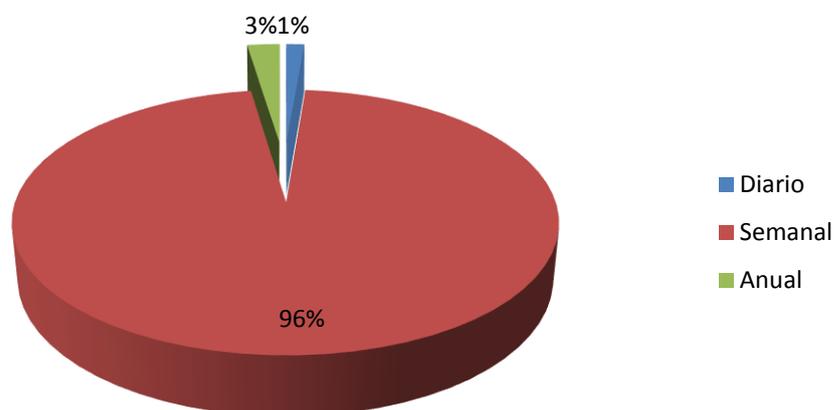
Consumo de queso de la población

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	5	1%
Semanal	365	96%
Anual	9	3%
TOTAL	379	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 10

Consumo de queso de chocho



Elaborado por: La Autora

Análisis

Se determina que la mayoría de las personas que estarían dispuestas a consumir queso a base de chochos lo haría semanalmente, seguido de anualmente y por último diariamente, valores que serán útiles para determinar la demanda del producto.

11. ¿Dónde le gustaría adquirir el queso de chocho?

Cuadro 18

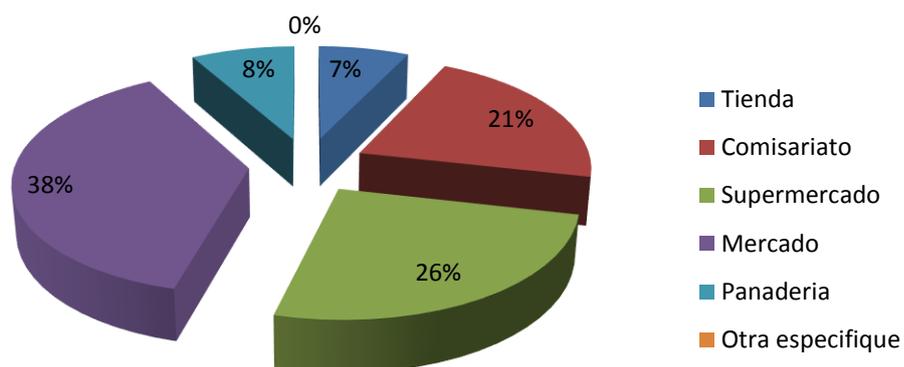
Lugar de compra

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tienda	27	7%
Comisariato	81	21%
Supermercado	97	26%
Mercado	143	38%
Panadería	31	8%
Otra especifique	0	0%
TOTAL	379	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 11

Lugar de compra de queso de chocho



Elaborado por: La Autora

Análisis

La población encuestada prefiere adquirir el queso en el mercado seguido están el mercado y supermercados, pues esta decisión tiene lógica porque a la mayoría de personas les gusta adquirir productos frescos y al parecer los quesos de las tiendas y panaderías aunque son bien tratados tienen sus días de fabricación.

12. ¿Qué medio de comunicación le gustaría que se utilice para promocionar el producto?

Cuadro 19

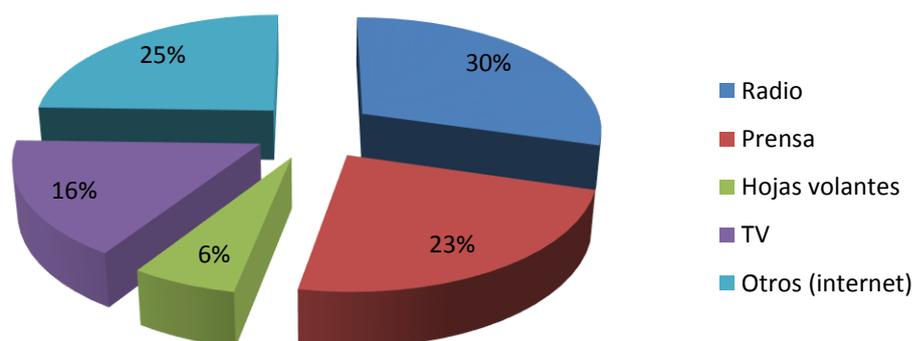
Medios de comunicación para promoción del producto

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	112	30%
Prensa	89	23%
Hojas volantes	23	6%
TV	62	16%
Otros (internet)	93	25%
TOTAL	379	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 12

Medios de comunicación para promoción del producto



Elaborado por: La Autora

Análisis

La mayoría de las personas manifiestan que los medios de comunicación más idóneos para promocionar el producto es la radio, seguido de internet, prensa escrita, televisión y hojas volantes, datos que serán útiles para las estrategias de mercadeo.

3.5. Descripción del producto

La presentación del queso amasado de chocho sera en unidades de 500 gramos con las siguientes características:

Aspecto exterior	:	homogeneo
Sabor	:	ligeramente ácido
Consistencia	:	suave
Color	:	blanco

con respecto al embalaje se lo expenderá en fundas de de polietileno blancas, con su respectivo logotipo que identifique al producto con el fin de posicionar en la retina de los consumidores, en las fundas estará registrado toda la información nutricional del producto, fecha de elaboración y fecha de vencimiento así como la semaforización de los ingredientes contenidos en el producto exigido para su comercialización.

3.6. Mercado meta

De acuerdo a las encuestas realizadas el mercado objetivo del producto es las familias residentes en el área urbana del cantón Ibarra, y de acuerdo a las preferencias de consumo se considera que el producto debe ser introducido en una presentación de 500grs con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Para lo que se ha considerado la comercialización en el mercado, supermercados, comisariatos, para esto es necesario cumplir con requisitos de calidad, volumen, precio y estrategias de comercialización.

3.6.1. Estructura y segmentación de mercado

1. Estructura del mercado

Los mercados locales en función de la cantidad y calidad de oferentes y demandantes adoptan diversos formatos a los cuales les denominamos estructuras de mercado. Esta estructura es diversa que identificándoles claramente, influyen desahucadamente en los precios en el mercado, por ser un producto nuevo se le ha dirigido a consumidores de queso y su precio no varia con la oferta y la demanda.

2. Segmentación del mercado

La segmentación de mercado que se utilizó en el siguiente proyecto es de tipo geográfica porque está tomada en cuenta la Ciudad de Ibarra, en el sector urbano, considerando que la mayoría de la población consume queso, se consideró que debe dirigirse la encuesta a los jefes de hogar o amas de casa, quienes adquieren los alimentos.

3.7. Análisis y proyección de la oferta

De la información obtenida del Ingeniero Ricardo Guachalá encargado de la Unidad de Comercialización del Ministerio De Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) en el cantón Ibarra existe existe una importante marca de queso como es Floralp que abastece un 48% del consumo total del cantón, además existen otras marcas que vienen de otras ciudades en menor cantidad en un 15% y los fabricados artesanalmente que se comercializan en los mercados y algunas tiendas en un porcentaje del 20% del consumo local, pero con respecto a quesos enriquecidos con chochos no comercializan ninguno de los citados anteriormente por lo que podría decirse que no existe oferta de quesos de chocho que se pretende introducir al mercado local.

3.8. Análisis y proyección de la demanda

La demanda está de acuerdo con las encuestas realizadas a la población sobre los hábitos de consumo, cantidad, variedad y sus preferencias y expectativas del queso y sobre todo el queso de chocho que es materia de estudio.

De acuerdo con las encuestas realizadas el 19% de las familias encuestadas consumirían quesos a base de chochos diariamente, semanalmente, y anualmente, dando un total de **5494** familias; datos que nos permite determinar la demanda total anual.

Cuadro 20

Demanda de Quesos de chocho del Cantón Ibarra

DETALLE	PORCENTAJE	FAMILIAS	MENSUAL	ANUAL
DIARIO	1%	72	2174	26093
SEMANAL	96%	5291	21164	253971
ANUAL	3%	130	130	1566
TOTAL		5494	23469	281629

Fuente: encuestas cuadro N° 17

Elaborado por: La Autora

Con los datos obtenidos se proyecta la demanda para los cinco años subsiguientes con una tasa de crecimiento del 5% de acuerdo a los datos obtenidos en el MAGAP respecto del consumo de quesos de la ciudad de Ibarra, dando como resultado el siguiente cuadro:

Cuadro 21

Proyección de la Demanda de quesos de chocho

DETALLE	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
DEMANDA ANUAL	281629	295711	310496	326021	342322

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

3.9. Demanda insatisfecha

Después haber analizado todas las variables que tiene el estudio de mercado se muestra el siguiente balance de oferta / demanda; logrando así establecer la demanda insatisfecha del producto por unidades familiares en la zona urbana del Cantón Ibarra.

Cuadro 22

Balance Oferta/Demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA					
DETALLE	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Demanda	281629	295711	310496	326021	342322
Oferta	0	0	0	0	0
DEMANDA	281629	295711	310496	326021	342322
INSATISFECHA					

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

3.10. Precio

El precio del queso de chocho esta establecido en concordancia con el estudio de mercado realizado mediante las encuesta a la población de la ciudad de Ibarra que mayoría adquiere el producto en un valor superior a dos dólares , y tomando en cuenta los costos de produccion y gastos administrativos que implican producir este producto, se establece el precio de \$ 2,60 dólares y se proyecta el precio hacia los años futuros de acuerdo con la inflacion estimada para el año 2015 que es del 3.90% consultada en el Banco Central del Ecuador.

Por lo tanto, para determinar el precio de venta al público se procedió a determinar el costo y la cantidad de insumos por unidad, el cual ha sido calculado en base a los precios del mercado local y tomando en cuenta las siguientes consideraciones.

Cuadro 23***Determinación del precio de venta***

Rubro	Unidad	cantidad	Precio (\$)	Total (\$)
Chochos	Kg	0,500	1,50	0,750
Leche de vaca	Lt	1,670	0,45	0,752
Fermento Láctico	Lt	0,040	5,00	0,200
Cloruro De Calcio	Kg	0,004	3,00	0,012
Cuajo	MI	0,050	2,00	0,100
Sal	Kg	0,036	0,20	0,007
Fundas	Unid.	1,000	0,02	0,020
Subtotal				1,84
Mano de Obra				0,76
precio de venta				2,60

Fuente: Ing. Agroindustrial Marx García, Universidad de Bolívar

Elaborado por: La Autora

Con respecto al precio a futuro del producto que expenderá la pequeña empresa tendrán un incremento del 3.90%, valor que se lo toma como referencia de acuerdo a la inflación anual proyectada para el año 2015 por el Banco Central del Ecuador.

Cuadro 24***Proyección del precio de venta***

Detalle	Años				
	2015	2016	2017	2018	2019
Precio de venta	2,60	2,70	2,81	2,92	3,03

Fuente: BCE 2015

Elaborado por: La Autora

3.11. Cadenas de comercialización y distribución.**3.11.1. Cadena de Comercialización**

La comercialización del queso se la realizará mediante dos cadenas que son:

3.11.2. Consumidor final.

Estas ventas también conocidas como ventas al menor, y serán vendidas directamente desde un punto de venta ubicado en la misma planta.

3.11.3. Consumidores potenciales.

Los consumidores potenciales son todas las tiendas, panaderías, supermercados, abacerías, mercados.

3.11.4. Cadena de Distribución.

La distribución se la realiza mediante un camioneta propiedad de la pequeña empresa que se encargará de hacer llegar el producto a todos los clientes potenciales, y por otra parte se distribuirá desde el punto de venta de la procesadora al por mayor y menor.

3.12. Estrategias de mercado

3.12.1. Estrategias de publicidad

Las estrategias de mercado que se aplicarán están en concordancia con las investigaciones realizadas mediante encuestas a la población quienes tienen preferencias por la radio, En tal virtud, se realizará una publicación mensual e este medio de comunicación de las bondades del producto con la finalidad de promocionarlo.

3.12.2. Estrategias de precio

El precio del producto estará orientado a introducirse en el mercado y se tomara en cuenta las siguientes estrategias. Precio inicial relativamente bajo sin alejarse de lo normal y sin llegar a lo exagerado con el objetivo de penetrar en el mercado, y obtener un mayor volumen de ventas.

3.12.3. Estrategia de distribución

La distribución del producto como es el queso de chocho para mayor agilidad y satisfacción de los clientes se los realizara previo pedido, entregados a domicilio para los clientes potenciales y para el consumidor final desde la factoría.

3.13. Conclusión del estudio.

Como resultados del estudio de mercado, se concluye que existe un amplio margen de ventas que puede ser cubierto una parte por nueva pequeña empresa, los datos que se obtuvieron de la demanda y la oferta histórica, así como las proyecciones que se han hecho para los próximos años, muestran claramente que el producto tiene una buena aceptación en el mercado y que es factible realizar innovaciones con el fin de mejorar los niveles de venta, para que crezcan en la misma proporción con la que crece las necesidades de los clientes.

De acuerdo a los datos obtenidos en las diferentes encuestas que se realizaron para obtener datos exactos se concluye que los demandantes de dicho producto están dispuestos a comprar el queso de chocho.

Con respecto al precio, se pretende establecer un precio que pueda ser competitivo con la competencia y que brinde las expectativas que el comprador espera.

3.14. Resumen del capítulo

De la información obtenida a la población de la ciudad de Ibarra mediante una encuesta en toda la zona urbana se establece que existe interés hacia el nuevo producto que se pretende fabricar; para lo cual analizado las variables oferta y demanda se determina que existe una demanda potencia insatisfecha que será captado por la empresa para posicionar su producto en el mercado, para lo cual se determinó las estrategias de publicidad y canales de distribución que utilizará el proyecto para el cumplimiento de sus fines.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

El Estudio Técnico está en concordancia con el programa de producción del Proyecto, tiene como base fundamental los resultados alcanzados en el estudio de mercado efectuado. En esta parte del estudio se determinan varios aspectos técnicos como son: localización del proyecto, tamaño de la unidad productiva propuesta, aspectos técnicos o de ingeniería, el presupuesto técnico, inversiones fijas, variables, diferidas; requeridas para el funcionamiento del proyecto.

4.2. Localización del proyecto

El estudio de localización plantea dos niveles de avance en el proceso de decidir el lugar apropiado para la instalación de la nueva unidad productiva propuesta: la macro y micro localización.

4.2.1. Macro localización

El proyecto a ejecutarse estará ubicado al norte del Ecuador, en la Provincia de Imbabura, Cantón San Miguel de Ibarra, Parroquia San Francisco tiene la siguiente macro localización:

Cuadro 25***Principales características de la provincia de Imbabura***

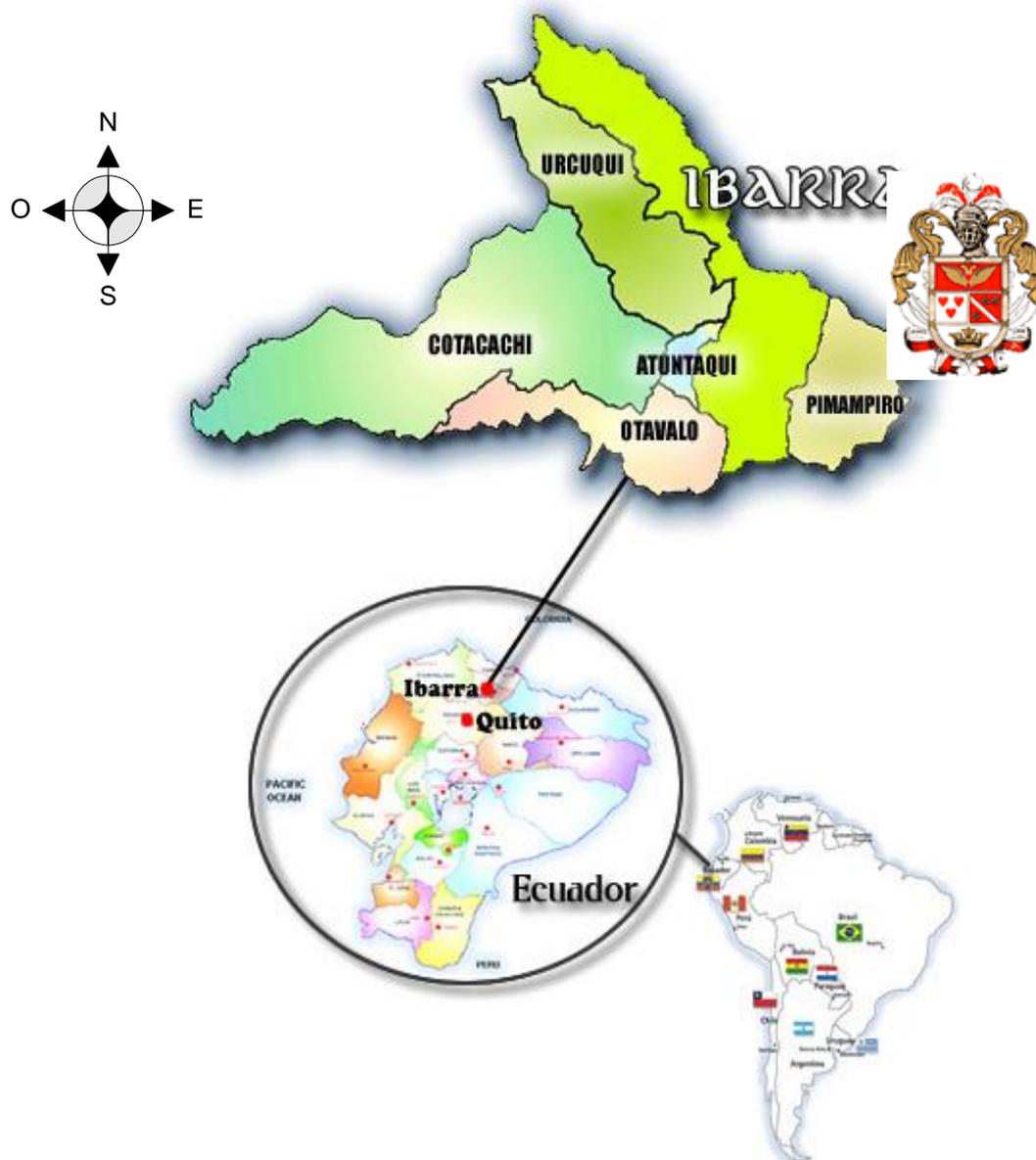
PAÍS	Ecuador	
PROVINCIA	Imbabura	
UBICACIÓN	Norte del país	
SUPERFICIE	4.608.68 Km ²	
POBLACIÓN	398.244 habitantes (Censo 2010)	
ORG. TERRITORIAL	6 cantones, 6 parroquias urbanas y 36 parroquias rurales	
CANTONES	Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí	
IDIOMAS	Español y Kichua	
ETNIAS	Indígenas, Afro ecuatorianos, mestizos y blancos	
COORDENADAS	Latitud	00° 07' y 00° 52' Norte
	Longitud	77° 48' y 79° 12' Oeste
	Altitud	200 – 4.939 m.s.n.m
LÍMITES	Norte	El Carchi
	Sur	Pichincha
	Este	Sucumbíos
	Oeste	Esmeraldas

FUENTE: INEC, IGM, AGENDA21

Ibarra, es la Capital de Imbabura ciudad que se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre, cuya belleza escénica de lagunas de su entorno natural producen en el visitante la sensación de la presencia divina, diseñando y dibujando armoniosamente los espectaculares parajes de la Ciudad Blanca.

La ciudad de Ibarra está ubicada en la zona norte de Ecuador, a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es subtropical de tierras altas, su temperatura oscila entre 12° y los 32°, con una población de 153.256 habitantes aproximadamente según el censo del año 2010, Población Urbana 139.721, Población Rural 41.453 con una Altitud de 2.192 metros, Latitud: 00° 21' N y su Longitud: 078° 07' O.

Gráfico 13

Macro localización del proyecto

FUENTE: Investigación Directa

4.2.2. Micro Localización del Proyecto.

El proyecto a ejecutarse tiene la siguiente micro localización: La ciudad de San Miguel de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra en la parroquia: San Francisco; dirección: Barrio La Florida, entre las calles Los Tulipanes y Retamas.

Gráfico 14

Micro Localización del proyecto



Fuente: ILUSTRE MUNICIPIO DE IBARRA

1. Factores de la micro localización

- a) **Ubicación:** Se encuentra ubicada en el Barrio la Florida a 3 cuadras de La Panamericana.
- b) **Servicios Básicos:** El lugar cuenta con: Agua Potable, Energía Eléctrica, Alcantarillado, Teléfono, Internet, TV por cable.
- c) **Transporte:** Cuenta con todos los servicios de transporte público y privado.
- d) **Vías:** Las vías de acceso son de primer orden, con aceras y con un parqueadero.
- e) **Perímetro Comercial:** Está dentro de este perímetro, zona comercial, donde existen almacenes de vehículos y repuestos. Restaurantes como asaderos

Cuadro 26***Factores de la Micro Localización***

FACTORES IMPRESCINDIBLES	70%
Disponibilidad de Mano de obra	5%
Facilidad de vías de acceso	30%
Existencia de empresas tiendas, salones etc.	15%
Abastecimiento de servicios básicos (Luz, agua y teléfono Internet)	20%
FACTORES IMPORTANTES	30%
Seguridad policial	8%
Vías principales	15%
Disponibilidad de medios de comunicación	7%
TOTAL	100%

FUENTE: INEC, AGENDA21

4.3. Diseño de instalaciones

Las instalaciones físicas se dividirán en secciones donde se ubicarán la oficina de administración, producción, Punto de venta, baterías sanitarias y bodega en donde se almacenará la producción antes de su despacho hacia los puntos de despacho de mercados, tiendas y supermercados.

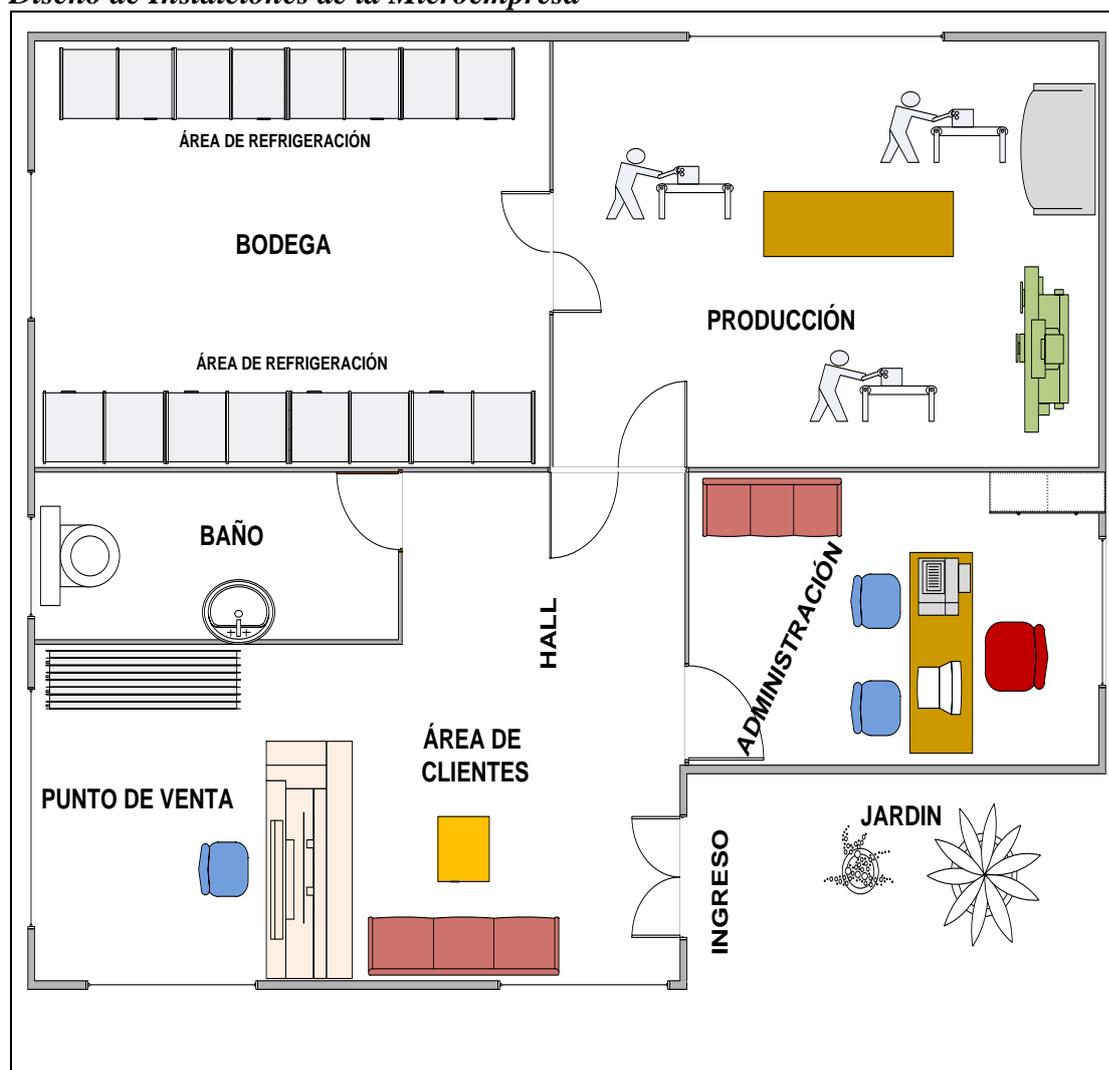
La distribución de las áreas se realizó conjuntamente con personal dedicado a diseñar este tipo de lugares, quienes fijaron todas las especificaciones tanto de cálculo, fabricación y montaje de acuerdo a las facilidades que se pretendan tener la microempresa; además se cumplirá con disposiciones legales con respecto a las ordenanzas establecidas para el efecto.

Cuadro 27***Distribución por áreas de las instalaciones***

Distribución	Área
Bodega Materia Prima Con Refrigeradora	18 m ²
Cuarto De Producción	18 m ²
Oficina Para Administración	12 m ²
Punto De Venta	12 m ²
Baño	6 m ²
Jardín	6 m ²
Total	72 m²

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Gráfico 15***Diseño de Instalaciones de la Microempresa***

Elaborado por: La Autora

4.4. Ingeniería del proyecto

4.4.1. Proceso productivo

1. Flujo grama del Proceso

La pequeña empresa tendrá los siguientes procesos de aplicación en el área productiva y comercial, siendo:

- a) Producción
- b) Comercialización

En el diagrama de flujo se detalla todos los pasos que se siguen en cada proceso mencionado anteriormente con la finalidad de determinar las distintas actividades a realizarse.

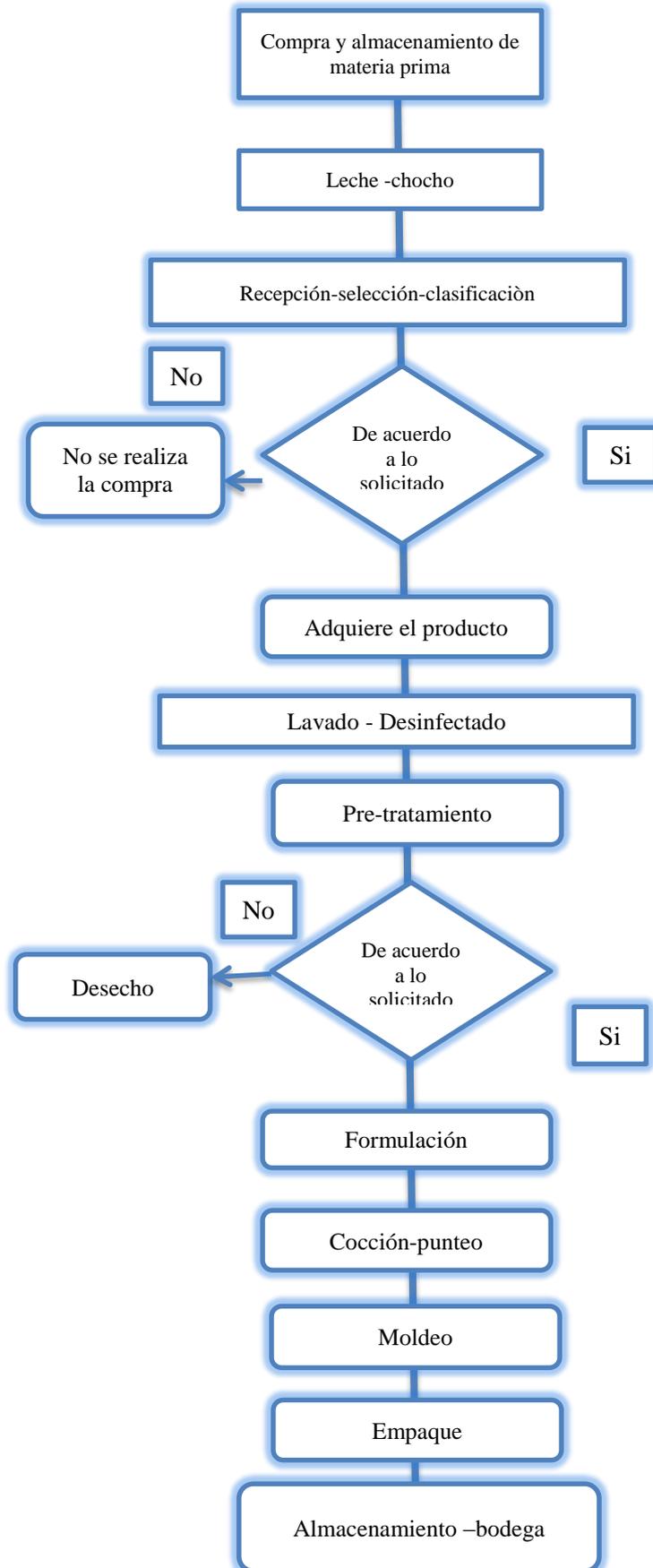
La simbología a utilizarse para representar las operaciones efectuadas en cada actividad es la siguiente:

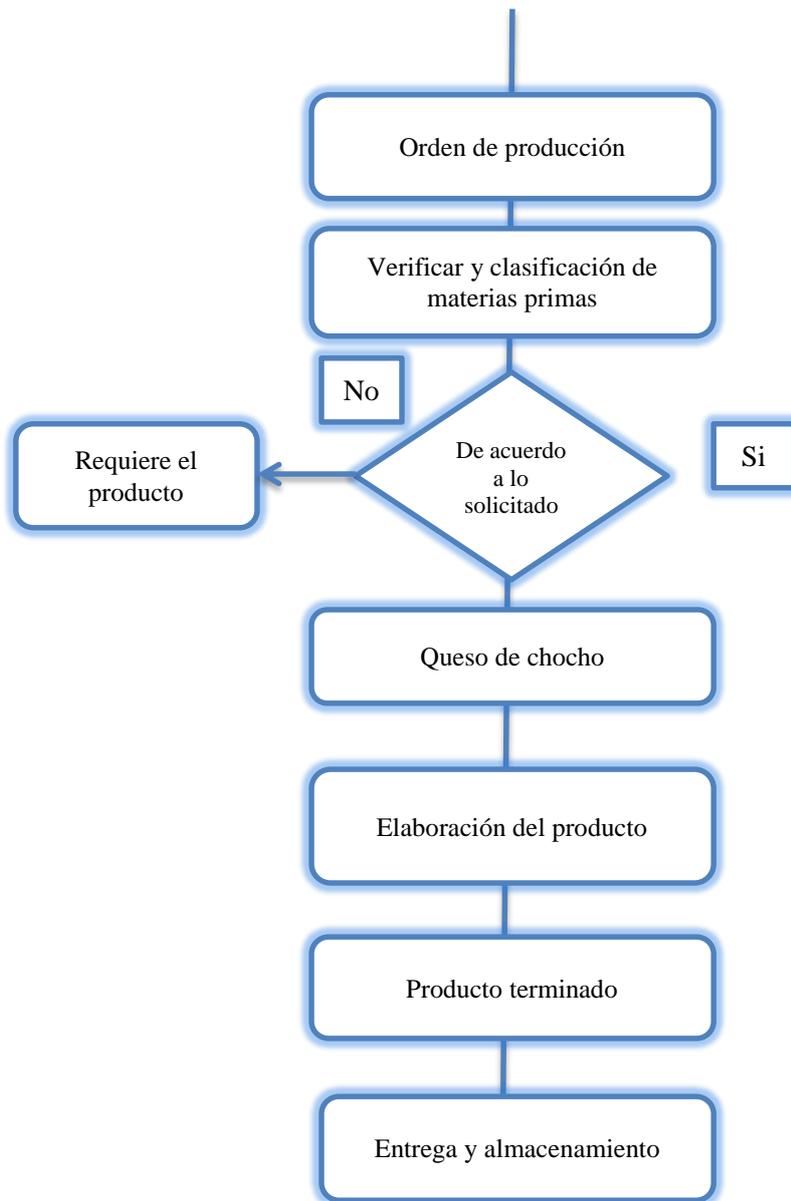
Actividad	
Decisión	
Documento	
Límites	

FUENTE: EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Gráfico 16

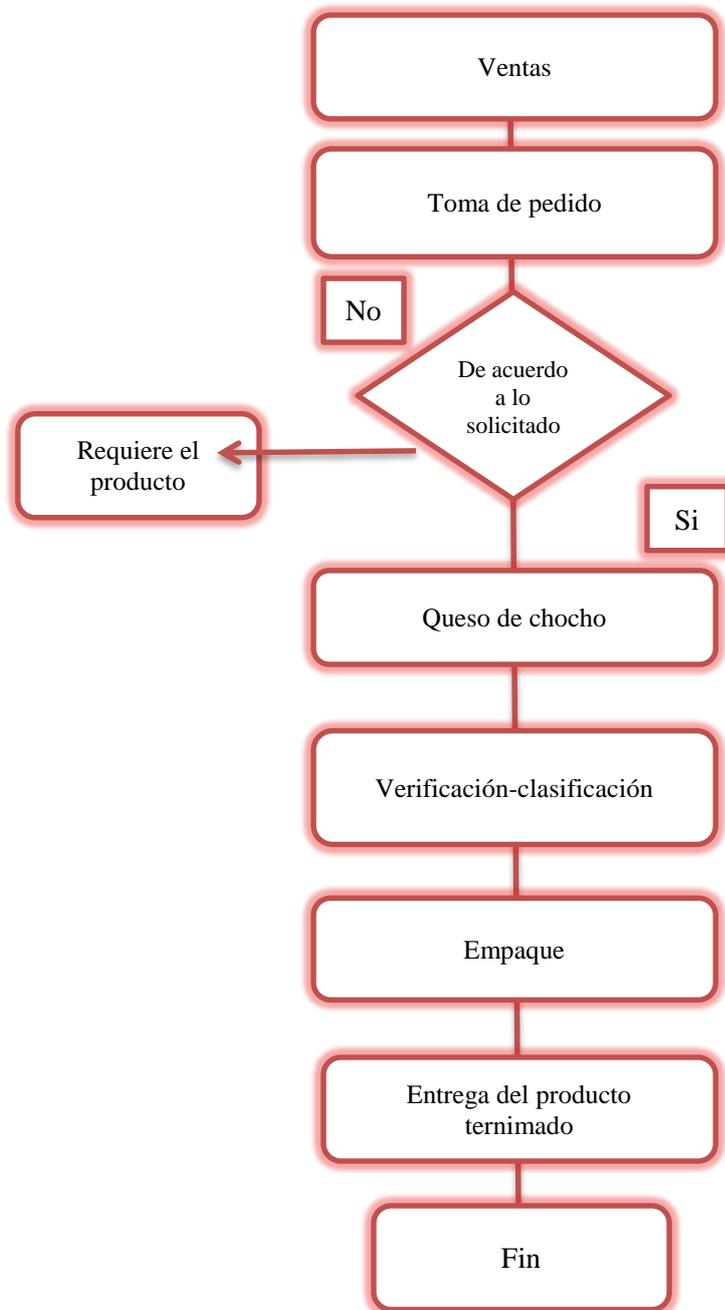
Flujograma de Procesos





Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

Gráfico 17

Flujograma de ventas

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

4.5. Coeficientes técnicos de producción

Para determinar los coeficientes técnicos de producción se analiza cuanto de materia prima e insumos se utiliza en la producción de 100 Kg de queso enriquecido con chocho, para posterior determinar los coeficientes técnicos de cada uno de los insumos para la fabricación de una unidad de queso de chocho de 500 grs., que es el producto que se pretende vender en el mercado local.

Cuadro 28

Coeficientes técnicos de producción

Producción de 100 kg de Queso			Precio (\$)
Insumos	Unidad	Cantidad	
Chochos	Kg	100,00	150,00
Leche de vaca	lt	334,00	150,30
Fermento Láctico	lt	8,00	40,00
Cloruro De Calcio	Kg	0,80	2,40
Cuajo	ml	10,00	20,00
Sal en grano	lb	7,20	1,44
Fundas	Unid.	200,00	4,00
Energía electrica	Kw/h	15,43	1,39
Agua Potable	m3	3,43	1,71
TOTAL			371,24

Fuente: Universidad Estatal de Bolívar

Elaborado por: La Autora

4.6. Determinación del presupuesto técnico

4.6.1. Inversión fija

A continuación se detalla los activos requeridos para la puesta en marcha del proyecto de queso de chocho en la Cuidad de Ibarra.

1. Área administración

Los activos fijos requeridos para el normal desenvolvimiento del Área Administrativa son los siguientes:

Cuadro 29**Costos de la Construcción**

Terreno			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD m2	P. UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	120	50,00	6.000,00
TOTAL			6.000,00

Fuente: Avaluos y Catastros GADI

Elaborado por: La Autora

Edificio			
DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN m2	P. UNITARIO	VALOR TOTAL
Edificio	100	300,00	30.000,00
TOTAL			30.000,00

Fuente: Cámara de la construcción Ibarra

Elaborado por: La Autora

✓ **Muebles y equipos de oficina**

El equipo de oficina que se empleara para el funcionamiento de la pequeña empresa se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 30**Bienes Muebles y Enseres**

Bienes Muebles y Enseres			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios Ejecutivos	3	220,00	660,00
Sillas Giratorias	3	30,00	90,00
Sillas Visitantes	4	20,00	80,00
Mesa de Reuniones	1	65,00	65,00
Archivadores aéreos	3	50,00	150,00
Mostradores	4	60,00	240,00
Vitrinas	2	110,00	220,00
Basureros	3	5,00	15,00
TOTAL			1.520,00

Fuente: VIALESA MODULAR

Elaborado por: La Autora

Cuadro 31***Equipos de oficina***

Equipos de oficina			
Descripción	Cantidad	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfonos	2	125,00	250,00
	2	25,00	50,00
Calculadoras			
Fax	1	150,00	150,00
TOTAL			450,00

Fuente: WORLD COMPUTERS

Elaborado por: La Autora

Cuadro 32***Equipos y Paquetes Informáticos***

Equipos y Paquetes Informáticos			
Descripción	Cantidad	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras marca Hacer	2	550,00	1.100,00
	1	700,00	700,00
Computadora Portatil HP			
	1	300,00	300,00
Paquete informático SITAC			
	1	110,00	110,00
Impresora Normal continua			
	1	250,00	250,00
Impresora Multifuncional			
TOTAL			2.460,00

Fuente: Megasystem

Elaborado por: La Autora

2. Área de Producción

El proceso de producción requiere de maquinaria y equipo, bienes muebles para la elaboración de los productos que son los siguientes:

Cuadro 33***Equipos de Producción***

Equipos de Producción			
CANTIDAD	Cantidad	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tina fondo p. 200 litros	1	1600	1.600,00
Mesa de desuerado acero inoxidable	1	350	350,00
Lira vertical de acero inoxidable	1	40	40,00
Lira horizontal de acero inoxidable	1	40	40,00
Balanza de 59 -Kilos	1	25	25,00
Termómetro con Canastilla	1	20	20,00
Moldes tipo canastilla plástica	45	2	90,00
Cucharón de aluminio	1	30	30,00
Paleta de madera	1	20	20,00
Kit de recipientes (bateas, baldes, jarra medidora)	1	50	50,00
Juego de vestuarios (uniformes, guantes, gorro plásticos y mascara	3	30	90,00
TOTAL			2.355,00

Fuente: Mercado libre.

Elaborado por: La Autora

Cuadro 34***Equipos de Producción***

Maquinaria de Producción			
CANTIDAD	Cantidad	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Refrigeradora	1	600	600,00
Molino eléctrico	1	300	300,00
TOTAL			900,00

Fuente: almacén Salas Sevilla

Elaborado por: La Autora

Cuadro 35***Vehículos***

Vehículos			
CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta	1	15.000,00	15.000,00
TOTAL		15.000,00	15.000,00

Fuente: Feria Libre de vehículos Mercado Mayorista

Elaborado por: La Autora

3. Reinversión

En el tercer año se deprecia totalmente el equipo informático por lo cual es necesario reinvertir en equipos de computación como se detalla a continuación:

Cuadro 36

Equipos y paquetes informáticos reinversión

EQUIPOS Y PAQUETES INFORMÁTICOS REINVERSIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras marca Acer	2	550,00	1.100,00
Computadora Portatil	1	700,00	700,00
Paquete informático SITAC	1	300,00	300,00
Impresora Normal continua	1	110,00	110,00
Impresora Multifuncional	1	250,00	250,00
TOTAL			2.460,00

Fuente: MEGASYSTEM

Elaborado por: La Autora

4.7. Capital de trabajo

4.7.1. Inversión variable

Entre los rubros que conforman este tipo de inversión, denominada también capital de trabajo, se encuentran:

a. Mano de obra directa

Comprende los cinco trabajadores encargados de realizar el proceso productivo de queso de chocho.

b. Materia Prima Directa

Comprende los rubros relacionados con materiales e insumos para la producción.

Dentro del rubro de materia prima se encuentra la leche y el chocho.

c. Costos Indirectos de Fabricación

Estos costos indirectos comprenden los insumos, materiales y servicios que se necesitan para transformar la materia prima en productos.

El capital de trabajo está calculado para dos meses y están considerados todos los costos y gastos incurridos en este tiempo.

Cuadro 37

Resumen de Capital de Trabajo

Resumen de Capital de Trabajo			
DESCRIPCIÓN	BI MENSUAL	SEMESTRAL	ANUAL
Proyección Costos de Producción	24.441,90	73.325,70	146.651,40
Proyección Gastos Administrativos	4.962,27	14.886,82	29.773,64
Proyección Gastos Ventas	979,02	2.937,07	5.874,13
Proyección Gastos Financieros	510,77	1.532,31	3.064,63
TOTAL	30.893,97	92.681,90	185.363,79

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.8. Inversión total del proyecto

La inversión total que se necesita para la producción y comercialización de queso de chocho es:

Cuadro 38

Resumen de inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES	
ACTIVOS	VALOR
Bienes para la Administración	
Terreno	6.000,00
Edificio	30.000,00
Bienes Muebles y Enseres	1.520,00
Equipos de oficina	450,00
Equipos y Paquetes Informáticos	2.460,00

Subtotal	40.430,00
Bienes para la Producción	
Equipos de Producción	2.355,00
Maquinaria de Producción	900,00
Vehículos	15.000,00
Subtotal	18.255,00
Total de Activos \$	58.685,00
Capital de Trabajo	30.893,97
TOTAL USD.....	89.578,97

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO DE INVERSIONES

		DESCRIPCIÓN	
1		Inversión Variable	30.893,97
2		Inversión Fija	58.685,00
		TOTAL	89.578,97

4.9. Determinación de la mano de obra

La nueva pequeña empresa requiere de mano de obra experimentada y adiestrada en el área de producción de queso chocho, para seguir con la producción. El personal necesario para realizar las distintas actividades es el siguiente:

Cuadro 39

Determinación de la Mano de Obra Necesaria

CANTIDAD	PERSONAL
	Área Administrativa
1	Gerente-Propietario
1	Contador
	Área de Producción
1	Supervisor
1	Chofer
3	Obreros de Producción
	Área de Ventas
1	Vendedor

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.7. Financiamiento

A continuación se presenta la estructura del financiamiento donde el 66,51% es aporte propio y el 33,49% es financiado con crédito.

Cuadro 40

Detalle del financiamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	59.578,96	66,51
Préstamo	30.000,00	33,49
TOTAL	89.578,97	100,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.8. Resumen del capítulo

Mediante el estudio técnico se pudo determinar la mejor ubicación de la planta de producción analizando los factores de micro localización, con estos datos se diseñó las instalaciones de la planta tomando en cuenta la capacidad de producción de la maquinaria, y posteriormente se establece el presupuesto de inversión y capital de trabajo necesario para el inicio de operaciones, información que sirve para determinar la inversión propia y las fuentes de financiamiento del proyecto.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El estudio Económico financiero es la sistematización contable, financiera y económica de las investigaciones efectuadas en los estudios de mercado y técnico, que facilitan la verificación de los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez para cumplir con sus obligaciones operacionales, y finalmente, la organización financiera.

Aquí se demuestra la rentabilidad o no del proyecto. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, costos y gastos que están en concordancia con los capítulos anteriores que son los estudios de mercado y técnico. Con estos análisis se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas o gastar menos.

5.1. Presupuesto de ingresos

5.1.1. Presupuesto de Ingresos por ventas

Para la determinación del ingreso por ventas, se estableció la capacidad operativa de producción misma que en el primer año de funcionamiento estará en operación en un 65% de su capacidad instalada, esto es con una producción anual de 70000 unidades; con respecto al precio de venta está en concordancia con el estudio de mercado, con los insumos requeridos y con su respectivo margen de utilidad para la microempresay validado en el estudio técnico, Para la proyección de la producción se considera el crecimiento de un 10 % anual hasta alcanzar su capacidad máxima, y con respecto al precio este se incrementará de acuerdo a la tasa inflacionaria proyectada por el Banco Central del Ecuador para el año 2015 de 3.9% anual.

Cuadro 41**Proyección de los ingresos por ventas**

RUBROS	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Producción					
Quesos (unidades)	70000	77000	84700	93170	102487
Precio Unitario	2,60	2,70	2,81	2,92	3,03
Sub total	182.000,00	208.007,80	237.732,11	271.704,03	310.530,54
Productos derivados					
Suero (Litros)	49.000,00	53.900,00	59.290,00	65.219,00	71.740,90
Precio Unitario	0,30	0,31	0,32	0,34	0,35
Sub total	14.700,00	16.800,63	19.201,44	21.945,33	25.081,31
Valor	196.700,00	224.808,43	256.933,55	293.649,36	335.611,85

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.2. Presupuesto de egresos**5.2.1. Materia Prima directa**

En el proceso de producción, es el elemento más importante, constituyendo para la pequeña empresa de producción se considerará el chocho y la leche como materias primas directas, para el primer año de funcionamiento se necesita 35000 Kg de chochos y 116900 litros de leche de acuerdo a los coeficientes técnicos establecidos para el proyecto.

Cuadro 42**Costo de la Materia Prima Directa**

RUBROS	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
CHOCHO					
Cantidad Kilos	35000	38500	42350	46585	51243,5
Precio Kg.	1,50	1,56	1,62	1,68	1,75
Total	52.500,00	60.002,25	68.576,57	78.376,16	89.576,12
LECHE					
Cantidad litros	116900	128590	141449	155594	171153
Precio Lt.	0,45	0,47	0,49	0,51	0,53
SUB TOTAL	52.605,00	60.272,70	69.058,05	79.123,96	90.657,06
VALOR TOTAL	105.105,00	120.274,95	137.634,63	157.500,12	180.233,18

Fuente: Investigación Directa

5.2.2. Materiales indirectos

Cuadro 43

Insumos

Rubros	Años				
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Fermento Láctico</i>	2800	3080	3388	3727	4099
(lt)					
Precio	5,00	5,20	5,40	5,61	5,83
Valor	14.000,00	16.000,60	18.287,09	20.900,31	23.886,96
<i>Cloruro de calcio</i>					
Cantidad (Kilos)	280,00	308,00	338,80	372,68	409,95
Precio	3,00	3,12	3,24	3,36	3,50
Valor	840,00	960,04	1.097,23	1.254,02	1.433,22
<i>Cuajo</i>					
Cantidad (ml)	3500,00	3850,00	4235,00	4658,50	5124,35
Precio	2,00	2,08	2,16	2,24	2,33
Valor	7.000,00	8.000,30	9.143,54	10.450,16	11.943,48
<i>Sal en grano</i>					
Cantidad libras	2520	2772	3049,2	3354,12	3689,532
Precio	0,20	0,21	0,22	0,22	0,23
Valor	504,00	576,02	658,34	752,41	859,93
<i>Fundas</i>					
Cantidad	70000	77000	84700	93170	102487
Precio	0,020	0,021	0,022	0,022	0,023
Valor	1.400,00	1.600,06	1.828,71	2.090,03	2.388,70
TOTAL	23.744,00	27.137,02	31.014,90	35.446,93	40.512,29

Fuente: MERCADO LIBRE

Elaborado por: La Autora

5.2.3. Mano de obra directa.

La pequeña empresa de producción y comercialización de queso de chocho requiere de tres obreros que tengan experiencia en labores similares, los cuales van a recibir una remuneración mensual, que comprende: Salario Mensual y los componentes salariales como:.,

Aporte Patronal, Fondo de reserva, Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo, Vacaciones. Este tipo de trabajador comprende aquellos que producen el queso de chocho:

Las remuneraciones tendrán un aumento del 8.57 % por cada año, de acuerdo al promedio histórico de las remuneraciones

Cuadro 44

Crecimiento histórico de los sueldos

AÑO	Valor	Porcentaje
2008	200	$A = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$
2009	218	0,09
2100	240	0,10
2011	264	0,10
2012	292	0,11
2013	318	0,09
2014	340	0,07
2015	354	0,04
SUBTOTAL		0,60
TOTAL		$\sum i = 0,0857$

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

Cuadro 45

Costo de la Mano de Obra Directa

PERSONAL	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Obrero 1	354,00	384,34	417,28	453,04	491,86
Obrero 2	354,00	384,34	417,28	453,04	491,86
Obrero 3	354,00	384,34	417,28	453,04	491,86
MENSUAL	1.062,00	1.153,01	1.251,83	1.359,11	1.475,58
ANUAL	12.744,00	13.836,16	15.021,92	16.309,30	17.707,01
MANO DE OBRA ANUAL					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Salario Básico Unificado	12.744,00	13.836,16	15.021,92	16.309,30	17.707,01
Aporte Patronal	1.548,40	1.681,09	1.825,16	1.981,58	2.151,40
Fondos de Reserva	-	1.152,55	1.251,33	1.358,56	1.474,99
Décimo Tercero	1.062,00	1.153,01	1.251,83	1.359,11	1.475,58
Décimo Cuarto	1.062,00	1.152,27	1.250,21	1.356,48	1.471,78
TOTAL	16.416,40	18.975,09	20.600,45	22.365,03	24.280,77

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.2.4. Costos indirectos de fabricación.-

Para la producción de queso de chocho se consideran como costos indirectos los servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable, internet, servicio telefónico. Además Para determinar los costos indirectos de fabricación en los años futuros, se consideró una tasa de crecimiento del redondeado en el 3.9 %, de acuerdo a la inflación proyectada para el año 2015 por el Banco Central del Ecuador.

Cuadro 46

Servicios Básicos

RUBROS	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Agua Potable					
Cantidad (m3)	100	110	121	133,1	146,41
Precio (m3)	0,50	0,52	0,54	0,56	0,58
Valor mensual	50,00	57,15	65,31	74,64	85,31
ANUAL	600,00	685,74	783,73	895,73	1.023,73
Energia Electrica					
Cantidad (KW)	450	495,00	544,50	598,95	658,85
Precio (KW)	0,09	0,09	0,10	0,10	0,10
Valor mensual	40,50	46,29	52,90	60,46	69,10
ANUAL	486,00	555,45	634,82	725,54	829,22
Teléfono					
Cantidad (minutos)	250	275	302,5	332,75	366,03
Precio minuto	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06
Valor mensual	12,50	14,29	16,33	18,66	21,33
ANUAL	150,00	171,44	195,93	223,93	255,93
Internet					
Valor (plan) mensual	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50
ANUAL	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
TOTAL	1.386,00	1.562,62	1.764,49	1.995,20	2.258,88

Fuente: Emelnorte, Emapa I, CNT

Elaborado por: La Autora

Cuadro 47**Resumen de Costos de Producción**

DESCRIPCIÓN	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Materia Prima Directa	105.105,00	120.274,95	137.634,63	157.500,12	180.233,18
Mano de Obra Directa	16.416,40	18.975,09	20.600,45	22.365,03	24.280,77
Costos Indirectos Fabricación	25.130,00	28.699,64	32.779,39	37.442,13	42.771,17
TOTAL	146.651,40	167.949,69	191.014,46	217.307,28	247.285,12

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.2.5. Costos de distribución**a. Gastos Administrativos**

Dentro de los gastos administrativos se encuentran las remuneraciones del personal administrativo, los mismos que tendrán una tasa de crecimiento del 8,57% de acuerdo al promedio histórico de las remuneraciones.

Cuadro 48**Remuneraciones del Personal Administrativo**

SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Gerente	500,00	542,85	589,37	639,88	694,72
Contador (medio Tiempo)	250,00	271,43	294,69	319,94	347,36
Secretaria	354,00	384,34	417,28	453,04	491,86
Supervisor	360,00	390,85	424,35	460,71	500,20
Chofer	360,00	390,85	424,35	460,71	500,20
MENSUAL	1.824,00	1.980,32	2.150,03	2.334,29	2.534,34
ANUAL	21.888,00	23.763,80	25.800,36	28.011,45	30.412,03
SUELDO ANUAL					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Salario Básico Unificado	21.888,00	23.763,80	25.800,36	28.011,45	30.412,03
Aporte Patronal	2.659,39	2.887,30	3.134,74	3.403,39	3.695,06
Fondos de Reserva	-	1.979,52	2.149,17	2.333,35	2.533,32
Décimo Tercero	1.824,00	1.980,32	2.150,03	2.334,29	2.534,34
Décimo Cuarto	708,00	768,18	833,48	904,32	981,19
TOTAL	27.079,39	31.379,12	34.067,78	36.986,80	40.155,94

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales 2015

Cuadro 49***Servicios Básicos Administración***

RUBROS	Años				
	2015	2016	2017	2018	2019
Agua Potable					
Cantidad (m3)	36	39,6	43,56	47,916	52,7076
Precio	0,50	0,52	0,54	0,56	0,58
Valor mensual	18,00	20,57	23,51	26,87	30,71
ANUAL	216,00	246,87	282,14	322,46	368,54
Energía Eléctrica					
Cantidad (KW)	300	330,00	363,00	399,30	439,23
Precio	0,09	0,09	0,10	0,10	0,10
Valor mensual	27,00	30,86	35,27	40,31	46,07
ANUAL	324,00	370,30	423,22	483,69	552,81
Teléfono					
Cantidad (minutos)	250	275	302,5	332,75	366,03
Precio	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06
Valor mensual	12,50	14,32	16,41	18,80	21,54
ANUAL	150,00	171,86	196,91	225,62	258,50
Internet					
Valor (plan) mensual	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50
ANUAL	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
TOTAL	840,00	939,03	1.052,27	1.181,77	1.329,86

Fuente: Emelnorte, EmapaI, CNT

Elaborado por: La Autora

Cuadro 50**Materiales de Oficina**

RUBROS	Años				
	2015	2016	2017	2018	2019
Carpetas archivadoras					
Cantidad	6	6	6	6	6
Precio	1,50	1,56	1,62	1,68	1,75
Valor	9,00	9,35	9,72	10,09	10,49
Bolígrafos					
Cantidad	7	7	7	7	7
Precio	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
Valor	1,75	1,82	1,89	1,96	2,04
Papel Bond					
Cantidad (resmas)	4	4	4	4	4
Precio	3,50	3,64	3,78	3,93	4,08
Valor	14,00	14,55	15,11	15,70	16,32
Grapadora					
Cantidad	3	3	3	3	3
Precio	1,25	1,30	1,35	1,40	1,46
Valor	3,75	3,90	4,05	4,21	4,37
Perforadora					
Cantidad	3	3	3	3	3
Precio	1,25	1,30	1,35	1,40	1,46
Valor	3,75	3,90	4,05	4,21	4,37
Agendas					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	5,00	5,20	5,40	5,61	5,83
Valor	10,00	10,39	10,80	11,22	11,65
Papel Fax					
Cantidad (hojas)	25	25	25	25	25
Precio	0,15	0,16	0,16	0,17	0,17
Valor	3,75	3,90	4,05	4,21	4,37
Otros					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	35,00	36,37	37,78	39,26	40,79
Valor	35,00	36,37	37,78	39,26	40,79
TOTAL	81,00	84,16	87,44	90,85	94,39

Fuente: Mercado libre.

Elaborado por: La Autora

Cuadro 51***Combustibles y lubricantes***

RUBROS	Años				
	2015	2016	2017	2018	2019
Combustible					
Cantidad	45,00	49,50	54,45	59,90	65,88
Precio	1,48	1,54	1,61	1,67	1,74
Total	66,60	76,30	87,42	100,17	114,77
Lubricantes					
Cantidad	7,50	7,58	7,65	7,73	7,80
Precio	23,50	24,48	25,50	26,56	27,66
Total	176,25	185,42	195,06	205,21	215,88
Filtro					
Cantidad	6,00	6,60	7,26	7,99	8,78
Precio	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Total	18,00	20,62	23,63	27,07	31,02
Neumáticos					
Cantidad	4,00	4,40	4,84	5,32	5,86
Precio	145,00	151,03	157,31	163,86	170,68
Total	580,00	664,54	761,40	872,39	999,55
TOTAL	840,85	946,88	1.067,52	1.204,84	1.361,22

Fuente: Lubricantes don nabor

Elaborado por: La Autora

Cuadro 52***Materiales de aseo***

DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
1 Escobas					
Cantidad	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Valor Unitario	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Valor anual	36,00	37,50	39,06	40,68	42,37
2 Trapeador					
Cantidad	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Valor Unitario	4,00	4,17	4,34	4,52	4,71
Valor anual	48,00	50,00	52,08	54,24	56,50
3 Desinfectante					
Cantidad	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Valor Unitario	4,00	4,17	4,34	4,52	4,71
Valor anual	4,00	4,17	4,34	4,52	4,71
4 Recogedor					
Cantidad	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Valor Unitario	5,00	5,21	5,42	5,65	5,89
Valor anual	5,00	5,21	5,42	5,65	5,89
5 Vileda					
Cantidad	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Valor Unitario	1,20	1,25	1,30	1,36	1,41
Valor anual	14,40	15,00	15,62	16,27	16,95
TOTAL	107,40	111,87	116,52	121,37	126,42

Fuente: mercado libre

Cuadro 53***Gastos de Constitución***

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Estudios y Diseños	525,00
Trámites de Constitución	300,00
TOTAL	825,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 54**Proyección de Gastos Administrativos****Proyección de Gastos Administrativos**

DESCRIPCIÓN	año 2015	año 2016	año 2017	año 2018	año 2019
Servicios Básicos	840,00	939,03	1.052,27	1.181,77	1.329,86
Materiales de aseo	107,40	111,87	116,52	121,37	126,42
Combustibles y Lubricantes	840,85	946,88	1.067,52	1.204,84	1.361,22
Materiales de oficina	81,00	84,16	87,44	90,85	94,39
Gastos Constitución	825,00				
Sueldos Administrativos	27.079,39	31.379,12	34.067,78	36.986,80	40.155,94
TOTAL	29.773,64	33.461,07	36.391,54	39.585,63	43.067,83

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

b.- Gastos de ventas

Los gastos de ventas están relacionados con los egresos por publicidad y propaganda, además se cuenta con un vendedor que percibe una remuneración mensual con todos los beneficios de Ley.

Cuadro 55**Gasto personal de ventas**

SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
VENDEDOR 1	354,00	384,34	417,28	453,04	491,86
Mensual	354,00	384,34	417,28	453,04	491,86
Anual	4.248,00	4.612,05	5.007,31	5.436,43	5.902,34
SUELDO ANUAL					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Sueldo Básico Unf.	4.248,00	4.612,05	5.007,31	5.436,43	5.902,34
Aporte Patronal	516,13	560,36	608,39	660,53	717,13
Fondos de Reserva	-	384,18	417,11	452,85	491,66
Décimo Tercero	354,00	384,34	417,28	453,04	491,86
Décimo Cuarto	354,00	384,09	416,74	452,16	490,59
TOTAL	5.472,13	6.325,03	6.866,82	7.455,01	8.093,59

Fuente: Investigación Directa

Cuadro 56**Gasto de Publicidad**

RUBROS	Años				
	2015	2016	2017	2018	2019
DIARIO EL NORTE					
Publicación Mensual (1)	12	12	12	12	12
Precio	33,50	34,89	36,35	37,86	39,43
TOTAL	402,00	418,72	436,14	454,29	473,18

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 57**Proyección de los gastos de ventas**

DESCRIPCIÓN	año 2015	año 2016	año 2017	año 2018	año 2019
Gastos de Publicidad	402,00	418,72	436,14	454,29	473,18
Sueldos Ventas	5.472,13	6.325,03	6.866,82	7.455,01	8.093,59
TOTAL	5.874,13	6.743,75	7.302,96	7.909,30	8.566,77

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.3. Depreciaciones

Las depreciaciones están calculadas en concordancia a la última Ley de Régimen Tributario interno de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro 58**Porcentajes de depreciación**

CONCEPTO	%
Construcciones	5%
Maquinaria y equipo	10%
Muebles de Oficina	10%
Vehículos	20%
Equipo de computación	33,33%

Fuente : LRTI

Elaborado por: La Autora

Con los porcentajes establecidos se procede a calcular el valor de las depreciaciones de la propiedad planta y equipo de la planta de producción y del área administrativa

Cuadro 59**Resumen depreciaciones propiedad, planta y equipo**

N °	DESCRIPCIÓN	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	DEPRE. ACUMU.	SALDO LIBROS
Administrativos								
1	Terreno							6.000,00
2	Edificio	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	7.500,00	22.500,00
3	Bienes Muebles y Enseres	152,00	152,00	152,00	152,00	152,00	760,00	760,00
4	Equipos de Oficina	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	225,00	225,00
4	Equipos y Paquetes Informáticos	820,00	820,00	820,00			2.460,00	-
5	Equipos y Paquetes Informáticos (reversión)				820,00	820,00	1.640,00	820,00
	SUBTOTAL	2.517,00	2.517,00	2.517,00	2.517,00	2.517,00	12.585,00	30.305,00
Producción								
1	Equipos de Producción	235,50	235,50	235,50	235,50	235,50	1.177,50	1.177,50
2	Maquinaria de Producción	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	450,00	450,00
3	Vehículos	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	15.000,00	-
	Subtotal	3.325,50	3.325,50	3.325,50	3.325,50	3.325,50	16.627,50	1.627,50
	TOTAL USD.....	5.842,50	5.842,50	5.842,50	5.842,50	5.842,50	29.212,50	31.932,50

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4. Gastos financieros

La inversión total para poner en marcha el proyecto corresponde a 89.380,63 USD, de los cuales se financiarán 30.000 USD mediante un préstamo bancario hipotecario del Banco Nacional de Fomento a cinco años plazo a un interés anual del 11 %. de la inversión total se financiará el 33,56% y el restante que corresponde a 59.380,63 USD será capital propio luego de hacer un estudio de validación de los proyectos, permite el financiamiento tanto para activos fijos como para capital de trabajo.. A continuación se indica los requisitos generales que exige el BNF (2015) para créditos:

- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- Carta de pago de los impuestos.
- Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.

- e) Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- f) Proformas de la maquinaria a adquirir.
- g) Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

Los gastos financieros que se prevé se encuentran relacionados con los intereses bancarios, por el crédito otorgado. Para el cálculo de la cuota constante de amortización mensual del préstamo a realizarse en la BNF, se procedió mediante la siguiente fórmula:

$$V_c = \frac{(M_p)(i)(1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

Simbología y datos:

Valor cuota: $V_c = ?$

Monto del préstamo: $M_p = 30.000 \text{ USD}$

Tasa interés mensual: $i = 0,00916999$

Períodos: $n = 60 \text{ meses (5 años)}$

$$V_c = \frac{(30\ 000)(0,00916666)(1 + 0,00916666)^{60}}{[(1 + 0,00916666)^{60} - 1]}$$

$$V_c = 652,27 \text{ USD}$$

En la fórmula de cálculo para sacar el valor de cuota mensual, la tasa de interés mensual, se obtiene a partir del interés anual del 11 %, el cual, se lo divide para 12 meses dando el valor de 0,9166 % mensual, es decir una tasa de interés mensual de 0,00916666. Los 60 meses corresponden a los cinco años de duración del proyecto.

La tabla de amortización mensual está en concordancia al pago de intereses, conforme se irá pagando el capital, razón por la cual los primeros meses, se pagará el interés alto.

Cuadro 60**Tabla de Amortización**

Nº	VALOR PRESENTE	INTERES	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	7.827,24	3.064,63	4.762,61	25.237,39
2	7.827,24	2.513,51	5.313,73	19.923,66
3	7.827,24	1.898,61	5.928,63	13.995,03
4	7.827,24	1.212,55	6.614,69	7.380,34
5	7.827,24	447,11	7.380,34	-
TOTALES	39.136,20	9.136,41	30.000,00	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.5. Estados financieros proyectados

Los estados financieros proyectados son el resultado de todos los presupuestos tanto de inversión; de ventas, de costos y de gastos, como sus ganancias proyectadas.

5.5.1. Estado de situación inicial

Para el balance general se consideró las cuentas de activos, así como las de pasivos y patrimonio que constituirán la empresa.

Cuadro 61**Estado de situación Financiera**

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE OPERACIONAL	30.893,97		
Activos disponibles	30.893,97	Pasivo a Largo Plazo	30.000,00
Efectivo y equivalentes de efectivo	30.893,97		
ACTIVO FIJO	58.685,00	TOTAL PASIVO	30.000,00
Terreno	6.000,00		
Edificio	30.000,00		
Bienes Muebles y Enseres	1.520,00		
Equipo de oficina	450,00	PATRIMONIO	59.578,96
Equipos Informáticos	2.460,00	Capital Propio	59.578,96
Producción			
Equipos de Producción	2.355,00		
Maquinaria de Producción	900,00	TOTAL PATRIMONIO	
Vehículos	15.000,00		
TOTAL ACTIVO	89.578,97	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	89.578,97

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.6. Estado de resultados con financiamiento

Para los cálculos del estado de resultados o también denominado pérdidas y ganancias se determina todos los ingresos y egresos estimados del proyecto, cuya diferencia nos da como resultado la Utilidad del Ejercicio económico. Como proyecto cumplirá con las disposiciones tributarias se procederá con el pago del 15% de la participación de los trabajadores y con respecto al impuesto a la renta se calcula de acuerdo a la tabla establecida por el Servicio de Rentas Internas SRI para personas naturales y sucesiones indivisas.

Cuadro 62

Estado de Resultados Proyectado

DESCRIPCIÓN	Años				
	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas Proyectadas	196.700,00	224.808,43	256.933,55	293.649,36	335.611,85
Ventas Netas	196.700,00	224.808,43	256.933,55	293.649,36	335.611,85
(-) Costos de Producción	149.976,90	171.275,19	194.339,96	220.632,78	250.610,62
Utilidad (Pérdida) Ventas	46.723,10	53.533,24	62.593,59	73.016,58	85.001,24
Gastos Administración	32.290,64	35.978,07	38.908,54	42.102,63	45.584,83
Servicios Básicos	840,00	939,03	1.052,27	1.181,77	1.329,86
Materiales de aseo	107,40	111,87	116,52	121,37	126,42
Combustibles y Lubricantes	840,85	946,88	1.067,52	1.204,84	1.361,22
Materiales de oficina	81,00	84,16	87,44	90,85	94,39
Gastos Constitución	825,00				
Sueldos Administrativos	27.079,39	31.379,12	34.067,78	36.986,80	40.155,94
Gastos depreciación	2.517,00	2.517,00	2.517,00	2.517,00	2.517,00
Gastos Ventas	5.874,13	6.743,75	7.302,96	7.909,30	8.566,77
Gastos Personal	5.472,13	6.325,03	6.866,82	7.455,01	8.093,59
Gastos Publicidad	402,00	418,72	436,14	454,29	473,18
Utilidad (Pérdida) Operacional	8.558,33	10.811,42	16.382,10	23.004,65	30.849,64
GASTOS FINANCIEROS	3.064,63	2.513,51	1.898,61	1.212,55	447,11
Intereses Pagados	3.064,63	2.513,51	1.898,61	1.212,55	447,11
Utilidad O Pérdida Ejercicio	5.493,71	8.297,92	14.483,49	21.792,10	30.402,53
Participación trabajadores 15 %	824,06	1.244,69	2.172,52	3.268,82	4.560,38
Utilidades Antes De Impuestos	4.669,65	7.053,23	12.310,97	18.523,29	25.842,15
Impuesto a la Renta	0,00	0,00	75,55	650,59	1.683,82
Utilidad O Pérdida Neta	4.669,65	7.053,23	12.235,42	17.872,69	24.158,33

Fuente: Investigación Directa

5.7. Estado de flujo de caja proyectado

Para determinar el flujo de caja con que contaremos en cada período se concilian las entradas y salidas efectivas de dinero, es por eso que a la utilidad operativa del período se suman las depreciaciones y amortizaciones en vista que estas no son erogaciones de efectivo; además en el último periodo se suman los valores que se pueden rescatar por venta de los activos fijos, los mismos que se toma el valor en libros contable.

El flujo de Caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto; debido a que, con los resultados se procederá a efectuar la evaluación financiera del proyecto y poder establecer la factibilidad del mismo.

Cuadro 63

Flujo de caja financiero

DESCRIPCIÓN	Años					
	0	2015	2016	2017	2018	2019
INVERSION	89.578,97					
Utilidad del Ejercicio		5.493,71	8.297,92	14.483,49	21.792,10	30.402,53
(+) Depreciaciones		5.842,50	5.842,50	5.842,50	5.842,50	5.842,50
(-) Participación de los trabajadores		824,06	1.244,69	2.172,52	3.268,82	4.560,38
(-) Impuestos a la Renta		0,00	0,00	75,55	650,59	1.683,82
(-) Reinversión				2.460,00		
(+) Recuperación venta activos						31.932,50
(+) Capital de Trabajo						30.893,97
FLUJO NETO	89.578,97	10.512,15	12.895,73	15.617,92	23.715,19	92.827,29

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.8. Evaluación financiera

5.8.1. Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

La tasa de rendimiento medio sirve para calcular el costo beneficio tanto de ingresos como para los egresos, los flujos de caja y la recuperación de la inversión. Constituye una referencia de cálculo para medir la factibilidad del proyecto.

La tasa de rendimiento medio tiene dos componentes:

- a) Costo de capital (del inversionista y del crédito).
- b) Nivel de riesgo (expresado en una tasa de inflación).

Para la determinación del costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, aplicándose una tasa del 7 %, del capital propio.

Para el capital prestado se aplicó el 11 %, que es el porcentaje del préstamo que la pequeña empresa solicitará al Banco Nacional de Fomento por 30.000,00 USD, para fomentar la pequeña empresa. Luego se estableció un ajuste de costo de capital, por efectos del riesgo, determinando la tasa de inflación del 3,90%, obteniéndose los resultados que se muestran a continuación:

Cálculo para el costo de la tasa de rendimiento medio

Cuadro 64

Cálculo del Costo de Oportunidad

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO
INV. PROPIA	59.578,96	66,51	7,00	465,57
INV. FINANCIERA	30.000,00	33,49	11,00	368,39
TOTAL	89.578,97	100,00%		833,96
			COSTO DE OPORTUNIDAD	8,34%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Siendo la inflación anual proyectada del 3,90 % para el año 2015 por el BCE, se estableció la tasa de descuento de la siguiente manera:

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

Simbología y datos:

Costo de oportunidad:	CK=	0,0834
Tasa de inflación:	IF=	0,0390
Tasa de rendimiento medio:	TRM=	?

$$TRM = (1+0,0390) (1+0,0834) - 1$$

$$TRM = 12,57\%$$

Por lo tanto 12,57% constituirá la tasa de redescuento para ser aplicada en los indicadores económicos.

5.8.2. Valor actual Neto (VAN)

El VAN de un proyecto de inversión se define como “la suma actualizada de los flujos de caja que esperamos genere a lo largo de su vida”. Es decir, es igual a “la diferencia entre el valor actual de sus cobros y el valor actual de sus pagos”. Se trata, por tanto, de una medida de la rentabilidad absoluta de una inversión.

FNC Flujo de Caja

i.- Tasa de redescuento

n.- Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto de inversión.

VAN, positivo significa que existe rentabilidad.

VAN, Negativo inversión no rentable o no atractiva.

$$VAN = -A + \frac{FNC_1}{(1+i)^1} + \frac{FNC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+i)^n}$$

Cuadro 65**Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)**

Años	Flujos Netos	Factor actualización $1/(1+r)^{(n)}$	Flujo Neto Actualizado
0	-89578,97		-89578,97
1	10.512,15	0,888374	9.338,72
2	12.895,73	0,789208	10.177,41
3	15.617,92	0,701111	10.949,90
4	23.715,19	0,622849	14.770,97
5	92.827,29	0,553322	51.363,40
Total	155.568,28		96.600,40
	VAN		7.021,43

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Interpretación: Siendo la suma de los flujos de efectivo descontados de \$96.600,40 superior a la inversión inicial de \$89.578,97; la pequeña empresa logrará cubrir la inversión inicial y generará una utilidad en torno al movimiento del proyecto en los 5 años que será de 7.021,43

5.8.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos iniciales.

La tasa interna de retorno deberá ser mayor que la tasa de descuento para que la inversión sea aceptada.

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación, estableciendo para ello la aplicación de dos tasas arbitrarias, siendo:

Tasa superior: 15,00%

Tasa Inferior: 12,57%

Las tasas anteriores permitieron obtener dos VAN uno positivo y otro negativo, siendo:

Cuadro 66**Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)**

AÑOS	FLUJOS NETOS.	TASA DE REDESCUENTO	
		VAN POSITIVO 12,57%	VAN NEGATIVO 15,00%
-	-89.578,97	-89.578,97	-89.578,97
1	10.512,15	9.338,32	9.141,00
2	12.895,73	10.176,55	9.751,02
3	15.617,92	10.948,52	10.269,04
4	23.715,19	14.768,49	13.559,24
5	92.827,29	51.352,59	46.151,57
VAN		7.005,50	(707,10)

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Con estos datos y aplicando La fórmula con la que se calcula la TIR es:

$$\text{TIR} = \text{TM} - \frac{(\text{TM} - \text{Tm}) \text{VAN TM}}{\text{VAN TM} - \text{VAN Tm}}$$

En donde:

TM = Tasa Mayor

Tm = Tasa menor

VAN = Valor actual neto

$$\text{TIR} = 15,00\% - \frac{(15,00\% - 12,57\%) * (-707,10)}{(-707,10) - 7.005,50}$$

TIR = 14,78 %

Este resultado nos permite determinar que el proyecto es factible, ya que es superior a la tasa de rendimiento medio, y permite igualar a la sumatoria actualizada, de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

5.8.4. Periodo de Recuperación de la Inversión

Es el tiempo necesario para que la suma de los flujos de caja actualizados del proyecto iguale al desembolso inicial, es decir, el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial. De acuerdo con este criterio, un proyecto de inversión será efectuable siempre que su plazo de recuperación sea inferior o igual al plazo que establezca la dirección de la empresa.

Cuadro 67

Periodo de Recuperación

AÑOS	FLUJOS NETOS.	FNA	FNA ACUMULADOS
1	10.512,15	9.338,72	9.338,72
2	12.895,73	10.177,41	19.516,12
3	15.617,92	10.949,90	30.466,02
4	23.715,19	14.770,97	45.237,00
5	92.827,29	51.363,40	44.341,97
	155.568,28	96.600,40	

Fuente: Investigación Directa

El tiempo exacto para lograr recuperar la inversión del proyecto es la siguiente:

- ✓ Flujos de fondos de los cuatro primeros años \$45.237,00
- ✓ Flujo de fondo quinto año para cubrir inversión \$44.341,97

Dividimos el flujo necesario para cubrir la inversión para el flujo total del quinto año $44.341,97/51.363,40= 0.86$; que es la fracción del año necesario en el quinto período.

Por lo tanto el tiempo necesario para recuperar la inversión es igual a la sumatoria de todos los periodos, dando como resultado:

PR = 4,86 años

PR = 4 años, 10 meses.

5.8.5. Costo beneficio

La evaluación de la razón consiste en sumar todos los flujos originarios de la inversión descontados con la TRM y luego el total se divide para la los egresos, con lo cual se obtiene, en promedio, el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión.

Para realizar la relación entre costo beneficio se utilizará la siguiente fórmula:

$$B/c = \frac{\text{INGRESOS TOTALES ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS TOTALES ACTUALIZADOS}}$$

Cuadro 68

Ingresos y Egresos Actualizados

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	196.700,00	192.030,35	174.743,08	170.594,68
2	224.808,43	217.755,20	177.420,51	171.854,05
3	256.933,55	244.698,13	180.138,98	171.560,59
4	293.649,36	275.776,67	182.899,09	171.767,11
5	335.611,85	311.453,53	185.701,49	172.334,15
TOTAL	1.307.703,20	1.241.713,88	900.903,15	858.110,59

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Con estos datos aplicamos en la fórmula:

$$\text{Beneficio/costo} = \frac{\text{VAN Ingresos}}{\text{VAN Egresos}}$$

$$\text{Beneficio/costo} = \frac{900.903,15}{858.110,59}$$

$$\text{Beneficio / costo} = 1,05$$

Este indicador refleja que el ingreso actualizado es superior en 1,05 veces a los costos actualizados, lo que indica que por cada dólar invertido se generará \$ 0,05 de utilidad respecto de los gastos incurridos en el proyecto.

5.9. Punto de equilibrio

Se refiere a la cantidad o el monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso la utilidad es cero.

Es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IV}}$$

$$PEq = \frac{CF}{PV - CVU}$$

Simbología y datos:

Costos fijos: CF=

Costos variables: CV=

Ingresos por ventas: IV=

Punto de equilibrio: PEq=

Precio de venta: PV

Costo variable unitario CVU

Cuadro 69**Costos Fijos y Costos Variables**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
INGRESOS					
VENTAS	196.700,00	224.808,43	256.933,55	293.649,36	335.611,85
COSTOS FIJOS					
Sueldos Personal administrativo	27.079,39	31.379,12	34.067,78	36.986,80	40.155,94
Gastos Personal Ventas	5.472,13	6.325,03	6.866,82	7.455,01	8.093,59
Mano De Obra Directa	16.416,40	18.975,09	20.600,45	22.365,03	24.280,77
Gastos de ventas	402,00	418,72	436,14	454,29	473,18
Gastos Administrativos	2.694,25	2.081,94	2.323,76	2.598,83	2.911,89
Gastos financieros	3.064,63	2.513,51	1.898,61	1.212,55	447,11
Depreciación	5.842,50	5.842,50	5.842,50	5.842,50	5.842,50
TOTAL COSTO FIJO	60.971,29	67.535,92	72.036,05	76.915,01	82.204,97
COSTOS VARIABLES					
Costos Indirectos Producción	25.130,00	28.699,64	32.779,39	37.442,13	42.771,17
Materia Prima Directa	105.105,00	120.274,95	137.634,63	157.500,12	180.233,18
TOTAL COSTO VARIABLE	130.235,00	120.274,95	137.634,63	157.500,12	180.233,18
PE DOLARES	180.441,64	145.241,92	155.143,71	165.891,81	177.559,53
PE CANTIDADES	69.401	53.765	55.275	56.886	58.601

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Aplicando las formulas determinamos los puntos de equilibrio en dólares y en unidades.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES AÑO 2015			
PE (\$) =	Costos fijos totales	.=	60971,29
	1-(costos variable / venta)		0,34
			180.441,64 USD

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES AÑO 2015			
PE (Q) =	Punto de Equilibrio (\$)	.=	180.441,64
	Precio de Venta		2,60
			69.401 Quesos

5.10. Evaluación financiera

La evaluación financiera del proyecto en todos sus indicadores, determina que es factible realizarlo de acuerdo al siguiente resumen:.

Cuadro 70***Evaluación Financiera***

N°	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	Tasa Rendimiento Medio	12,57%	
2	TIR	Tasa Interna De Retorno	14,77%	Es Superior A La TRM
3	VAN	Valor Actual Neto	7.021,43	Mayor Que Cero
4	RC	Recuperación Inversión	4 Años 10 Meses	Proyecto Social
5	CB	Costo Beneficio	1,05	Es Decir Gana 0,05 USD
6	PE (\$)	Punto De Equilibrio	180.441,64	Dólares
7	PE (Q)	Punto De Equilibrio	69.401	Unidades

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.11. Resumen del capítulo

Mediante el estudio financiero se calcula los ingresos que la fabrica obtendría de acuerdo a la capacidad instalada de la planta y el número de unidades que se comercializarán; también se determina los costos y gastos en que incurrirá la planta para su producción, con estos datos se arman los estados financieros que son analizados con razones financieras como el VAN, el TIR, el Beneficio Costo y el Período de recuperación de la inversión, indicadores que resultan positivos lo que da la viabilidad financiera para la implementación del proyecto.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. Denominación de la empresa

6.1.1. Nombre de la empresa

El nombre de la pequeña empresa para la elaboración del queso de chocho será identificado con el nombre de queso de chocho “LA DELICIA” por la razón de que es apetecible y nutritivo.

6.1.2. Logotipo

Un logotipo es un elemento gráfico que identifica a una persona, empresa, institución o producto, suelen incluir símbolos claramente asociados con lo que presentan.

Gráfico 18

Logotipo de la empresa



6.1.3. Etiqueta

Las etiquetas comenzaron a utilizarse en la actividad para escribir el contenido de envases y paquetes, con mayor facilidad. En la actualidad la etiqueta, a más de rotular,

diferenciar e identificar a los productos destinados para la venta, sirven como decorativos con la intención de realzar la imagen del producto más atractivo para el consumidor.

Gráfico 19

Etiqueta del producto



6.1.4. Base legal

Por consiguiente, los derechos que se adquieran y las obligaciones que se contraigan para la empresa social se entenderán adquiridos o contraídos a favor o a cargo de todos los socios de hecho o socio individualmente.

En un principio es más fácil de iniciar para los emprendedores que recién comienzan la sociedad de hecho, que el resto de los tipos societarios, inclusive no se necesita instrumento escrito, sólo bastan los documentos de los socios y algunos datos para comprobar el domicilio.

6.1.5. Conformación jurídica

1. Registro Único de Contribuyentes

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria. El RUC constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias, quienes tienen las siguientes obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento único que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal. Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.
- Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales. El contribuyente deberá realizar esta actualización dentro de los treinta días hábiles siguientes de haber ocurrido el hecho que produjo el cambio.

2. Patente municipal

El Art. 382 de la Ley de Régimen Municipal establece la obligatoriedad de obtener la patente y por consiguiente, el pago del impuesto (Art. 381), para todos los comerciantes, productivos e industriales que funcionan dentro de los límites tanto rurales como urbanos del cantón Ibarra , así como los que ejerzan cualquier actividad económica.

La patente anual se obtendrá dentro de los treinta días siguientes al final del mes en que se inician las actividades y durante enero de cada año. Por el ejercicio de las actividades se pagará un impuesto mensual, cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza, valores y ubicación del negocio y es indispensable para la obtención del RUC..

3. Número patronal

El número patronal es otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Los requisitos son los siguientes:

- a) Contratos de trabajo legalizado en el Ministerio de Relaciones Laborales
- b) Cédula de identidad del representante de la empresa.
- c) Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- d) Una vez obtenido el número patronal se debe proceder a afiliar a cada uno de los trabajadores mediante los respectivos avisos de entrada.

4. Registro Único de Proveedores

Formulario de registro de proveedores RUP impreso en el portal de compras Públicas.

- a) Acuerdo de responsabilidad impreso en el portal.
- b) Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa.
- c) Copia certificada del Representante Legal.
- d) Copia de papeleta de votación.
- e) Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC.
- f) Certificado de estar al día en sus obligaciones con el SRI, lista blanca

5. Permiso de los Bomberos

- a) Cédula de identidad del representante de la empresa.
- b) Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- c) Patente Municipal
- d) Pago de la tasa.

6. Registro Sanitario emitido por la Dirección Provincial de Salud del MSP

- a) Solicitud para permiso de funcionamiento.
- b) Planilla de Inspección.
- c) Copia del RUC del establecimiento (En caso de cambio de propietario o dirección)
- d) Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario o representante legal (En caso de cambio de propietario o representante legal).
- e) Lista de productos con su respectivo registro sanitario
- f) Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- g) Permiso de Bomberos

6.2. Misión

“LA DELICIA”. Es una empresa dedicada a la producción comercialización de quesos de chocho, aprovechando las potencialidades nutritivas, con el fin de ofrecer un producto natural de calidad, satisfaciendo a clientes exigentes generando fuentes de trabajo para brindar una, mejor calidad de vida a los consumidores.

6.3. Visión

En los próximos cinco años la empresa “LA DELICIA” será, líder en el norte ecuatoriano aumentado su cobertura en el mercado de un 40% en la elaboración de queso de chocho, con un proceso de producción de alta calidad.

6.4. Políticas

- a) Los trabajadores deberán estar completamente uniformados con sus mandiles y gorras blancas con sus guantes obligatoriamente aseados y pulcros.
- b) Sin excepción de personas todas las ventas serán a crédito y contra entrega.
- c) Entregas a domicilio cuando la cantidad de quesos sobrepase los diez.

6.5. Valores

Cuadro 71

Valores Corporativos

Éticos	Sociales
Honestidad	Cooperación
Responsabilidad	Solidaridad
Lealtad	Confianza
Justicia Social	Amistad
Transparencia	Respeto Dignidad Humana
Compromiso	Ayuda Mutua
Equidad	Trabajo en Equipo
Económicos	Políticos
Servicio	Democracia
Trabajo	Participación
Eficiencia	Autonomía
Calidad	Pluralidad
Rentabilidad	Espíritu Socio-económico
Utilidad	Autoridad

Elaborado por: La Autora

6.6. Orgánico funcional

6.6.1. Niveles de la Estructura Orgánica

La estructura organizativa de la pequeña empresa Productora y Comercializadora del queso de chocho es:

- a) **Nivel Directivo.**-Constituye el nivel jerárquico, encargado de orientar, panificar, ejecutar, organizar y dirigir a la Organización en este caso a la pequeña empresa Productora y Comercializadora del queso de chocho. Dentro de este nivel se encuentra el gerente propietario.
- b) **Nivel de Apoyo.**-Es un nivel de apoyo dentro de las actividades administrativas financieras de la pequeña empresa. Su grado de autoridad es de ejecución administrativa, financiera,

presupuesto, marketing, mercadeo y control interno. Dentro de este nivel se encuentra el área de contabilidad y ventas.

- c) **Nivel Operativo.-** Es el responsable directo de la elaboración y producción del queso de chocho y mantenimiento de las instalaciones. Aquí se encuentra los obreros.

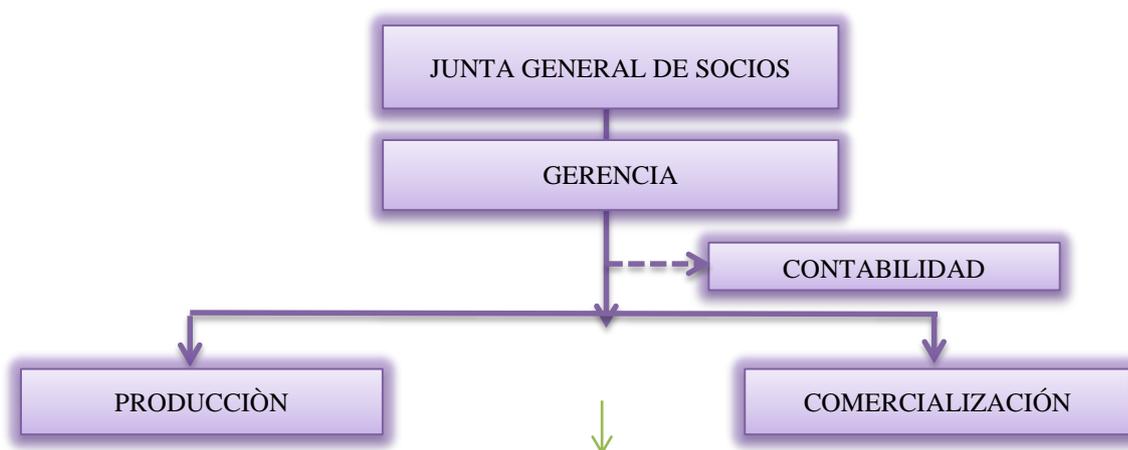
6.7. Estructura organizacional

Para la junta de usuarios es importante contar con una adecuada estructura organizacional en la cual se represente de manera gráfica los niveles jerárquicos, unidas por líneas que indican la responsabilidad y autoridad de cada departamento.

En el siguiente organigrama se aprecia un ordenamiento de funciones que facilitará el logro de objetivos, aumentando su eficiencia. Para este proyecto se ha escogido el Sistema de Organización Lineal, basada en la delegación de funciones, tareas y autoridad. Para lo cual se establece el siguiente organigrama funcional

Gráfico 20

Organigrama Estructural



Referencias:	Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:
Nivel autoridad ————	Aragón Maricela	Gerencia General	15-05-2015
Nivel asesor - - - - -			

Elaborado por: La Autora

6.8. Manual de funciones

6.8.1. Gerente

El gerente representa el nivel directivo de la pequeña empresa, delegará su autoridad mas no su responsabilidad, de sus decisiones, dependerá el curso normal de la organización, deberá diseñar previsiones futuras que ayuden al crecimiento de la microempresa, bajo su dependencia están sus subordinados.

a) Perfil del Puesto.

- Creativo, innovador en sus labores y actividades.
- Estar dispuesto a trabajar bajo presión.
- Capacidad de liderazgo.
- Trabajar y coordinar las actividades en equipo.
- Ser flexible y a la vez tener seguridad y firmeza.
- Agilidad para tomar decisiones.
- Mantener un espíritu emprendedor y dinámico.
- Ser positivo
- Ser responsable en las funciones encomendadas

b) Requisitos

- Contar con un título de Ingeniero/a Comercial en administración de empresas y/o carreras afines.
- Tener experiencia mínima de dos años en cargos similares
- Facilidad para relacionarse
- Dinámico
- Proactivo
- Poseer liderazgo

- Trabajo bajo presión

d) Funciones

- Cumplir y hacer cumplir con las políticas y normas de la Pequeña Empresa
- Crear políticas para un mejor control interno de la empresa.
- Realizar la planificación, organización, coordinación y control, de los procesos administrativos y productivos.
- Someter a conocimiento y aprobación de la Junta General de Accionistas.
- Gestionar la concesión de créditos en las instituciones financieras de la localidad.
- Promover los cursos de capacitación tanto para trabajadores como para los directivos.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos planteados en pequeña empresa.
- Informar a sus funcionarios sobre las acciones a seguir en la empresa.
- Realizar estrategias de comercialización con el fin de abrir nuevos mercados.

6.8.2. Contador/a

El contador es quien se encargan de realizar todas las actividades financieras – contables. El contador debe ser un profesional graduado en contabilidad, debe cumplir con todas las actividades de análisis y toma de decisiones dentro de su área.

a) Perfil del Puesto

- Tener ética moral y profesional.
- Poseer buena iniciativa de trabajo para poder planificar, organizar y ejecutar actividades financieras y contables de la Pequeña Empresa.
- Agilidad para la toma de decisiones y facilidad para realizar informes contables mensual, anual o cuando el gerente lo requiera.
- Amplio espíritu de trabajo en equipo.

b) Requisitos

- Título del tercer nivel en Contabilidad y Auditoría CPA
- Experiencia en manejo de sistemas contables.
- Edad mínima 23 años.
- Manejo de normas tributarias.

c) Funciones

- Estar constantemente actualizándose con lo que respecta al Servicio de Rentas Internas y asuntos afines a su cargo.
- Realizar los pagos autorizados por la gerencia y realizar las retenciones dispuestas por la ley.
- Tener la documentación del control contable al día.
- Cumplir con el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros gastos.
- Estar pendiente e informar a gerencia sobre el vencimiento de documentos.
- Realizar Contratos y Actas de Finiquito en el portal del Ministerio de Relaciones Laborables.
- Registro de Novedades en el portal de Instituto Nacional de Seguridad Social.
- Elaborar Estados Financieros y poner a conocimiento de la gerencia el presupuesto anual.

6.8.3. Supervisor

En el área de producción se contara con un obrero que hará las veces de supervisor, será el encargado de vigilar el proceso de elaboración de los quesos, así también estará en la capacidad de dirigir a los obreros.

a) Perfil

- Actitud de trabajo en equipo.
- Estabilidad emocional.

- Ética moral.
- Don de mando.
- Responsabilidad y honestidad.
- Capacidad en toma de decisiones.
- Tener buena comunicación con el personal.

b) Requerimientos

- Tener conocimiento sobre el proceso de elaboración de quesos
- Conocimientos en seguridad y riesgos del trabajo
- Edad no ser menor a 22 años.

c) Funciones

- Planificar, supervisar y verificar la producción.
- Participar en el proceso de recolección de materias primas observando calidad y precio justo.
- Responsabilidad en el manejo de los recursos humanos y materiales de producción.
- Vigilar las operaciones que se desarrollen en el área de producción.
- Participar en las reuniones con voz informativa.
- Informar oportunamente al gerente sobre aspectos relacionados con la producción.
- Controlar la entrada y salida de equipos de trabajo, algún tipo de maquinaria, insumos y otros.
- Control del orden y limpieza del área de producción.
- Verificar la calidad del producto terminado.
- Controlar que cada proceso esté correctamente ejecutado.

6.8.4. Vendedor

En el área de ventas se contara con una persona que se dedicará exclusivamente a la promoción y publicidad del producto, así como a la venta directa con los consumidores.

a) Perfil

- Actitud de trabajo en equipo.
- Estabilidad emocional.
- Ética moral.
- Responsabilidad y honestidad.
- Capacidad en toma de decisiones.
- Tener buena comunicación con el público.

b) Requerimientos

- Título en mercadotecnia o afines
- Conocimientos de relaciones humanas
- Edad no ser menor a 22 años.

c) Funciones

- Llevar un registro estricto de fechas del ingreso y salida de los productos.
- Será el encargado de la promoción, exposición y venta del queso de chocho.
- Presentar un plan actividades e informes mensuales de cumplimiento y resultados obtenidos a la Gerencia.
- Tomará pedidos de clientes
- Efectuará revisiones periódicas sobre la variabilidad de los precios en el mercado
- Limpieza y cuidado de bodega y verificación de entregas oportunas

6.9. Resumen del capítulo

Mediante el estudio organizacional se pudo determinar el organigrama estructural de la empresa definiendo los niveles de autoridad, se puntualizan las funciones y perfiles para cada uno de los puestos de trabajo que se crearían en la empresa mediante un manual de funciones, además se establece la filosofía empresarial mediante la determinación de la misión, visión, políticas y valores empresariales que serán de aplicación obligatoria para todo el personal de la empresa.

CAPITULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Antecedentes

Se entiende como impactos al conjunto de consecuencias provocadas por un hecho o consecuencias pueden ser positivos o negativos. Se debe entender por impacto el reflejo que un proceso o resultado de una investigación, causa en un determinado sector o región.

La investigación efectuada se sustenta con un análisis técnico de los impactos. Para el presente análisis, se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla. Para tal efecto, se determinan varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá, a continuación se selecciona un rango o parámetro de niveles de impactos positivos y negativos, de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro 72

Medición de Impactos

CALIFICACIÓN	NIVELES DE IMPACTOS
-3	Impacto Alto negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No Hay Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

Elaborado por: La Autora

Se construye una matriz por cada impacto y se establecen indicadores medibles los mismos que permiten obtener información específica y puntual.

7.2. Impacto socio económico

Cuadro 73

Impacto Socio Económico

IMPACTO SOCIO ECONÓMICO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Fuentes de trabajo						X		2
Precios accesibles						X		2
Producto nuevo							x	3
Clientes satisfechos							x	3
TOTAL								10

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{10}{5} = 2.50 \quad \text{alto positivo}$$

ANALISIS.

La generación del nuevo proyecto generará nuevas fuentes de empleo para familias locales, esto implica que socialmente hay beneficiarios directos como son el dueño de la empresa, los empleados y trabajadores quienes participan las ganancias y por ende tienen el sustento familiar, y por otro hay beneficiarios indirectos donde están los clientes satisfechos que se benefician de un producto nuevo a precios accesibles. Además están los proveedores y el gobierno que cobra los impuestos.

7.3. Impacto tecnológico-educativo

Cuadro 74

Impacto Tecnológico educativo

IMPACTO - TECNOLÓGICO EDUCATIVO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Trabajo en equipo						X		2
Aprendizaje de nuevas tecnologías						X		2
Acceso a la capacitación					X			1
Mejoramiento continuo de procesos						X		2
TOTAL								7

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{7}{4} = 1.75 \quad \text{Bajo positivo}$$

ANÁLISIS

Es indispensable para la elaboración de un producto nuevo, el trabajo en equipo, de este factor depende el producto de calidad. Por otro lado el personal técnico y administrativo, debe contar con plan de capacitación e innovación anual, con la finalidad de aprender a desarrollar nuevas tecnologías y siempre debe existir el mejoramiento continuo en los procesos, que permitirán sacar al mercado nuevas presentaciones del producto y mejorar el precio, la calidad y aumentar la producción.

7.4. Impacto socio ambiental

Cuadro 75

Impacto Socio Ambiental

IMPACTO AMBIENTAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Insumos químicos				x				0
Reciclaje basura desperdicios						X		2
Fundas plásticas					x			1
Ruido vehículos						x		2
TOTAL								5

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{5}{4} = 1.25 \quad \text{Bajo positivo}$$

ANÁLISIS

Mientras no se invente otra modalidad para la elaboración del queso siempre se va contar con insumos o productos químicos para la fabricación del mismo, como la pastilla de cuajara, aunque en pequeña parte afecta a la salud, al igual las fundas plásticas dañan el ambiente, pero se utiliza en poca proporción, además el proyecto por estar cerca a la panamericana se verá rodeada aunque en menor grado del ruido de los vehículos, para contrarrestar los impactos negativos se pretende reciclar los desperdicios que pueden servir de humus o abono como las cáscara del chocho., y desechos sólidos como plásticos.

7.5. Impacto General

Cuadro 76

Impacto General del Proyecto

IMPACTO GENERAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Impacto socio-económico							X	3
Impacto Tecnológico Educativo						X		2
Impacto Ambiental					x			1
TOTAL								6

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{6}{3} = 2 \quad \text{Medio positivo}$$

ANÁLISIS

De acuerdo con el análisis general, los impactos referentes al presente proyecto indican que tendrán un impacto medio positivo, que la creación de la pequeña empresa hará frente a los retos de competitividad y demás cambios que caracterizan una nueva alternativa para la generación de puestos de trabajo, atención a la demanda potencial y desarrollo socio económico del sector será favorable y positivo.

7.6. Resumen del capítulo

Al implementar un nuevo proyecto necesariamente se generarán impactos en la sociedad y en el medio ambiente, en el proyecto después de analizar mediante la ponderación de variables previamente definidas se establece que los impactos que genera son de carácter económico, educativo y ambiental, y su nivel de impacto es medio positivo lo que lleva a la conclusión que es favorable desde todo punto de vista su implementación.

CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional establece que la población de Ibarra a crecido en un 1,86% anual desde el censo del año 2010 lo que es importante para el proyecto en vista que la demanda hacia el producto crecería acorde con la tasa de crecimiento poblacional, la legislación vigente apoya la instalación de nuevas empresas mediante incentivos tributarios lo que es beneficioso para el proyecto al momento del pago de impuestos, el área donde se instalará la planta de producción cuenta con todos los servicios básicos lo que es indispensable al momento de solicitar los permisos de operación de la planta, el cambio en el estilo de vida de la población favorece al proyecto ya que buscan productos que beneficien a su salud lo que es característica del producto que se pretende introducir en el mercado local.
- Las bases teóricas y científicas afianzaron los conocimientos acerca de la forma de organización, tipo de empresa, el proceso administrativo, los canales de distribución y las estrategias de marketing más utilizadas en el medio, así como las razones financieras que se utilizan para realizar el análisis económico del proyecto; información que fue muy importante para la formulación del estudio técnico, financiero del proyecto.
- De la información obtenida a la población de la ciudad de Ibarra mediante una encuesta en toda la zona urbana se establece que existe interés hacia el nuevo producto que se pretende fabricar; para lo cual analizado las variables oferta y demanda se determina que existe una demanda potencia insatisfecha que será captado por la empresa para posicionar su producto en el mercado, para lo cual se determinó las estrategias de publicidad y canales de distribución que utilizará el proyecto para el cumplimiento de sus fines.
- Mediante el estudio técnico se pudo determinar la mejor ubicación de la planta de producción analizando los factores de micro localización, con estos datos se diseñó las

instalaciones de la planta tomando en cuenta la capacidad de producción de la maquinaria, y posteriormente se establece el presupuesto de inversión y capital de trabajo necesario para el inicio de operaciones, información que sirve para determinar la inversión propia y las fuentes de financiamiento del proyecto.

- Mediante el estudio financiero se calcula los ingresos que la fábrica obtendría de acuerdo a la capacidad instalada de la planta y el número de unidades que se comercializarán; también se determina los costos y gastos en que incurrirá la planta para su producción, con estos datos se arman los estados financieros que son analizados con razones financieras como el VAN, el TIR, el Beneficio Costo y el Período de recuperación de la inversión, indicadores que resultan positivos lo que da la viabilidad financiera para la implementación del proyecto
- Mediante el estudio organizacional se pudo determinar el organigrama estructural de la empresa definiendo los niveles de autoridad, se puntualizan las funciones y perfiles para cada uno de los puestos de trabajo que se crearían en la empresa mediante un manual de funciones, además se establece la filosofía empresarial mediante la determinación de la misión, visión, políticas y valores empresariales que serán de aplicación obligatoria para todo el personal de la empresa
- Al implementar un nuevo proyecto necesariamente se generarán impactos en la sociedad y en el medio ambiente, en el proyecto después de analizar mediante la ponderación de variables previamente definidas se establece que los impactos que genera son de carácter económico, educativo y ambiental, y su nivel de impacto es medio positivo lo que lleva a la conclusión que es favorable desde todo punto de vista su implementación.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar la información obtenida para la instalación de la fábrica, con el fin de hacerse acreedor de los beneficios tributarios que ofrecen las entidades de control para las empresas nuevas que se creen en el país.
- Aprovechar la información recopilada para mejorar los conocimientos administrativos y financieros, con el objetivo de que a mediano plazo se pueda realizar un reingeniería de procesos que beneficien y maximicen el rendimiento de la fábrica.
- Realizar una estrategia comercial y comunicacional agresiva con el fin de captar el interés de la demanda insatisfecha hacia el producto que se introducirá al mercado, para lo cual se debe utilizar los medios masivos de comunicación más utilizados en la actualidad como es el Facebook, televisión y radios de la localidad.
- Realizar un análisis de precios en el mercado local para la compra de maquinaria y equipos, insumos y materiales de construcción con la finalidad de obtener los mejores precios que ayuden a bajar el costo de instalación de la planta.
- Evitar al máximo la pérdida de materia prima e insumos en el proceso de fabricación del producto con la finalidad de cumplir con los presupuestos de gastos establecidos en el proyecto y si es posible reducir los costos operativos, logrando con esto maximizar las utilidades de la empresa.
- Actualizar los instrumentos de gestión como manuales y organigramas, de acuerdo con los cambios que se produzcan en el entorno o cuando crezca la empresa.

- Mantener los estándares de los impactos del proyecto determinados, y si por alguna razón existiera estos bajaran o generaran negatividad inmediatamente realizar las acciones correctivas necesaria para llegar a los estándares establecidos y si es posible mejorarlos.

BIBLIOGRAFÍA

- ANZOLA, Rojas, Servulo; (2010), *Administración de Pequeñas Empresas*, Tercera Edición, México.
- ARBOLEDA Vélez, Germán; (2001), “*Formulación, Evaluación y Control de Proyectos*”, Cuarta Edición, Colombia.
- BACA, Urbina Gabriel; (2010) *Evaluación de Proyectos*, Sexta Edición. México
- CHIAVENATO, Idalberto; (2002) *Administración en los nuevos tiempos*. México
- CORDOVA, Padilla Marcial; (2006), *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá
- Censo de Población y Vivienda INEC 2010.
- HERRERO, Palomo Julián; (2002), *Administración, Control y Comercialización en la Pequeña Empresa*, Tercera Edición
- FINCOUSKY, Franklin; Enrique Benjamín (2009), *Organización de Empresa*, Tercera Edición, México
- JÁCOME, Walter; (2005), *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de proyectos Productivos y de Investigación*

Anexo 1



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

ENTREVISTA

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL ING. RICARDO GUACHALÁ ENCARGADO DE LA
UNIDAD DE COMERCIALIZACIÓN DEL MAGAP.**

- 1.- ¿Qué tipos de quesos se comercializan en la Ciudad de Ibarra?**

- 2.- ¿Por qué razón la población prefiere quesos de marca y otros quesos artesanales?**

- 3.- ¿Considera usted que existe demanda del queso en Ibarra?**

- 4.- ¿Cree que el queso de chocho de resultados de ventas en Ibarra?**

Anexo 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA
 CIUDAD DE IBARRA**

OBJETIVO: Esta encuesta es anónima, tiene como único objetivo recopilar información para determinar la factibilidad de creación de una Empresa De producción y comercialización de queso de chocho en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura. Los datos recopilados serán de absoluta reserva para el presente estudio.

INSTRUCCIONES:

- ✓ Leer detenidamente y contestar lo más preciso posible.
- ✓ Marque con una X en el paréntesis según corresponda su respuesta

DATOS GENERALES1. **Género:**

Masculino	()	Femenino	()
-----------	-----	----------	-----

2. **Edad.....**3. **Nivel Socioeconómico**

Alto	()
Medio	()
Bajo	()

4.- **¿Qué actividad realiza?**

Estudia	()	Ama de casa	()
Trabaja	()	Estudia y Trabaja	()
Trabaja Independientemente	()	Jubilado	()

5.- **¿Está usted de acuerdo en que se cree un producto que beneficie a su salud como es el queso de chocho**

CATEGORÍAS	MARQUE CON (X)
Si	()
No	()

6.- **¿Conoce usted si este producto ya existe en la Ciudad de Ibarra?**

CATEGORÍAS	MARQUE CON (X)
Si	()
No	()

7.- **¿A qué precio adquiere el queso?**

TIPO DE QUESO	MARQUE CON (X)
DE 1,50 A 2,00 DÓLARES	
DE 2,01 A 2,50 DOLARES	
DE 2,51 a 3,00 DOLARES	
DE 3,01 O MAS	

8.- ¿Le gustaría consumir un nuevo tipo de queso?

CATEGORÍAS	MARQUE CON (X)
Si	()
No	()

9.- ¿Qué tipo de queso desearía consumir?

CATEGORÍAS	MARQUE CON (X)
Queso de chocho	
Queso de cabra	
Queso de soya	
Tradicional	

10.- ¿Con que frecuencia consumiría queso de chocho?

DETALLE	MARQUE CON (X)
Diario	
Semanal	
Anual	

11.- ¿Dónde le gustaría adquirir el queso de chocho?

DETALLE	MARQUE CON (X)
Tienda	
Comisariato	
Supermercado	
Mercado	
Panadería	
Otra especifique	

12.- ¿Qué medio de comunicación le gustaría que se utilice para promocionar el producto?

DETALLE	MARQUE CON (X)
Radio	
Prensa	
Hojas volantes	
TV	
Otros (internet)	

Anexo 3 Cálculo de Materiales Indirectos

Chocho	
100kg	100kg chocho
35000kg	X
35000	
38500	
42350	
46585	
51243.50	

Interpretación

Con 100 kg vamos a utilizar 100kg de chocho como vamos a producir 35000kg se necesitan 35000 kg de chocho.

Leche	
100kg	334 litros de leche
35000kg	X
116900	
128590	
141449	
155594	
171153	

Interpretación

En 100 kg vamos a utilizar 334 litros de leche como vamos a producir 35000kg se necesitan 116900 litros de leche.

Fermento láctico	
100kg	8 litros
35000kg	X
2800	
3080	
3388	
3727	
4099	

Interpretación

En 100 kg vamos a utilizar 8 litros de fermento láctico como vamos a producir 35000kg se necesitan 2800 litros de fermento láctico.

Cloruro de calcio	
100kg	0.80 kg cloruro
35000kg	X
280	
308	
338.80	
372.68	
409.95	

Interpretación

En 100 kg vamos a utilizar 0.80kg de cloruro de calcio como vamos a producir 35000kg se necesitan 280 kg de cloruro de calcio.

Cuajo	
100kg	10 ml de cuajo
35000kg	X
35000	
3850	
4235	
4658.50	
5124.35	

Interpretación

En 100 kg vamos a utilizar 10 ml. De cuajo como vamos a producir 35000kg se necesitan 35000 kg de cloruro de calcio.

Sal en grano	
100kg	7.20 libras de sal
35000kg	X
2520	
2772	
3049.20	
3354.12	
3689.53	

Interpretación

En 100 kg vamos a utilizar 7.20 libras de sal en grano vamos a producir 35000kg se necesitan 2550 libras de sal en grano.

Fundas	
100kg	200 unidades
35000kg	X
70000	
77000	
84700	
93170	
102487	

Interpretación

En 100 kg vamos a utilizar 200 unidades de fundas como vamos a producir 35000kg se necesitan 70000 unidades de fundas.

Energía eléctrica	
100kg	15.43 kw/h
35000kg	X
450	
495	
544.50	
598.95	
658.85	

Interpretación

En 100 kg vamos a utilizar 15.43 kw/h de energía eléctrica como vamos a producir 35000kg se necesitan 450 kw/h de energía eléctrica

Agua potable	
100kg	3.43m3
35000kg	X
100	
110	
121	
133.10	
146.41	

Interpretación

En 100 kg vamos a utilizar 3.43m3 de agua potable como vamos a producir 35000kg se necesitan 100 m3 de agua potable.

ANEXO 4 Tabla de depreciación anual

NRO	VALOR CUOTA	INTERES	CAPITAL	SALDO INSOLUTO
1	652.27	275.00	377.27	29.622.73
2	652.27	271.54	380.73	29.242.00
3	652.27	268.05	384.22	28.857.78
4	652.27	264.53	387.74	28.470.04
5	652.27	260.98	391.29	28.078.75
6	652.27	257.39	394.88	27.683.87
7	652.27	253.77	398.50	27.285.36
8	652.27	250.12	402.15	26.883.21
9	652.27	246.43	405.84	26.477.37
10	652.27	242.71	409.56	26.067.81
11	652.27	238.95	413.32	25.654.49
12	652.27	235.17	417.10	25.237.39
13	652.27	231.34	420.93	24.816.46
14	652.27	227.48	424.79	24.391.68
15	652.27	223.59	428.68	23.963.00
16	652.27	219.66	432.61	23.530.39
17	652.27	215.70	436.57	23.093.81
18	652.27	211.69	440.58	22.653.23
19	652.27	207.65	444.62	22.208.62
20	652.27	203.58	448.69	21.759.93
21	652.27	199.47	452.80	21.307.12
22	652.27	195.32	456.95	20.850.17
23	652.27	191.13	461.14	20.389.03
24	652.27	186.90	465.37	19.923.65
25	652.27	182.63	469.64	19.454.02
26	652.27	178.33	473.94	18.980.08
27	652.27	173.98	478.29	18.501.79
28	652.27	169.60	482.67	18.019.12
29	652.27	165.18	487.09	17.532.03
30	652.27	160.71	491.56	17.040.47
31	652.27	156.20	496.07	16.544.40
32	652.27	151.66	500.61	16.043.79
33	652.27	147.07	505.20	15.538.58
34	652.27	142.44	509.83	15.028.75
35	652.27	137.76	514.51	14.514.24
36	652.27	133.05	519.22	13.995.02
37	652.27	128.29	523.98	13.471.04
38	652.27	123.48	528.79	12.942.25
39	652.27	118.64	533.63	12.408.62
40	652.27	113.75	538.52	11.870.10
41	652.27	108.81	543.46	11.326.64
42	652.27	103.83	548.44	10.778.19
43	652.27	98.80	553.47	10.224.72
44	652.27	93.73	558.54	9.666.18
45	652.27	88.61	563.66	9.102.52

46	652.27	83.44	568.83	8.533.69
47	652.27	78.23	574.04	7.959.64
48	652.27	72.96	579.31	7.380.34
49	652.27	67.65	584.62	6.795.72
50	652.27	62.29	589.98	6.205.74
51	652.27	56.89	595.38	5.610.36
52	652.27	51.43	600.84	5.009.52
53	652.27	45.92	606.35	4.403.17
54	652.27	40.36	611.91	3.791.26
55	652.27	34.75	617.52	3.173.74
56	652.27	29.09	623.18	2.550.56
57	652.27	23.38	628.89	1.921.68
58	652.27	17.62	634.65	1.287.02
59	652.27	11.80	640.47	646.55
60	652.47	5.93	646.54	0.00
TOTALES	39.136.40	9.136.40	30.000.00	

ANEXO 5 Proformas equipos y paquetes informáticos



Dirección: Víctor Gómez Jurado 3-44 y Dr. Luis Fernando Aguinaga / Telfs. 06 2632007 – 06 2630894
Ibarra – Ecuador

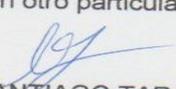
CLIENTE MARICELA ARAGON FECHA 30/04/2015
RUC 1002921847
DIRECCION: LA FLORIDA
TELF 2631565

CANT	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	COMPURADOR MARCA HACER	550.00	1,100.00
1	COPUTADORA PORTATIL	700.00	700.00
1	PAQUETE INOFMRATICO SITAC	300	300.00
1	IMPRESORA NORMAL CONTINUA	110	110.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCION	250	250.00
		SUBTOTAL	2,460.00
		IVA	295.20
		TOTAL	2,755.20

Condiciones Generales

1. Tiempo de Entrega: Inmediata
2. Garantía: Un año.
3. Validez de la oferta: 8 días

Sin otro particular, quedamos a la espera de sus gratas órdenes.


SANTIAGO TARAMBIS
ASESORA COMERCIAL

MAQUINARIA DE PRODUCCIÓN

COMERCIAL SALAS SEVILLA

RUC: 1091711857001
 DIRECCION: AV MARIANO ACOSTA 13 46 Y FRAY VACAS GALINDO
 TELEFONO: 2 610 004

PROFORMA

NOMBRE: MARICELA ARAGON

RUC: 100292184-7

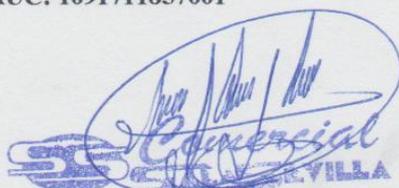
DIRECCION: LA FLORIDA

TELEFONO: 2 631 565

FECHA: 15 DE FEBRERO DEL 2015

CANT	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	REFRIGERADOR MARCA: ELECTROLUX MODELO: ERT29 COLOR: GRIS	535.71	535.71
1	MOLINO ELECTRICO MODELO: ARTESANAL	267.86	267.86
VALORES INCLUYEN IVA VALOR DE CONTADO		Subtotal	803.57
		12% IVA	96.43
		Total	900.00

DEPOSITOS: BANCO PRODUBANCO
 CUENTA CORRIENTE # 102683124-7
 NOMBRE: COMERCIAL SALAS SEVILLA
 RUC: 1091711857001


 Telfs: (06) 2610 004 / 2642 850
 IBARRA - ECUADOR

Anexo 6

QUESO DE CHOCHO
RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA

LECHE



CHOCHO

PASTEURIZACIÓN



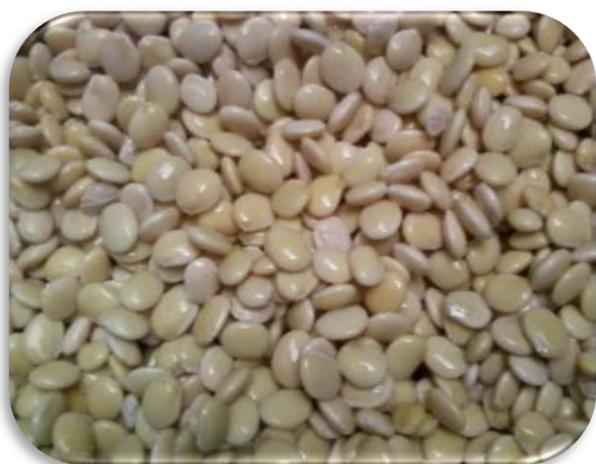
CUAGULACIÓN**CORTE DE LA CUAJADA****DESUERADA****SELECCIÓN DEL CHOCHO**

HIDRATACIÓN



COCCIÓN

ESCURRIDO



MOLIENDA DEL CHOCHO



ALMACENAMIENTO

