



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:** “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCE DE YUCA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

#### **AUTORA:**

PATRICIA ALEXANDRA GARCÍA TARAPUÉS

#### **DIRECTOR DE TESIS:**

ING. LUIS FERNANDO VALENZUELA BASTIDAS

Ibarra, Mayo del 2015

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio se lo realizó con el objetivo de determinar la rentabilidad de la producción y comercialización del dulce de Yuca en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, evaluando el mercado, los procesos técnicos, el estudio económico y los impactos sistémicos que se devienen. Teniendo la ciudad de Ibarra como tradicional dentro de su gastronomía la elaboración de dulces y golosinas, se presentan como populares las nogadas, el arropo de mora, el pan de leche, entre otras. Todas forman parte del muestrario gastronómico de nuestra tierra, sin embargo desde mi óptica es necesario ofertar al mercado nuevas alternativas que permitan al consumidor degustar nuevas mixturas de sabores, olores y colores. Con pensamiento emprendedor y a la vez innovador me he planteado llevar a cabo una investigación que desemboque en la realización del estudio de factibilidad para la producción y comercialización de dulce de yuca en la Ciudad de Ibarra. Para este fin se realizó el estudio de mercado que facilitó determinar la oferta y la demanda existentes, fundamentales para estructurar técnicamente cada uno de los procesos productivos, de comercialización, contables y financieros que viabilicen acertadamente la puesta en marcha de la microempresa, se puede afirmar que el presente estudio es económica y socialmente factible de ser ejecutado, contribuye a fortalecer la economía y el buen vivir, permite la creación de nuevas fuentes de trabajo y por sobre todo genera una rentabilidad social. Las etapas de la investigación fueron: recolección del material bibliográfico y documental, diseño de instrumentos y de la metodología, desarrollo del estudio, redacción del borrador e informe final de la investigación. La investigación fue validada por el Director de Tesis Ing. Luis Fernando Valenzuela, Catedrático de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

## SUMMARY

The present research was made to determine the profitability of the production and commercialisation of yucca sweets in Ibarra, Imbabura, by evaluating the market, technical processes, economic analysis and the systemic impacts to be caused. Considering Ibarra as traditional in its gastronomy, the preparation of sweets and candies comes represented by nogadas, blackberry syrup, milk bread, among others. These are all a part of the gastronomic selection of our city, however, from my point of view, it's necessary to offer new alternatives that allow the consumer to experience a mixture of flavors, smells and colors. With an entrepreneurial and innovative thinking, I determine to research towards the development of a feasibility study of the production and commercialisation of yucca sweets in Ibarra. The market research was conducted to determine the existing offer and demand, which are critical components in the technical structure of each of the production, commercialisation and financial processes that facilitate the establishment of the microenterprise. It can be reassured that the project is economically and socially feasible to be done, which contributes to the economy and well-being, creating new employment opportunities and generating a social gain. The phases of research were the following: gathering of bibliographic and documentary material, instruments and methodology design, study development, drafting and final research report. The Project was validated by thesis Tutor, Ing. Luis Fernando Valenzuela, FACA E teacher.

**AUTORÍA**

Yo, **Patricia Alexandra García Tarapués**, portadora de la cédula de ciudadanía con Nro. 040127767-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría y total responsabilidad: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCE DE YUCA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra, a los 15 días del mes de mayo del 2015.



---

Patricia Alexandra García Tarapués

C: C. 0401277678

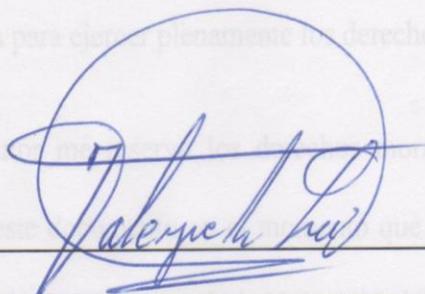
ING. LUIS FERNANDO VALENZUELA BASTIDAS

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR.

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por el egresado: Patricia Alexandra García Tarapués para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCE DE YUCA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”.

Considero el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 15 días del mes de mayo del 2015.



---

ING. LUIS FERNANDO VALENZUELA BASTIDAS

Director

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



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

Yo, **PATRICIA ALEXANDRA GARCÍA TARAPUÉS** con cédula de ciudadanía Nro. 040127767-8, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCE DE YUCA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**. En la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

CIUDADANÍA: 040127767-8  
 APELLIDOS Y NOMBRES: GARCÍA TARAPUÉS PATRICIA ALEXANDRA  
 (Firma): .....

**Nombre:** PATRICIA ALEXANDRA GARCÍA TARAPUÉS

**Cédula:** 0401277678

Ibarra, a los 20 días del mes de Mayo del 2015

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE CIUDADANÍA :</b>	040127767-8		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	GARCÍA TARAPUÉS PATRICIA ALEXANDRA		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Pilanquí del IESS, Calles Pedro Moncayo 14-24 y Fray Vacas Galindo		
<b>EMAIL:</b>	paty.utnconta@yahoo.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2 605 922	<b>Teléfono Móvil:</b>	0958913129



Ibarra, a los 20.días del mes de mayo de 2015 ATORRIA

La Autora: *presente trabajo lo dedico a mi familia en especial a mi amada madre Clarita, a mis hermanos Anita, Maricela, Diego y Jairo, a mis sobrinos Ana Belen, Sofia y Mike Sebastian. Por ser mi orgullo, mi fuerza y apoyo inagotable*

(Firma)..... *Patricia García*

Nombre: Patricia García  
C.C.: 040127767-8

**DEDICATORIA**

*El presente trabajo lo dedico a mi familia en especial a mi amada madre Clarita, a mis hermanos Anita, Maricela, Diego y Jairo, a mis sobrinos Ana Belén, Sofía y Mike Sebastián. Por ser mi orgullo, mi fuerza y apoyo inagotable en cada una de las etapas de mi vida.*

*Patricia Alexandra.*

## AGRADECIMIENTO

*Agradezco a Dios por colmarme de bendiciones a cada instante de mi vida.*

*A mi Madre por darme el mejor regalo que se puede entregar, la vida, gracias por haber hecho de mí una mujer luchadora, por ser mi ejemplo, mi fortaleza y mi guía, darme por su tiempo, por poder contar contigo siempre, por haber sembrado desde mis cortos años de existencia valores como el respeto, la humildad, la solidaridad y darme tu amor abnegado y sin límites para realizarme como persona.*

*A mis Hermanos que son mi mayor motivación para conseguir metas.*

*A mis Maestros de la gloriosa Universidad Técnica del Norte que con su sabiduría han inculcado en mí solvencia moral y profesional.*

*A Xavier que ha sido mi apoyo incondicional siempre y a todos los amigos y amigas que me apoyaron en el caminar de mi formación profesional.*

Patricia Alexandra.

## PRESENTACIÓN.

El estudio realizado está estructurado en siete capítulos: diagnóstico situacional, aspectos teórico – científicos, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico financiero, propuesta estratégica y análisis de impactos en base a esto se realiza conclusiones y recomendaciones, además incluye la información bibliográfica y anexos.

**En el Capítulo I:** se realizó un Diagnóstico Situacional donde se conoce las tendencias de la producción de los factores que intervienen en este tipo de microempresas, se realiza un análisis de la población, se establecieron objetivos afines del proyecto, también se determina la justificación del proyecto, siendo la base de mayor importancia en el trabajo, además de la problemática existente en el proyecto, culminando con las variables e indicadores y la matriz de operabilidad

**En el Capítulo II:** se desarrolló las bases teóricas y científicas esenciales que deben ser consideradas, como primer punto se desarrolló las generalidades de la Yuca, segundo se procedió a conocer sobre la importancia de la Yuca y su origen, luego se determinó los aspectos del beneficio de la Yuca y detallar los derivados de la Yuca, también se establece la conceptualización de los métodos y técnicas que se desarrollan en la investigación.

**En el Capítulo III:** se contempló el análisis de la oferta y la demanda y el análisis minucioso de las encuestas realizadas a la población económicamente activa del cantón Ibarra, en el que permitió conocer la aceptación del producto en el mercado, además de la determinación del precio y sus proyecciones, culminando con los medios de comercialización.

**En el Capítulo IV:** se procedió a realizar detalladamente el tamaño del proyecto, la micro localización y la macro localización, la ingeniería, la distribución de la microempresa y la disponibilidad de recursos financieros.

**En el Capítulo V:** se realizó el análisis de la proyección de ingresos y egresos durante los primeros cinco años, detalla los Estados Financieros y determina la Evaluación Financiera y además criterios de evaluación con están constituidos por el VAN, TIR, COSTO BENEFICIO y PUNTO DE EQUILIBRIO que nos permitió visualizar la factibilidad o rentabilidad del proyecto.

**En el Capítulo VI:** se abordó las Bases Filosóficas visión, misión, principios, valores, la estructura funcional, las estrategias empresariales y detalla las funciones del directorio y del personal técnico.

**En el Capítulo VII:** se valoró los impactos económico, social, cultural, empresarial, ético y ambiental, que se generan durante la ejecución del proyecto, dándonos el proyecto global resultados positivos. Además de establecer las conclusiones, recomendaciones y anexos.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de dulce de yuca en la Ciudad de Ibarra.

### **Objetivos Específicos**

1. Realizar un diagnóstico técnico situacional para conocer el entorno y los aspectos actuales en donde se va a desarrollar el proyecto.
2. Fundamentar teóricamente las bases científicas del proyecto mediante la investigación bibliográfica sobre el tema.
3. Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda del dulce de yuca en la Ciudad de Ibarra evaluando la aceptación del producto.

4. Establecer un estudio técnico que posibilite la determinación de la maquinaria y tecnología a implementarse en el proyecto para que pueda funcionar de manera óptima.
5. Realizar el estudio financiero de la microempresa determinando con ello la factibilidad del proyecto
6. Elaborar la propuesta estratégica y organizacional de la microempresa
7. Determinar los impactos que acarrea la realización del proyecto en los social, económico, cultural, empresarial, ético y ambiental.

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Tipo De Estudio**

La investigación que se utilizó en el desarrollo del estudio es de tipo descriptiva y explicativa, en la misma se usaran métodos técnicas e instrumentos que permitan obtener información precisa; se utilizara la investigación bibliográfica vital para sustentar teóricamente el estudio capturando información de fuentes secundarias; se aplicara la investigación exploratoria que facilite auscultar la problemática en cuestión de manera, a su vez la investigación descriptiva dará la pauta para identificar y describir de forma objetiva de información que argumente el estudio, la información conseguida será contrastada con la que se obtendrá de las fuentes primarias mediante el uso de la investigación de campo que viabilizará la validación de la misma.

## **MÉTODOS**

**Inductivo.-** La inducción se la utilizó en la realización del análisis de hechos, eventos y situaciones particulares existentes en el desarrollo de cada una de las etapas del proyecto.

**Deductivo.-** Fue elemental el uso de la deducción a la hora de profundizar en el análisis de los conceptos, tratados, normativas, leyes, teorías y reglamentos relaciones a las ciencias

administrativas y contables, las mismas que de forma particular serán aplicadas dependiendo de las necesidades y requerimientos.

**Analítico/Sintético.-** Este método es fundamental e importante ya que su aplicación facilitó la elaboración del informe final, suministrara herramientas para el análisis de gráficas, diagramas, flujo gramas, cuadros estadísticos.

## TÉCNICAS

**Encuesta.-** Esta técnica se aplicó con el objetivo claro de levantar información de tipo verbal en lo relacionado al diagnóstico situacional como en el estudio de mercado, su aplicación fue realizada a los involucrados directos e indirectos en el tema de estudio.

**Entrevista.-** Se lo aplicó a personas expertas y especializadas que puedan aportar con datos informativos relacionados con la problemática n estudio, esto permitió aportar a la investigación criterios efectivos que sustenten y respalden nuestra propuesta.

**Observación.-** En el estudio se tomó de la observación tanto estructurada como no estructurada con ello se alcanzó recopilar información de forma directa de hechos y acontecimientos en los lugares en los que se desenvuelvan actividades relacionados al estudio.

## INSTRUMENTOS

Los instrumentos que se utilizara en el estudio son los siguientes:

- Encuesta
- Entrevista
- Cámara fotográfica

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR. ....	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA .....	x
AGRADECIMIENTO .....	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
OBJETIVOS .....	xiii
Objetivo General.....	xiii
Objetivos Específicos.....	xiii
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	xiv
Tipo De Estudio .....	xiv
MÉTODOS .....	xiv
TÉCNICAS .....	xv
INSTRUMENTOS.....	xv
ÍNDICE GENERAL .....	xvi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxvi
CAPÍTULO I .....	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	
Antecedentes .....	28
Objetivos .....	29
General.....	29
Específico.....	29
Análisis del entorno .....	29
Aspecto geográficos.....	29
Aspectos demográficos .....	31

Aspectos sociales .....	35
Aspectos económicos.....	39
Matriz AOOR (ALIADOS, Oponentes, Oportunidades, Amenazas) .....	42
Determinación de la oportunidad de inversión .....	43
CAPÍTULO II.....	44
MARCO TEÓRICO.....	44
Generalidades de la yuca .....	44
Origen e historia de la yuca .....	44
Características botánicas de la yuca.....	44
Variedades de yuca .....	45
Importancia de la yuca. ....	45
Valor nutricional .....	46
Beneficios de la yuca .....	47
Los derivados de la yuca.....	48
Proceso de elaboración de harina de Yuca .....	50
Proceso de elaboración de Almidón de Yuca .....	51
Los usos industriales de la yuca.....	53
La empresa .....	53
Concepto de empresa .....	53
Importancia de la empresa .....	54
Clasificación .....	54
Concepto de administración.....	55
Proceso administrativo.....	56
Manual de funciones .....	58
Fundamentos de la mercadotecnia .....	60
Marketing.....	60
Investigación de mercado .....	60
Mercado .....	60
La demanda.....	61
La oferta.....	62
Las cuatro Ps. ....	62
Fundamentos de la contabilidad.....	64
Concepto de contabilidad.....	64
Importancia de la contabilidad.....	64

Campos de especialización de la contabilidad.....	65
Los Estados financieros .....	66
Estado de situación financiera .....	66
Estado de resultados.....	67
Estado de evolución del patrimonio.....	67
Estado de flujo de efectivo.....	67
Políticas contables y notas explicativas .....	67
Las notas a los estados financieros .....	67
Activo.....	68
Pasivo.....	68
Patrimonio.....	68
Evaluadores Financieros .....	69
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	69
Valor actual neto (VAN).....	69
Relación Beneficio/Costo (B/C) .....	70
Punto de equilibrio.....	70
Período de recuperación de la inversión .....	71
Flujos de caja .....	71
Estados pro forma .....	71
Rentabilidad .....	72
CAPÍTULO III.....	73
ESTUDIO DE MERCADO .....	73
Planteamiento del problema de investigación.....	73
Objetivos de la investigación .....	73
Objetivo general.....	73
Objetivos específicos .....	73
Variables .....	74
Indicadores que definen las variables .....	74
Producción .....	74
Comercialización .....	74
Adquisición.....	74
Mercado .....	74
Matriz de relación diagnóstica .....	75
Consumidor del producto.....	75

Estructura del mercado .....	76
Marco muestral o universo.....	76
Tamaño de la muestra .....	77
Metodología de la investigación de campo.....	78
Diseño del instrumento de investigación .....	78
El levantamiento de la investigación .....	78
Tabulación y procesamiento de la investigación .....	79
Análisis de resultados .....	79
Análisis de la demanda .....	98
Proyección de la demanda .....	98
Análisis de la oferta .....	99
Proyección de la oferta.....	100
Balance de oferta / demanda .....	101
Precio. ....	102
Estrategias de mercado .....	102
Estrategias de comercialización.....	103
Canales de comercialización.....	106
Conclusión del estudio de mercado. ....	107
CAPÍTULO IV.....	108
ESTUDIO TÉCNICO .....	108
Localización del proyecto .....	108
Macro localización.....	108
Micro localización .....	110
Ingeniería del proyecto .....	112
Procesos de producción.....	112
Ingeniería del proyecto .....	116
Diagrama de flujo .....	116
Obras civiles.....	117
Presupuesto técnico.....	117
Inversión variable.....	122
Inversión diferida .....	123
Resumen de la inversión del proyecto .....	123
CAPÍTULO V.....	125
ESTUDIO FINANCIERO .....	125

Introducción .....	125
Determinación de los ingresos .....	125
Determinación de los costos y gastos .....	126
Costos.....	127
Costos de producción.....	127
Gastos administrativos .....	132
Gasto de ventas .....	136
Gastos constitución .....	138
Depreciación de activos fijos.....	138
Gastos financieros.....	139
Estados financieros .....	140
Balance de situación inicial .....	140
Estado de resultados.....	141
Flujo de efectivo financiero .....	143
Evaluación de la inversión financiera .....	144
Costo de oportunidad .....	144
Cálculo del valor actual neto (VAN) .....	145
Tasa interna de retorno (TIR) .....	146
Beneficio - costo .....	146
Punto de equilibrio.....	147
Periodo de recuperación de la inversión .....	148
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>150</b>
<b>PROPUESTA ESTRATEGICA .....</b>	<b>150</b>
La empresa .....	150
Titularidad de propiedad de la empresa .....	151
Tipo de empresa.....	151
Base filosófica.....	151
Principios y valores corporativos.....	151
La organización:.....	152
Organigrama estructural.....	153
Manual de funciones .....	153
Gerente.....	154
Secretaria- Recepcionista.....	155
Contadora.....	156

Vendedor.....	157
Operarios.....	157
Propuesta estratégica.....	158
Identificación de los productos y servicios.....	158
Normativa sanitaria, técnica y comercial.....	160
CAPÍTULO VII.....	164
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	164
Impacto social.....	165
Impacto económico.....	167
Impacto cultural.....	168
Impacto empresarial.....	169
Impacto ético.....	171
Impacto ambiental.....	172
Impacto general.....	174
CONCLUSIONES.....	175
RECOMENDACIONES.....	177
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	178
BIBLIOGRAFÍA.....	178
LINKOGRAFÍA.....	180
ANEXOS.....	181
ANEXO A.....	182
ANEXO C.....	187
ANEXO D.....	189
ANEXO E.....	190
ANEXO F.....	191
ANEXO G.....	196
ANEXO H.....	198
ANEXO I.....	199
ANEXO J.....	200
ANEXO K.....	201
ANEXO L.....	202
ANEXO M.....	203
IMPUESTO PREDIAL LOCAL.....	203

## ÍNDICE DE CUADROS

1.	Organización territorial.....	31
2.	Población urbana y rural .....	31
3.	Género.....	32
4.	Auto identidad étnico racial.....	33
5.	Población económicamente activa.....	34
6.	Nivel de educación.....	35
7.	Tenencia de vivienda .....	36
8.	Procedencia del agua .....	37
9.	Servicio eléctrico .....	37
10.	Recolección de basura .....	38
11.	Teléfono convencional.....	39
12.	Según grupos ocupacionales.....	40
13.	Estructura productiva de Imbabura.....	40
14.	Tipos de productos agrícolas .....	41
15.	Matriz AOOD .....	42
16.	Composición nutritiva de la yuca .....	47
17.	Alimentos en los que se puede utilizar la harina de yuca .....	49
18.	Matriz de relación diagnóstica.....	75
19.	Población muestral.....	77
20.	Actividad económica .....	80
21.	Trabajo fijo .....	81
22.	Ingreso de acuerdo a la actividad realizada .....	82
23.	Consumo de dulce.....	83
24.	Frecuencia de consumo de dulce .....	84
25.	Variedad de dulces.....	85
26.	Lugar de compra de la variedad de dulce .....	86
27.	Aceptación del producto .....	87
28.	Tamaño del producto .....	88
29.	Cantidad de consumo.....	89
30.	Material del envase .....	90
31.	Precio del producto .....	91
32.	Expendio de dulces .....	92

33. Frecuencia de consumo.....	93
34. Cantidad de consumo.....	94
35. Tamaño de envases.....	95
36. Venta de dulce de yuca.....	96
37. Consumir dulce de yuca.....	97
38. Demanda en gramos.....	98
39. Cálculos demanda proyectada en gramos.....	99
40. Oferta.....	100
41. Cálculos proyección de la oferta.....	101
42. Balance de oferta / demanda.....	101
43. Proyección del precio.....	102
44. Método cualitativo por puntos.....	111
45. Muebles y enseres.....	118
46. Equipo de computación.....	119
47. Maquinaria y equipo.....	119
48. Suministros y materiales.....	120
49. Adecuaciones.....	121
50. Edificio.....	121
51. Resumen de activos fijos.....	121
52. Capital de trabajo.....	122
53. Activos diferidos.....	123
54. Inversión.....	123
55. Ingresos en dólares.....	126
56. Materia prima directa.....	127
57. Proyección de materia prima directa en gramos.....	128
58. Mano de obra directa año 1.....	128
59. Mano de obra directa año 2.....	128
60. Mano de obra directa año 3.....	129
61. Mano de obra directa año 4.....	129
62. Mano de obra directa año 5.....	129
63. Costos indirectos de fabricación (Servicios básicos).....	130
64. Distribución de los costos indirectos (Servicios básicos).....	130
65. Costos indirectos de fabricación (envases y etiquetas).....	130
66. Costo de producción de 125g.....	131

67. Costo de producción de 250g.....	131
68. Costo de producción de 500g.....	131
69. Sueldo personal administrativo año 1 .....	132
70. Sueldo personal administrativo año 2 .....	132
71. Sueldo personal administrativo año 3 .....	132
72. Sueldo personal administrativo año 4.....	133
73. Sueldo personal administrativo año 5 .....	133
74. Honorarios .....	133
75. Proyección de horarios.....	134
76. Servicios básicos (administrativos) .....	134
77. Proyección de los servicios básicos (administrativos).....	134
78. Gastos generales .....	135
79. Proyección de los gastos generales .....	135
80. IESS Patronal 12.15%.....	135
81. Proyección IESS Patronal 12.15%.....	135
82. Publicidad .....	136
83. Proyección de publicidad.....	136
84. Sueldo personal de ventas año 1 .....	137
85. Sueldo personal de ventas año 2 .....	137
86. Sueldo personal de ventas año 3 .....	137
87. Sueldo personal de ventas año 4 .....	137
88. Sueldo personal de ventas año 5 .....	138
89. Gastos constitución.....	138
90. Depreciaciones.....	139
91. Amortización del préstamo.....	140
92. Estado de resultados en dólares .....	142
93. Flujo de efectivo financiero en dólares .....	143
94. Costo de oportunidad .....	144
95. Valor Actual Neto.....	145
96. Flujos actualizados.....	146
97. Ingresos y egresos actualizados .....	147
98. Punto de equilibrio.....	148
99. Periodo de recuperación de la inversión .....	149
100. Matriz de impactos.....	164

101. Criterios .....	165
102. Impacto social .....	165
103. Impacto económico.....	167
104. Impacto cultural .....	168
105. Impacto empresarial.....	169
106. Impacto ético.....	171
107. Impacto ambiental.....	172
108. Impacto general.....	174

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1.	Organización territorial .....	30
2.	Actividad económica .....	80
3.	Trabajo fijo .....	81
4.	Ingreso de acuerdo a la actividad realizada .....	82
5.	Consumo de dulces .....	83
6.	Consumo de dulces .....	84
7.	Variedad de dulces .....	85
8.	Lugar de compra de la variedad de dulce .....	86
9.	Aceptación del producto .....	87
10.	Tamaño del producto .....	88
11.	Cantidad de consumo .....	89
12.	Material del envase .....	90
13.	Precio del producto .....	91
14.	Expendio de dulces .....	92
15.	Frecuencia de consumo .....	93
16.	Cantidad de consumo .....	94
17.	Tamaño de envases .....	95
18.	Venta de dulce de yuca .....	96
19.	Consumir dulce de yuca .....	97
20.	Gorras .....	105
21.	Vajilla .....	105
22.	Volantes .....	106
23.	Cuña radial .....	106
24.	Comercialización.....	107
25.	Mapa Imbabura – Ibarra .....	109
26.	Croquis de ubicación .....	112
27.	Recepción de mercadería .....	112
28.	Selección de la yuca .....	113
29.	Pelado de la yuca.....	114
30.	Cortado de la yuca .....	114
31.	Entrega del producto .....	116
32.	Proceso productivo .....	116

33. Slogan .....	150
34. Etiqueta .....	150
35. Estructura organizacional .....	153

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. Antecedentes

Imbabura la Provincia azul de los lagos como se la conoce, le debe esa condición al tener dentro de su territorio, los lagos y lagunas más hermosos del Ecuador, solo basta recordar a la legendaria Laguna de Yahuarcocha o Lago de Sangre, en donde se libró una encarnizada batalla entre los ejércitos Inca y Caranqui, en el Cantón Ibarra, así como El lago San Pablo en el Cantón Otavalo y Cuicocha en el Cantón Cotacachi, entre otras

Las tierras imbabureñas se placen de ser eminentemente fértiles, el territorio en forma general es irregular abarca varias elevaciones representativas como el Taita Imbabura, la Mama Cotacachi, posee extensos valles predominando el Valle del Chota donde se asienta el pueblo afro ecuatoriano, La provincia posee climas variados que favorecen la producción agrícola y pecuaria.

Se encuentra conformado de seis Cantones, cada uno con sus diferentes manifestaciones culturales que enriquecen la identidad imbabureña, Ibarra la capital de la provincia emerge como el eje administrativo, político y económico, Otavalo cantón que ha sido la carta de presentación de Ecuador al mundo por su tradicional mercado de ponchos, Cotacachi en donde la industria del cuero ha proyectado el desarrollo, Antonio Ante que alcanzó un crecimiento textil y económico inimaginable solo hasta hace años atrás, Pimampiro, conocido como la tierra del sol que se constituye como el abastecedor de productos agrícolas y Urcuquí que en la actualidad busca incorporarse como un polo de desarrollo educativo y científico con la presencia del Yachay o ciudad del conocimiento. La Imbabura fue creada el 25 de junio de

1824 de acuerdo con la Ley de División Territorial de Colombia expedida por el Gral. Francisco de Paula Santander, tiene una extensión aproximada de 4.523 Km<sup>2</sup>, limita al norte con la provincia de Carchi, al sur con la provincia de Pichincha, al este con Sucumbíos y al oeste con Esmeraldas.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. General**

Realizar el diagnóstico situacional en la Ciudad de Ibarra, para determinar los aliados, oportunidades, amenazas y fortalezas existentes.

### **1.2.2. Específico**

- Analizar los aspectos geográficos de la Ciudad de Ibarra.
- Determinar los aspectos demográficos sobre la población de Ibarra.
- Analizar la situación económica y social de la población de la ciudad de Ibarra.

## **1.3 Análisis del entorno**

El análisis del entorno, trata de establecer y realizar el estudio de las tendencias, fuerzas o fenómenos que intervienen directa e indirectamente, esto se lo realiza con la finalidad de identificar las Oportunidades y Amenazas que confrontará el desarrollo de la microempresa; entre los factores que se analizan están los geográficos, demográficos, económicos y sociales.

### **1.3.1 Aspecto geográficos**

#### **a) UBICACIÓN**

El cantón Ibarra se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador. Los límites del Cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste

con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

## b) ORGANIZACIÓN TERRITORIAL

El cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y la Dolorosa de Priorato y siete parroquias rurales: Ambuqui, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio.

En el gráfico siguiente se muestra la organización territorial del Cantón Ibarra:

### GRÁFICO N° 1

#### *Organización territorial*



Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra  
Elaborado por: La Autora

La organización territorial según el último censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010, es la siguiente como se muestra en el cuadro:

### CUADRO N° 1

#### Organización territorial

Parroquias	Población
AMBUQUI	5,477
ANGOCHAGUA	3,263
CAROLINA	2,739
IBARRA	139,721
LA ESPERANZA	7,363
LITA	3,349
SALINAS	1,741
SAN ANTONIO	17,522
<b>Total</b>	<b>181,175</b>

Fuente: INEC (CPV 2010)  
Elaboración: La Autora

### 1.3.2. Aspectos demográficos

#### a) POBLACIÓN DEL CANTÓN IBARRA

Según el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010, la población del cantón Ibarra entre urbana y rural refleja los siguientes datos

### CUADRO N° 2

#### Población urbana y rural

PARROQUIAS	URBANO	RURAL	TOTAL
AMBUQUI	-	5,477	5,477
ANGOCHAGUA	-	3,263	3,263
CAROLINA	-	2,739	2,739
IBARRA	131,856	7,865	139,721
LA ESPERANZA	-	7,363	7,363
LITA	-	3,349	3,349
SALINAS	-	1,741	1,741
SAN ANTONIO	-	17,522	17,522
<b>Total</b>	<b>131,856</b>	<b>49,319</b>	<b>181,175</b>

Fuente: INEC (CPV 2010)  
Elaboración: La Autora

En el Cantón Ibarra existen 181.175 habitantes de los cuales el 72.78% del total de la población corresponde a la que habita en el área urbana, la diferencia correspondiente al 27.22% es del área rural, como se puede analizar según estos datos existe mayor número de personas en el área urbana.

## b) GÉNERO

Según el último censo realizado en el año 2010, en la Ciudad de Ibarra el género de la población es el siguiente.

### CUADRO N° 3

#### Género

DESCRIPCIÓN	HOMBRE	MUJER	TOTAL
AMBUQUI	2,707	2,770	5,477
ANGOCHAGUA	1,510	1,753	3,263
CAROLINA	1,448	1,291	2,739
IBARRA	67,165	72,556	139,721
LA ESPERANZA	3,686	3,677	7,363
LITA	1,788	1,561	3,349
SALINAS	887	854	1,741
SAN ANTONIO	8,595	8,927	17,522
<b>Total</b>	<b>87,786</b>	<b>93,389</b>	<b>181,175</b>

Fuente: INEC (CPV 2010)  
Elaboración: La Autora

Con los datos expuestos, el 51.54% del total de la población ibarreña son mujeres, el 48.46% son hombres, esto es un fenómeno que se da a nivel nacional, es común que el sexo femenino prevalezca sobre el masculino

### c) AUTOIDENTIDAD ÉTNICO RACIAL

En el Ecuador existen distintas etnias, sin embargo hasta el último censo realizado en el año 2010, no se tenía datos estadísticos de cuantas razas había exactamente, en el cuadro siguiente se muestra los tipos de etnias existentes en el Cantón Ibarra:

#### CUADRO N° 4

##### *Auto identidad étnico racial*

PARROQUIAS	INDÍGENA	AFRO ECUATORIANO	MONTUBIO	MESTIZO	BLANCO	OTRO	Total
AMBUQUI	405	2,981	8	1,999	83	1	5,477
ANGOCHAGUA	3,004	4	4	245	6	-	3,263
CAROLINA	50	978	27	1,582	100	2	2,739
IBARRA	5,714	9,790	466	117,514	5,995	242	139,721
LA ESPERANZA	5,182	51	7	2,063	58	2	7,363
LITA	838	434	15	1,956	79	27	3,349
SALINAS	39	1,008	9	653	31	1	1,741
SAN ANTONIO	775	502	58	15,663	505	19	17,522
<b>Total</b>	16,007	15,748	594	141,675	6,857	294	181,175

Fuente: INEC (CPV 2010)  
Elaboración: La Autora

En el Cantón Ibarra la etnia que predomina es la mestiza que comprende el 78.19% de la población, en segundo lugar prevalece con el 8.84% la correspondiente a los indígenas, seguido por el pueblo afro ecuatoriano con un 8.63%, las demás etnias tienen un porcentaje relativamente bajo.

### d) POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA

Se considera población económicamente activa (PEA) al grupo de personas que, dentro de las edades productivas, se encuentran ocupadas o desocupadas, de tal manera que se puede hablar de una PEA activa y de una PEA inactiva.

Entre las personas activas u ocupadas se ubica a empleados, subempleados o desempleadas, así como a quienes trabajan por cuenta propia. Y entre las inactivas se incluye

a quienes realizan actividades de estudio o quehaceres domésticos, a los jubilados o pensionistas, y a las personas que están impedidas para trabajar.

Según el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010, la población económicamente activa en el Cantón Ibarra se encuentra distribuida de la siguiente manera.

### CUADRO N° 5

#### *Población económicamente activa*

PARROQUIA	GÉNERO	PEA
AMBUQUÍ	Hombre	1,385
	Mujer	841
	<b>Total</b>	2,226
ANGOCHAGUA	Hombre	723
	Mujer	438
	<b>Total</b>	1,161
CAROLINA	Hombre	806
	Mujer	252
	<b>Total</b>	1,058
IBARRA	Hombre	35,910
	Mujer	27,960
	<b>Total</b>	63,870
LA ESPERANZA	Hombre	1,892
	Mujer	853
	<b>Total</b>	2,745
LITA	Hombre	893
	Mujer	306
	<b>Total</b>	1,199
SALINAS	Hombre	464
	Mujer	250
	<b>Total</b>	714
SAN ANTONIO	Hombre	4,622
	Mujer	2,887
	<b>Total</b>	7,509
<b>TOTAL</b>	Hombre	46,695
	Mujer	33,787
	<b>Total</b>	80,482

Fuente: INEC (CPV 2010)  
Elaboración: La Autora

La población económicamente activa del Cantón Ibarra es de 80.482 personas de las cuales el 58.02% corresponde a los hombres y el 49.98% son mujeres, lo que significa que los hombres son quienes aportan a la economía del país.

### 1.3.3. Aspectos sociales

Las consideraciones sociales se las ha dividido en: Educación, vivienda y servicios.

#### a) EDUCACIÓN

La educación en su mayor porcentaje es decir el 36% corresponde al nivel de educación primario, seguido por el 22% secundario, siendo estos los porcentajes más evidentes, esto datos son preocupantes ya que no existe muchos profesionales esto tan solo es el 17%.

La principal causa para que la educación superior tenga un porcentaje bajo es para estudiar una carrera a nivel de Universidad, además las universidades más cercanas se encontraban en la Ciudad de Quito; sin embargo en la actualidad existen muchas universidades en el Cantón, lo que significa que los jóvenes se están optando el obtener un título universitario necesario para lograr el desarrollo tanto social como económico del Cantón y del País en general.

#### **CUADRO N° 6**

##### *Nivel de educación*

<b>NIVEL DE EDUCACIÓN</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Ninguno	6,542	4%
Centro de Alfabetización/(EBA)	873	1%
Preescolar	1,687	1%
Primario	58,175	36%
Secundario	36,847	22%
Educación Básica	13,554	8%
Bachillerato - Educación Media	11,349	7%
Ciclo Pos bachillerato	1,364	1%
Superior	28,650	17%
Postgrado	2,024	1%
Se ignora	2,795	2%
<b>Total</b>	<b>163,860</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC (CPV 2010)  
Elaboración: La Autora

## b) VIVIENDA

Del total de viviendas que son 48.666 en el Cantón Ibarra, el 42% son de propiedad de los habitantes, siendo este un porcentaje alto; sin embargo este dato preocupa al Gobierno Nacional por lo que en la actualidad está incentivando a las personas para la compra de viviendas propias ofreciendo facilidades de pagos para todo nivel social.

### CUADRO N° 7

#### Tenencia de vivienda

TENENCIA O PROPIEDAD DE LA VIVIENDA	CASOS	%
Propia y totalmente pagada	20,457	42
Propia y la está pagando	3,674	8
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	3,820	8
Prestada o cedida (no pagada)	6,215	13
Por servicios	730	2
Arrendada	13,462	28
Anticresis	308	1
<b>Total</b>	<b>48,666</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC (CPV 2010)  
Elaboración: La Autora

## c) SERVICIOS BÁSICOS

En el Cantón Ibarra cuenta con todos los servicios básicos necesarios para poder vivir en una sociedad más justa e igualitaria, continuación se muestra los cuadros de los servicios básicos existentes en el Cantón:

**CUADRO N° 8****Procedencia del agua**

Procedencia principal del agua recibida	Viviendas	%
De red pública	43.123	90,75 %
De pozo	415	0,87 %
De río, vertiente, acequia o canal	3.563	7,50 %
De carro repartidor	37	0,08 %
Otro (Agua lluvia/albarrada)	383	0,81 %
<b>Total</b>	<b>47.521</b>	<b>100,00 %</b>

Fuente: INEC (CPV 2010)  
Elaboración: La Autora

En el Cantón Ibarra la procedencia del agua se da básicamente mediante la red pública en un 90.75%, la diferencia se lo hace por otras formas como es de un pozo, del río o vertiente, de carro repartido, entre otras.

**CUADRO N° 9****Servicio eléctrico**

Parroquias	Red de empresa eléctrica de servicio público	de Panel Solar	Generador de luz (Planta eléctrica)	Otro	No tiene	Total
AMBUQUI	1,391	-	3	4	68	1,466
ANGOCHAGUA	891	1	1	3	27	923
CAROLINA	695	-	-	-	43	738
IBARRA	36,754	3	12	15	192	36,976
LA ESPERANZA	1,612	-	-	3	82	1,697
LITA	617	-	2	-	111	730
SALINAS	457	-	1	1	4	463
SAN ANTONIO	4,443	-	3	7	75	4,528
<b>Total</b>	<b>46,860</b>	<b>4</b>	<b>22</b>	<b>33</b>	<b>602</b>	<b>47,521</b>

Fuente: INEC (CPV 2010)  
Elaboración: La Autora

En el Cantón Ibarra el 98.61% de los habitantes poseen el servicio eléctrico, los demás no tienen este servicio esto ocurre porque son vivienda en el área rural que no alcanza la distribución de la energía eléctrica en la actualidad.

### **CUADRO N° 10**

#### **Recolección de basura**

<b>Parroquias</b>	<b>Por carro recolector</b>	<b>La arrojan en terreno baldío o quebrada</b>	<b>La queman</b>	<b>La entierran</b>	<b>La arrojan al río, acequia o canal</b>	<b>De otra forma</b>	<b>Total</b>
AMBUQUI	959	325	111	31	29	11	1,466
ANGOCHAGUA	377	37	429	69	4	7	923
CAROLINA	141	345	166	39	35	12	738
IBARRA	34,990	599	1,061	171	58	97	36,976
LA ESPERANZA	1,293	86	277	25	11	5	1,697
LITA	192	299	145	52	33	9	730
SALINAS	386	17	35	18	4	3	463
SAN ANTONIO	3,912	207	300	84	11	14	4,528
<b>Total</b>	<b>42,250</b>	<b>1,915</b>	<b>2,524</b>	<b>489</b>	<b>185</b>	<b>158</b>	<b>47,521</b>

Fuente: INEC (CPV 2010)  
Elaboración: La Autora

La recolección de la basura en el Cantón Ibarra se lo hace por medio del carro recolector, siendo este un servicio que presta la municipalidad del Cantón; y el cual es el más usado; es decir todas las parroquias urbanas y ciertas rurales tienen este servicio de vital importancia para la ciudadanía en general.

**CUADRO N° 11*****Teléfono convencional***

<b>Parroquias</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Total</b>
AMBUQUI	389	1,089	1,478
ANGOCHAGUA	200	725	925
CAROLINA	234	512	746
IBARRA	19,268	18,713	37,981
LA ESPERANZA	390	1,319	1,709
LITA	53	685	738
SALINAS	190	283	473
SAN ANTONIO	2,106	2,510	4,616
<b>Total</b>	<b>22,830</b>	<b>25,836</b>	<b>48,666</b>

Fuente: INEC (CPV 2010)

Elaboración: La Autora

Según el último Censo de Población y vivienda Predominan en el Cantón Ibarra las personas que no poseen servicio de telefonía convencional esto se ve reflejado en el 53.09% que muestran los datos del INEC, es claro que en la actualidad la preferencia por el uso del teléfono móvil repercute en esta realidad.

**1.3.4. Aspectos económicos**

Este indicador corresponde a la población que participa en la producción de bienes y servicios, estando distribuida en las diferentes sectores de la economía: primario, secundario y terciario integrando grupos económicos específicos que se describe en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 12****Según grupos ocupacionales**

Grupo de ocupación (Primer nivel)	Casos	%
Directores y gerentes	1.966	2,46 %
Profesionales científicos e intelectuales	7.301	9,14 %
Técnicos y profesionales del nivel medio	3.075	3,85 %
Personal de apoyo administrativo	5.621	7,04 %
Trabajadores de los servicios y vendedores	16.888	21,14 %
Agricultores y trabajadores calificados	4.974	6,23 %
Oficiales, operarios y artesanos	13.027	16,31 %
Operadores de instalaciones y maquinaria	5.309	6,65 %
Ocupaciones elementales	12.816	16,04 %
Ocupaciones militares	175	0,22 %
no declarado	6.016	7,53 %
Trabajador nuevo	2.724	3,41 %
<b>Total</b>	<b>79.892</b>	<b>100,00 %</b>

Fuente: INEC (CPV 2010)

Elaboración: La Autora

Según el último censo de Población y Vivienda y el censo económico realizado en el año 2010 en la Ciudad de Ibarra el 6.23% se dedican a la agricultura, cuadro siguiente se muestra el total de productores de Imbabura, según datos obtenidos en el MAGAP:

**CUADRO N° 13****Estructura productiva de Imbabura**

<b>ESTRUCTURA PRODUCTIVA EN IMBABURA</b>			
Provincia	PEQUEÑOS PRODUCTORES		
	HAS	UPAS	HA/UPA
IMBABURA	68.140	30.762	2,2
IMBABURA (% DEL TOTAL)	24%	91%	
Provincia	MEDIANOS PRODUCTORES		
	HAS	UPAS	HA/UPA
IMBABURA	106.011	2.594	41
IMBABURA (% DEL TOTAL)	37%	8%	
Provincia	GRANDES PRODUCTORES		
	HAS	UPAS	HA/UPA
IMBABURA	109.507	430	254
IMBABURA (% DEL TOTAL)	39%	1%	
Provincia	TOTAL PRODUCTORES		
	HAS	UPAS	HA/UPA
IMBABURA	283.659	33.786	8,40
IMBABURA (% DEL TOTAL)	100%	100%	

Fuente: Censo Nacional Agropecuario 2000. INEC - MAGAP  
ELABORACION: OCE

Fuente: INEC (CPV 2010)

Elaboración: La Autora

En la Provincia de Imbabura existen 33.786 agricultores, divididos en pequeños, medianos y grandes productores.

Mediante datos obtenidos por el MAGAP (Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca) los productos agrícolas que se dan en Ambuquí son los que a continuación se detallan:

**CUADRO N° 14**

***Tipos de productos agrícolas***

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Cultivos de ciclo corto	21	14%
Otros cultivos	6	4%
Frutas	70	47%
Caña de azúcar	42	28%
Yucas	11	7%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente: MAGAP Datos 2014  
Elaboración: La Autora

Es importante mencionar que los datos indicados corresponden al año 2014, es decir son valores actualizados, de los productos que cultivan en Ambuquí, como se observa hay una gran cantidad de personas que se dedican a cultivar sus tierras.

#### 1.4. Matriz AOOD (ALIADOS, Oponentes, Oportunidades, Amenazas)

##### CUADRO N° 15

##### Matriz AOOD

<b>ALIADOS</b>	<b>Oponentes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El consumo de la yuca ofrece múltiples beneficios para el organismo; sin embargo su uso no es muy frecuente, por tal razón nace la idea de explotar este nuevo y novedoso mercado.</li> <li>• En el Valle del Chota es el lugar idóneo para el cultivo de yuca, a más de esto se cuenta con los terrenos adecuados para dicha producción.</li> <li>• El producto es realmente innovador, ya que no existe en la actualidad ninguna persona que produzca dulce de yuca.</li> <li>• Existen Agricultores calificados en la producción de la yuca, por tal razón la materia prima será de calidad.</li> <li>• Talento humano técnico y capacitado en las distintas áreas de la microempresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El surgimiento de un producto sustituto, como los dulces tradicionales como son: de guayaba, mangar de leche, entre otros.</li> <li>• Débil posicionamiento en el mercado en relación a los competidores.</li> <li>• Alto salarios de los servicios profesionales y trabajadores</li> <li>• Los niveles de producción de la yuca no satisfacen la demanda requerida.</li> <li>• Insuficiente maquinaria para la producción de yuca.</li> <li>• Bajo nivel tecnológico para la producción y posterior entrega de la yuca a la microempresa.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Riesgos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En base a la información obtenida se establece la que existe una demanda insatisfecha</li> <li>• Facilidad de realizar convenios de cooperación con los agricultores de yuca.</li> <li>• Desarrollo de un emprendimiento sustentable e innovador.</li> <li>• Explotar los beneficios para el organismo que conlleva el consumir la yuca.</li> <li>• Mejorar la calidad de vida de los productores y consumidores.</li> <li>• Incentivar la producción de tubérculos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surgimiento de otras microempresas que oferten el mismo producto.</li> <li>• Incumplimiento de los proveedores en la entrega de la materia prima.</li> <li>• Plaga y enfermedades en el cultivo de la yuca</li> <li>• Incremento de los precios de los insumos para la elaboración del dulce</li> <li>• Altas tasas de interés en la obtención de préstamos</li> <li>• Existencia de un declive de las ventas en las temporadas de desastres naturales.</li> </ul>

### **1.5. Determinación de la oportunidad de inversión**

El análisis AOOR se puede evidenciar una aportación en los factores internos, que representan a las debilidades que conlleva a limitaciones de capital de trabajo, producción y capacidad instalada. De la misma manera los riesgos son aspectos externos negativos que atentan al normal funcionamiento de la microempresa.

Ante este aspecto se debe aprovechar de la mejor manera las oportunidades y establecer una política de inversión para mantenerse acorde al crecimiento de la demanda, ampliar los clientes y nichos de mercado rentables , logrando mantenerse y competir con ventajas que permitan posicionarse en el mercado con un producto de calidad y accesible a la población Ibarreña.

Se entrega la posibilidad de aprovechar el posicionamiento geográfico de la microempresa, tanto para adquisición de materia prima como la comercialización del producto a nuevos mercados.

Reivindicar a la yuca dentro del contexto gastronómico, cultural y económico del país, entregando un valor agregado en los aspectos sociales, nutricionales y rentables, generando un desarrollo y crecimiento económico, en el emprendimiento de iniciativas novedosas que desemboquen la generación de fuentes de empleo.

En conclusión con todo lo expuesto anteriormente nace la necesidad de realizar el estudio de factibilidad para realizar la producción y comercialización de dulce de yuca en la Ciudad de Ibarra y de esta manera mejorar la economía del sector.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

Para fundamentar la investigación y a la vez facilitar la comprensión, recurrimos a detallar el marco teórico en donde se ha visto oportuno dividir en seis temas: en el primer tema se menciona lo referente a las Generalidades de la Yuca, luego se procedió a desarrollar información sobre la Empresa, después se determinó los Fundamentos de la Mercadotecnia, se detalló lo concerniente a los Fundamentos de la Contabilidad, también se estableció los Estados Financieros y se culminó detallando los evaluadores Financieros, siendo estos temas la base de la investigación.

#### 2.1. Generalidades de la yuca

##### 2.1.1. Origen e historia de la yuca

*Según <http://www.infoagro.com/hortalizas/yuca.htm>: “La yuca o mandioca es una especie de origen americano, que se ha extendido en una amplia área de los trópicos americanos desde Venezuela y Colombia hasta el Noroeste de Brasil, con predominio de los tipos de yuca dulce en el norte y en la zona de Brasil los amargos”.*

De lo citado se puede decir que la yuca es un tubérculo de origen americano altamente nutritivo para el consumo humano, se desarrolla favorablemente en lo trópicos.

##### 2.1.2 .Características botánicas de la yuca

Al referirse a las características de la yuca en el link <http://www.mag.gov.py/usaid/mandioca%202010.pdf> se expresa lo siguiente: “La yuca es un arbusto perenne de tamaño variable, que puede alcanzar los 3 m de altura. Se pueden agrupar

*los cultivares en función de su altura en: bajos (hasta 1,50 m), intermedios (1,50-2,50 m) y altos (más de 2,5 m)”.*

Continúa ampliando que la yuca pertenece a la Familia Euphorbiaceae, es del género Manihot y su especie es Manihotesculenta. Ésta es la especie cultivada, aunque según estudios taxonómicos, son sinónimos de Manihotesculenta como: M. Utilísima, M. Aipi, M. Dulcis, M. Flexuosa, M. Flabellifolia, M. Difusa, M. Melanobasis, M. Digitiformis y M. Sprucei.

### **2.1.3. Variedades de yuca**

Varios expertos sobre el tubérculo concluyen que en forma general existen dos variedades de la yuca, que se resumen en la amarga y la dulce. Para sustentar lo dicho se toma como referencia al link que a continuación se detalla:

*[http://ecoportaldominicano.com/index.php?id=1410%3Aलयuca&format=pdf&option=com\\_content&Itemid=74](http://ecoportaldominicano.com/index.php?id=1410%3Aलयuca&format=pdf&option=com_content&Itemid=74) establece las características de los dos tipos del tubérculo que son:*

***La yuca amarga**, es de mayor tamaño que la dulce, la pulpa es muy blanca, muy rica en almidón y aunque se cocine siempre se mantiene dura, pues sus cáscaras son más gruesas y pegajosas.*

***La yuca dulce**, que se utiliza como verdura u hortaliza, es más pequeña, se ablanda fácilmente en la cocción y tiene dos cáscaras más delgadas y fácilmente separables, se puede comer directamente, después de hervirla, asarla o freírla.*

### **2.1.4. Importancia de la yuca.**

*Según la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación (FAO), la yuca es el cuarto producto de consumo básico después del arroz, trigo y maíz, ya que es considerada la principal fuente de carbohidratos y una fuente económica de energía alimentaria*

*especialmente para las personas de escasos recursos económicos, la FAO es el impulsor de la utilización de la yuca en países subdesarrollados del África, América Latina y Asia, ya que muchas personas dependen del tubérculo para su subsistencia. Expertos en seguridad alimentaria opinan que gracias a las bondades que ofrece la yuca es decir por su alto contenido calórico, la poca exigencia de su cultivo, resistente a las sequías y enfermedades es estimada para acabar con el hambre de las poblaciones pobre. Los agricultores marginales tienen ventajas para cultivar la yuca por los beneficios de este tubérculo, ya que se puede cultivar en cualquier época del año y en suelos marginales se necesita de pocos fertilizantes y agua. La yuca contribuye a que agricultores de bajos recursos económicos cultiven este tubérculo, por las oportunidades agroindustriales, incrementando la oferta exportable ya que es un producto no tradicional, incluso tiende a fomentar fuentes de trabajo y el crecimiento económico del país.*

#### **2.1.5. Valor nutricional**

La yuca posee un alto contenido de almidón, este hecho más su ingesta, le proporciona al organismo una buena fuente de energía para el organismo, es rica en Vitamina C. Para obtener una dieta balanceada con alto consumo de yuca, éste se debe complementar con otras fuentes vegetales o animales de proteína.

**CUADRO N° 16****Composición nutritiva de la yuca****Composición nutritiva media (por 100 g de base seca)**

Valor energético (kcal)	132,0
Agua (%)	65,2
Proteína (%)	1,0
Grasa (%)	0,4
Carbohidratos totales (%)	32,8
Fibra (%)	1,0
Cenizas (%)	0,6
Calcio (mg)	40,0
Fósforo (mg)	34,0
Hierro (mg)	1,4
Tiamina (mg)	0,05
Riboflavina (mg)	0,04
Niacina (mg)	0,60
Ácido ascórbico (mg)	19,00
Porción no comestible (%)	32,00

Fuente: Infoagro (2006)

Elaboración: La Autora

**2.1.6. Beneficios de la yuca**

*A continuación detallo los beneficios que la yuca brinda al ser humano esta información proviene de <http://alimentosparacurar.com/n/1037/propiedades-de-la-yuca-para-la-salud.html>*

*Entre los beneficios de la yuca o mandioca, cabe destacar su poder depurativo, debido a su contenido en resveratrol. Este principio activo es capaz de reducir los niveles de colesterol en sangre y a la vez mejora la circulación sanguínea al influir en la agregación plaquetaria. Así, la yuca sirve para prevenir arterioesclerosis y trombosis, además de facilitar un correcto drenaje linfático.*

*El poder desintoxicante de la yuca se refleja también en el caso de personas con problemas de gota o de exceso de ácido úrico, quienes mejoran con el consumo habitual de la planta.*

*Los indígenas de la zona de México empleaban la yuca como laxante natural. Sin embargo, la yuca es rica en taninos y, por lo tanto, ayuda a controlar diarreas y colitis.*

*Otras propiedades medicinales de la yuca se relacionan con su acción antiinflamatoria, tanto cuando se consume por vía oral o mediante su aplicación tópica. Por ello, la yuca es empleada desde muy antiguo como un remedio natural para mitigar dolores en general, especialmente los de tipo articular: artritis, artrosis y reuma.*

*En la actualidad se estudia la relación entre las saponinas de la yuca y el descenso en la intensidad de los procesos alérgicos.*

*Este aspecto contrasta con la acción inmuno estimulante de la yuca, pero no es incompatible. Otro de los beneficios de la yuca, en este caso para su uso externo, son sus propiedades bactericidas, que explican el uso del jugo de la planta para la desinfección de pequeñas heridas.*

### **2.1.7. Los derivados de la yuca**

#### **1. Lista de derivados de la yuca**

- Raíces frescas para consumo humano
- Raíces frescas para consumo animal
- Productos fritos
- Productos deshidratados: Tradicionales
- Hojuelas
- Productos congelados: trozos, puré.
- Productos empacados al vacío: trozos semicocidos y esterilizados

- Productos derivados del proceso industrial: corteza, fibra.
- Harina:
- Para alimento animal
- Para industrias alimentarias: Panaderías, bases para sopas, carnes procesadas, pastas, bases de bebidas.
- Almidón:
- Para consumo humano.
- Para industria papelera
- Productos fermentados: raíces enteras almidón agrio

### **CUADRO N° 17**

*Alimentos en los que se puede utilizar la harina de yuca*

<b>ALIMENTO</b>	<b>MATERIA PRIMA SUBSTITUIDA</b>	<b>NIVEL DE SUBSTITUCIÓN</b>	<b>DE VENTAJA DE HARINA DE YUCA</b>
Galletas	Harinas de trigo	10 %	Más crocante
Carnes procesadas	Harina de trigo - Almidón agrio de yuca	100 %	Mejor absorción de agua
Pan de trigo	Harina de trigo Almidón agrio de yuca	3 -20 %	Menor costo - Mejor sabor
Condimentos	Harina de trigo Harina de maíz	50 -100 %	Menor costo
Pastas de bajo costo	Harina de arroz Harina de maíz	20 - 35 %	Menor costo
Dulces de leche y frutas	Harina de arroz Almidón de maíz	50 -100 %	Más brillante - Mejor sabor

fuelle: : <http://taninos.tripod.com/yuca.htm>  
Elaboración: La autora

## **2. Descripción de productos derivados de yuca**

*En <http://taninos.tripod.com/yuca.htm>, se expresa el detalle de los derivados de la yuca así:*

*Con una tonelada (1,000 Kg) de Yuca fresca se puede obtener 280 Kg de Harina o 230 Kg de almidón o 350 Kg de trozos secos o 170 litros de alcohol.*

*Una forma de preservar la yuca fresca es picarla, secarla y molerla para ser incorporada en los alimentos concentrados para aves, camarones, cerdo y ganado lechero.*

*También la harina de yuca se puede utilizar para la industria de alimentos.*

*El potencial de mercado de la harina de yuca para uso de productos alimenticios diferentes al pan ha creado la necesidad de evaluar sistemas para producir harinas en el nivel de la planta de procesamiento de las raíces.*

*La yuca puede convertirse en una harina de alta calidad para utilizarse como sustituto de la harina de trigo, maíz y arroz entre otros.*

*Se la puede adicionar en formulaciones de alimentos esenciales para el consumo diario tales como el pan, la pasta, mezclas, etc.*

*También se puede utilizar la yuca para la producción de suplementos y de igual manera como espesante y extensor de sopas deshidratadas, de condimentos, papilla para bebé y dulces.*

### **2.1.8. Proceso de elaboración de harina de Yuca**

*En <http://taninos.tripod.com/yuca.htm> se detalla el proceso con claridad de otro de los usos que tiene la yuca, este consiste en la elaboración de harina de yuca, mismo que se comparte a continuación:*

- **Recibo y selección:** La yuca fresca se recibe en sacos que se pesan a su llegada a la planta. Se eliminan aquellas raíces con podredumbre o coloraciones extrañas.
- **Lavado y pelado:** Este proceso se realiza en un tambor cilíndrico donde las raíces de yuca reciben la presión del agua, la fricción de las raíces y de la lámina del tambor, lo cual origina el desprendimiento de las impurezas y la cascarilla.
- Las lavadoras tradicionales utilizan cargas desde 80 a 150 Kg., entre 30 a 45 l/min de caudal y de 5 a 15 minutos de lavado por bache.
- **Trozado:** Esta operación permite obtener pequeños trozos de yuca para facilitar el secado.
- **Secado:** Se emplea un secador de bandejas que trabaja con cualquier tipo de energía (leña, carbón, gas, petróleo).
- El aire ambiental circula por la superficie del quemador con un caudal de 3 m<sup>3</sup>/s, y una presión de 100 mm, y una vez calentado a la temperatura deseada ingresa a la cámara de secado.
- El tiempo de secado es de 10 horas a 65 °C.
- **Molienda:** Los trozos secos se muelen con un molino de martillos para obtener la harina. Esta se debe tamizar para separar gránulos gruesos y ya queda lista para empacar.
- **Empaque:** El empaque se hace en bolsas y sacos de plástico y papel, el objetivo fundamental es conservarla adecuadamente.
- **Almacenamiento:** la bodega de almacenamiento debe ser muy seca porque la harina fácilmente absorbe humedad.

### 2.1.9. Proceso de elaboración de Almidón de Yuca

En el link <http://www.infoagro.com/hortalizas/yuca.htm> se detalla puntualmente el proceso de la elaboración de Almidón de yuca mismo que comparto a continuación:

- **Pesado:** se determina el contenido en almidón, así como el estado de la yuca.

- **Lavado y descascarado:** el descascarado no se realiza cuando se va a procesar harina integral para alimentación animal.
- El agua se trata con sulfato de aluminio, para evitar que contenga óxido de hierro.
- **Selección:** la yuca pasa por una cinta transportadora en la que se eliminan las raíces dañadas o podridas no aptas para su procesado, así como aquellas con pedúnculos largos, que podrían romper los cilindros ralladores.
- **Troceado y rallado o molido:** las raíces entran en un tambor en el que giran una serie de aspas que las trocean se parten las raíces en trozos irregulares con la finalidad de facilitar el rallado de las mismas.
- La operación de rallado se lleva a cabo en los cilindros ralladores que desmenuzan la pulpa para así liberar los granos de almidón.
- **Tamizado:** tiene por objeto separar del almidón las partes fibrosas, que representa un 10-12% del producto. Se puede recuperar parte del almidón mediante un remolido y re tamizado.
- **Centrifugado:** se lleva a cabo para separar los granos de almidón del líquido del que está en suspensión y de ciertas impurezas. Se añade agua potable, siempre teniendo en cuenta que no sea dura, puesto que dejaría oxalato de calcio en el producto final.
- **Des humidificación:** en esta etapa la humedad se reduce hasta un 10-12%.
- **Clasificación:** la masa de almidón obtenida se pulveriza mediante rodillos. Esta operación se realiza mediante un tamiz de 100-200 mallas por pulgada con el que se separan los grumos de almidón, las fibras y otras partículas. Dicho material vuelve a reprocesarse y se almacena en un lugar seco.
- **Empaquetado:** la harina finalmente se envasa en sacos de papel de cubiertas múltiples.

### **2.1.10. Los usos industriales de la yuca**

El más destacado y tradicional uso industrial que tienen la yuca es como base para la producción de almidones, usados también en la fabricación de alimentos, pegantes, bases de tinta y pinturas y en la industria textil, entre otros usos.

El empleo de la yuca como materia prima en la fabricación industrial de alimentos para animales es relativamente reciente.

Este uso fue introducido por los europeos como alternativa al consumo de cereales y como mecanismos de apoyo al desarrollo de países asiáticos, con los cuales habían tenido relaciones coloniales; sin embargo, se ha usado desde hace muchos años en las fincas como alimento.

De a poco la industrialización de la yuca se ha ido consolidando, siendo usada en varias ramas de la industria alimenticia.

## **2.2. La empresa**

### **2.2.1. Concepto de empresa**

BRAVO, Mercedes (2011) *al referirse a la empresa la define de la siguiente manera:* “Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios” (Pág.3).

De lo antes citado podemos decir lo siguiente, la empresa se constituye como una organización que se encarga de la producción de bienes y servicios, los mismos que permiten satisfacer las demandas o necesidades del colectivo social; para este cumplimiento se necesita de la intervención programada de talento humano, recursos económicos, materia prima,

tecnología y capacitación, para que se fusionen favorablemente y dinamicen el aparato productivo.

### **2.2.2. Importancia de la empresa**

La empresa tiene una fundamental relevancia dentro de la economía de un país, puesto que la generación y multiplicación de emprendimientos, aporta notablemente con el desarrollo socio-económico, es así que responde a un requerimiento social recurrente, que es el de más plazas de trabajo.

Entonces la importancia crucial que tienen las empresas en su conjunto se traduce en la creación de fuentes de empleo suministrando a la sociedad en general la oportunidad de tener ingresos económicos que les permita a los individuos y a sus familias satisfacer sus necesidades más básicas.

### **2.2.3. Clasificación**

Es evidente que existen diversas clasificaciones de la empresa como tal, lógicamente que estas obedecen a la óptica de cada autor, pese a ello, a continuación se detallan tres tipos de categorización que se consideran básicas.

#### **1. Por su naturaleza.-**

Bajo esta temática, las empresas se clasifican en: Industriales, Comerciales y de Servicios

- **Empresas industriales:** Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.
- **Empresas Comerciales:** Son aquellas que se dedican a la compraventa de productos, convirtiéndose en intermediarios entre productores y consumidores.

- **Empresas de servicios:** Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.

## **2. Por el Sector al que pertenece.-**

Bajo esta temática, las empresas se clasifican en: Públicas, Privadas y Mixtas.

- **Empresas Públicas:** Son aquellas cuyo capital pertenece al Sector Público (Estado).
- **Empresas Privadas:** Son aquellas empresas cuyo capital pertenece o responde al sector privado ya sea este provenientes de personas naturales o jurídicas.
- **Empresas Mixtas:** Son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas Jurídicas).

## **3. Por la integración de su capital.-**

Bajo esta temática, las empresas suelen clasifican en dos tipos por un lado las Unipersonales y por otro Pluripersonales.

- **Empresas Unipersonales:** Son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural.
- **Empresas Pluripersonales:** Son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales.

### **2.2.4. Concepto de administración**

ANZOLA, Sérvulo (2010), manifiesta lo siguiente: *“La Administración es el conjunto de labores que se emprenden para alcanzar las metas u objetivos de la empresa con la ayuda de las ‘personas y los recursos’”* (pág. 52)

De lo antes expuesto se puede determinar que la administración se constituye como la ciencia encargada de diseñar a corto, mediano y largo plazo cada uno de las actividades que se

van a llevar a cabo en la empresa viabilizando el cumplimiento de los objetivos de una organización determinada, para conseguir este cometido se instrumenta un proceso sistémico que se resumen en la planificación, organización dirección y control.

### **2.2.5. Proceso administrativo**

*BATEMAN, Thomas y SNELL, Scott (2010) en torno a este tema manifiestan “En el mundo actual de los negocios,, los grandes ejecutivos no solo se adaptan a las condiciones cambiantes, sino que aplican de forma obsesiva, rigurosa, consistente y disciplinada las cuatro funciones tradicionales de la administración: Planificación, dirección, organización y control” (pág. 19)*

El Proceso administrativo en su contexto engloba todas y cada una de las tareas o actividades que deben ser realizadas por parte del encargado de administrar o dirigir una organización, esta serie de diligencias gerenciales siguen una secuencia lógica que desembocan en el cumplimiento de los objetivos empresariales, primando siempre la utilización eficaz de los recursos para mejorar o lograr altos índices de efectividad, desencadenando con ello el crecimiento organizacional.

#### **1. Planificación**

*ROBBINS, Stephen y COULTER Mary (2010) expresan lo siguiente: “La planificación implica definir los objetivos de la organización, establecer estrategias para lograr dichos objetivos, y desarrollar planes para integrar y coordinar actividades de trabajo” (pág. 144)*

La planificación se constituye como la primera etapa dentro del proceso administrativo de una organización, y se delimita dentro del campo de la estructuración y formulación de directrices o líneas de acción que permitirán conseguir resultados.

Es sin duda vital ya que marca el efecto que se pretende alcanzar en un determinado tiempo juntamente con las estrategias y tácticas que permitirán alcanzar los fines máximos de la empresa.

## **2. Organización**

ANZOLA, Sérvulo (2010), manifiesta lo siguiente: *“La organización es el proceso de organizar, es decir, la manera en que se dispone el trabajo y se asigna en entre el personal de la compañía para alcanzar eficientemente los objetivos de la misma”* (Pág. 94)

De lo antes dicho, se puede decir que la organización se la concibe como la fase o etapa en la cual el encargado de la administración distribuye las tareas o las actividades a cada uno de los individuos que forman parte de la estructura orgánica de la empresa.

- **Organigrama**

Existen algunas acepciones relativas a lo que es el organigrama, es así que:

*La Enciclopedia Practica de Administración (2011) al referirse al organigrama menciona que: “Es una sinapsis o un esquema de organización, en la que se detalla la estructura administrativa y técnica de los distintos órganos y funciones de la empresa, la jerarquía y la coordinación entre los distintos departamentos, así como la definición de los responsables que deben llevar a cabo cada una d las funciones señaladas”* (pág. 322)

Es fundamental el uso de esta esquematización ya que permite ilustrar cada uno de los roles que se deben realizar el personal de una organización, la ausencia de una estructura organizacional entorpece los procesos, y el talento humano pudiera estar subutilizado.

- **Dirección**

BATEMAN, Thomas y SNELL, Scott (2010) manifiestan al hablar de dirección que es: *“La función de la administración que involucra los esfuerzos de los directivos para estimular el buen desempeño de sus empleados”* (pág. 20)

La Dirección se resume como la fase de la administración en la cual el gerente se encarga de dirigir cada una de las actividades de los trabajadores de la estructura organizacional, la dirección implica sin duda el saber mandar, el influir sobre el equipo, propendiendo encontrar el equilibrio perfecto para motivar a cada uno de los miembros de la organización para que realicen cada una de las tareas asignadas.

- **Control**

BATEMAN, Thomas y SNELL, Scott (2010) nos dicen que el control es: *“La función de la administración que monitorea el desempeño y realiza los cambios necesarios”* (pág. 20)

Es fundamental el control ya que este permite detectar las desviaciones y posibles errores que pudieran presentarse en el proceso establecido en la planificación, La toma de decisiones y los correctivos facilitarán el cumplimiento de los logros empresariales. Solo recientemente se ha invertido contingentes económicos y humanos en la adquisición de conocimientos en capacitación para solventar esta crucial etapa del proceso administrativo.

### **2.2.6. Manual de funciones**

*En GARCÍA, Isabel (2013) al hablar de Manuales de Funciones se establece lo siguiente: “Son herramientas valiosísimas en el periodo de inducción, ya que solventan las posibles dudas en el desempeño de la nueva actividad pero también de validez constatada a lo largo de la vida del trabajador en la empresa”* (pág. 129)

El manual de funciones para el administrador se constituye como una herramienta fundamental y neurálgica, pues es de suma importancia para la gestión de recursos humanos y la estipulación de las actividades a realizar por parte de cada uno de los miembros que forman parte de la estructura organizacional

## **1. Recursos humanos**

En GARCÍA, Isabel (2013) se manifiesta que el talento humano *“Es un grupo de individuos, con conciencia e imagen de auto pertenencia que se organiza y se compromete para alcanzar una meta en común”*.

El talento humano es primordial en el desarrollo empresarial ya que es el que permite con su intervención la ejecución de las actividades, es el motor y la fuerza, es el alma de la empresa, es el principio y el fin del accionar empresarial que a través de la combinación de ciencia y tecnología permite que se consolide la producción.

## **2. Proceso de selección de personal**

En GARCÍA, Isabel (2013) se menciona lo siguiente: *“La selección tienen que ser entendida como un proceso dinámico, cuyo resultado es la elección de una persona, de entre otras, por su idoneidad para el desempeño de un puesto de trabajo dentro de la organización”*

La selección de personal sin lugar a dudas es una fase trascendental dentro de cualquier empresa porque significa sumarle a la organización talento humano valioso que a través de su contingente intelectual y manual se posicionara como el realizador de los procesos.

## **2.3. Fundamentos de la mercadotecnia**

### **2.3.1. Marketing**

BILANCIO, Guillermo (2011), refiriéndose al marketing dice *“Es la capacidad de interpretación, es explorar sobre aquellas necesidades que aún no se han manifestado”*. (pág. 15)

De lo que antecede, la mercadotecnia facilita al colectivo social el solventar una necesidad o requerimiento a través de algunos elementos validos que se resumen en una oferta asertiva de bienes y servicios promoviendo en el cliente una voluntad de compra.

### **2.3.2. Investigación de mercado**

*FLORES, Juan (2010), dice que la Investigación de Mercados es: “La forma de obtener información sobre las actividades, deseos, necesidades de los consumidores, la naturaleza y presentación dl producto, sobre las condiciones de los competidores, con el fin de elaborar criterios para la toma de decisiones en torno a la comercialización del bien o servicio” (Pág. 72).*

De lo manifestado anteriormente, se puede decir, que la investigación de mercados es un proceso sistemático y secuencial a través del cual se obtienen datos informativos y valiosos con respecto a un fenómeno de la realidad que en su momento sometemos al estudio.

La información recabada proporciona elementos de juicio necesarios para que el al investigador pueda sacar conclusiones vitales en la toma de decisiones.

### **2.3.3. Mercado**

Según SERRAF, Guy (2011), *en relación al mercado manifiesta lo siguiente “En su sentido más general, el lugar económico donde la oferta y la demanda se juntan”* (pág. 234).

El mercado es el escenario en el cual se desarrolla o se lleva a cabo el intercambio de bienes y servicios mitigar las necesidades humanas en el plano económico.

### **1. Segmento de mercado**

Un grupo de personas, empresas u organizaciones con características homogéneas en cuanto a deseos, preferencias de compra o estilo en el uso de productos, pero distintas de las que tienen otros segmentos que pertenecen al mismo mercado.

Además, este grupo responde de forma similar a determinadas acciones o estrategias de marketing; las cuales, son realizadas por empresas que desean obtener una determinada rentabilidad, crecimiento o participación en el mercado.

### **2. Mercado meta**

KOTLER, Philip y LANE, Kevin (2012) manifiestan que el mercado Meta es: *“Parte del mercado disponible calificado al que la empresa decide dirigir su oferta”* (pág. G7).

El mercado meta, es aquel en el cual recaen o apuntan todas las acciones para captar su atención, y conseguir con ello ofertarle un bien o un servicio que satisfaga sus necesidades.

En conclusión es a quien va dirigida toda la gama de canales publicitarios con el objetivo de conseguir su fidelidad.

#### **2.3.4. La demanda**

*FLORES, Juan (2010) Al referirse a la demanda dice: “La demanda es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan al consumo de un bien y un servicio. Para su estudio, es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y así mismo conocer la tendencia que muestra el bien y/o servicio que se va a comercializar y*

*con base en esa información poder proyectar el comportamiento futuro de la demanda” (Pág. 36).*

De lo antes citado, se puede decir que la demanda es la cuantía de bienes y servicios que los individuos estarían en la intención de adquirir o de comprar en el mercado para satisfacer sus necesidades.

### **2.3.5. La oferta**

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010043/lecciones/5ofertydem an2.htm> define a la oferta como: *“las diferentes cantidades que los productores estarán dispuestos y en condiciones de ofrecer en el mercado en función de los distintos niveles de precios posibles, en determinado tiempo.”*

De esta definición podemos establecer que la oferta no es otra cosa que no sea la cantidad de bienes y servicios que las empresas y compañías colocan en un segmento específico del mercado con el propósito evidente de que los consumidores los adquieran los mencionados bienes y servicios y solventen sus necesidades.

### **2.3.6. Las cuatro Ps.**

#### **1. Producto**

*ROJAS, Demóstenes (2013), define al producto así: “es el primer y más importante componente de la mezcla de marketing, que está constituido por una parte material, tangible (formas, color, sabor, envase, marca, precio) y otra parte intangible (valor, calidad, prestigio) que el vendedor ofrece y el comprador puede aceptar para satisfacer alguna de sus necesidades” (pág. 150)*

De lo expuesto se puede decir que producto es sin duda el conjunto de propiedades tangibles e intangibles que una empresa oferta al mercado meta.

El producto en si pudiera ser un bien tangible como por ejemplo un vehículo, intangible como el software de una computadora y la decisión de consumo de cualquiera de los productos la tiene el comprador.

## **2. Precio**

En el link <http://www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml> al hablar del precio expresa “*Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de que debe ser dado a cambio del bien o servicio*”.

Un bien o servicio de cualquier clase que este sea, tiene un valor monetario es recomendable que este sea atractivo para el consumidor, para que lógicamente las ventas se incrementen, ahora si al precio se le suma estándares de calidad tendrá es lógico que el producto tendrá mayor aceptación.

## **3. Plaza**

Se define como el lugar dónde se va a comercializar el producto o el servicio que se le ofrece al cliente. 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.

## **4. Promoción**

DURÁN, Felipe (2010) la Promoción “*Es el conjunto de actividades que se realiza la empresa para dar a conocer su producto o servicio a los clientes potenciales y generar ventas*” (pág. 72).

Promocionar es entonces establecer una serie de estrategias y actividades que se montan para canalizar la atención y la conquista de clientes para la de adquisición de un productos.

## **2.4. Fundamentos de la contabilidad**

### **2.4.1. Concepto de contabilidad**

*ZAPATA, Pedro (2011) define a la contabilidad de la siguiente manera: “Es la técnica fundamental de toda actividad económica que opera por medio de un sistema dinámico de control e información que se sustenta tanto en un marco teórico como en normas internacionales. La contabilidad se encarga del reconocimiento de los hechos que afectan al patrimonio; de la valoración justa y actual de los activos y obligaciones de la empresa y de la presentación relevante de la situación económica y financiera” (pág. 8).*

La contabilidad permite claramente determinar las operaciones o transacciones contables que desarrolla una empresa en un determinado periodo de tiempo, permiten que se pueda en cualquier momento obtener información financiera.

### **2.4.2. Importancia de la contabilidad**

*SARMIENTO, Rubén (2011), al hablar acerca de la importancia de la contabilidad dice que la misma: “Permite conocer con exactitud la real situación económico-financiera de una empresa; en cambio cuando no llevamos una contabilidad, no se conoce con exactitud: cuanto se tiene, cuanto nos deben o debemos, cuál es el volumen de compras, ventas, gastos; en definitiva sólo se tiene una idea aproximada de la situación económica de la empresa, o sea en forma empírica”.* (Pág. 5).

De lo antes mencionado podemos entender con claridad que toda empresa, por pequeña o grande que sea debe o necesita tener un control contable que se ajuste a las necesidades de la misma.

La Contabilidad es sumamente importante, ya que por medio de esta podemos registrar todas las transacciones efectuadas, mediante procedimientos contables facilita la toma de

decisiones pertinentes ya que la información determina el manejo eficiente de los recursos, si no se usa la contabilidad no se tendría un debido respaldo de los ingresos y gastos, sus números solo serían meras especulaciones.

Con su uso en cualquier momento podemos determinar la situación financiera o económica de la empresa, y saber si estamos tenemos o no rentabilidad.

### **2.4.3. Campos de especialización de la contabilidad**

La contabilidad debido a su vital importancia debe ser llevada en forma obligatoria por: Instituciones Públicas, Empresas Privadas o Autónomas, según disponga la ley.

#### **1. Contabilidad comercial o general.-**

Es aquella que se la utiliza en los negocios de compra y venta de mercaderías y servicios no financieros. Ejemplos: almacenes de calzado de electrodomésticos, empresas de transporte, de seguridad y vigilancia, entre otros.

#### **2. Contabilidad de Costos.-**

Se aplica especialmente en empresas manufactureras, mineras, agrícolas y pecuarias. Ejemplos: fábricas y talleres; sin embargo se puede usar también en empresas de servicios especializados o específicos. Como por ejemplo: hospitales, eléctricas y telefónicas

#### **3. Contabilidad Gubernamental.-**

Se aplica en las empresas y organismos del estado. Ejemplos: ministerios, universidades estatales, empresas públicas, entre otras.

#### **4. Contabilidad Bancaria.-**

Es aquella que se utiliza en las entidades financieras como bancos cooperativas, empresas de seguros y administradoras de fondos.

##### **2.5. Los Estados financieros**

SARMIENTO, Rubén (2011), expresa que: *“Son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el propósito de conocer la real situación económica financiera de la empresa”*. (Pág. 245)

Los estados financieros muestran con claridad la situación financiera de la empresa, a través de su presentación el buen manejo o por el contrario el mal manejo de las actividades comerciales de la misma queda en evidencia.

BRAVO, Mercedes (2011), manifiesta claramente que los estados financieros: *“Se elaboran al finalizar un periodo contable con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa”*. (Pág. 189)

Los estados financieros deben cumplir con el papel de otorgar información contable para el eficaz desarrollo de las actividades económicas y financieras. La información debe estar totalmente ceñida a la verdad.

Cabe destacar que el manejo acertado garantizar a la empresa la posibilidad de encontrar una estabilidad financiera que le permita crecer y posicionarse en el mercado.

##### **2.5.1. Estado de situación financiera**

Debe incluir y presentar en forma adecuada todos los activos, pasivos y clases de propietarios del patrimonio.

### **2.5.2. Estado de resultados**

Contiene una adecuada descripción de todos los ingresos, costos y gastos, que acarrearán el ejercicio de las actividades de una empresa, y lo podemos conceptualizar como el registro o el resumen de la información económica de un período determinado que por lo general es de un año.

### **2.5.3. Estado de evolución del patrimonio**

Deberá demostrar los cambios producidos en las cuentas patrimoniales en el período contable.

### **2.5.4. Estado de flujo de efectivo**

Presenta la información detallada de los cobros y pagos de efectivo de una empresa durante un período, permite evaluar la habilidad de la empresa para generar flujos de efectivo positivos, cubrir obligaciones y cumplir con sus necesidades de financiamiento externo.

### **2.5.5. Políticas contables y notas explicativas**

Las políticas contables son los principios, bases, convenciones, reglas y prácticas específicas adoptadas por una empresa en la preparación y presentación de los estados financieros.

### **2.5.6. Las notas a los estados financieros**

Incluyen descripciones narrativas o análisis más detallados de los montos presentados en los estados financieros, estas notas ayudan a los usuarios a entenderlos y compararlos con aquellos de otras empresas.

### **2.5.7. Activo**

Según MURCIA, Darío et al. (2010), al referirse a los activos manifiestan que: *“Representan los bienes, recursos y derechos de la empresa. Se clasifican en corrientes, fijos, diferidos y otros activos”* (pág. 265)

De lo mencionado podemos decir que el activo es todo el conjunto o la sumatoria de bienes y derechos reales que le pertenecen a una persona natural o jurídica que se desenvuelven en la actividad comercial y que se reflejan en su contabilidad.

### **2.5.8. Pasivo**

*Segundo las NIC - Normas Internacionales de Contabilidad, los pasivos son: “Las obligaciones actuales surgidas como consecuencia de sucesos pasados, para cuya extinción la empresa espera desprenderse de recursos que puedan producir beneficios o rendimientos económicos en el futuro. A estos efectos, se entienden incluidas las provisiones.*

Acotando entonces el pasivo siempre van a representar para una empresa todas y cada una de las obligaciones contraídas y un determinado momento cuando se venza el plazo deben ser cancelados.

### **2.5.9. Patrimonio**

En <http://ciberconta.unizar.es/leccion/cf002/100.HTM> al hablar del Patrimonio dice; *“Puede definirse como el conjunto de bienes, derechos y obligaciones que posee una unidad económica en una fecha determinada, y que constituye precisamente el objeto material de estudio de la contabilidad”.*

Entonces por patrimonio se lo puede entender todo el conjunto de relaciones de índole económico activas y pasivas imputadas a una persona natural o jurídica, estas se encuentran al servicio de sus fines.

## 2.6. Evaluadores Financieros

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

Según MURCIA, Darío et al. (2009), al referirse a la Tasa Interna de Retorno expresan: *“Es la tasa descuento, actualización o equilibrio que aplicada al flujo de caja del proyecto produce un valor presente neto igual a cero”*. (pág. 311)

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{\left[ VAN_{Ts} + VAN_{Ti} \right]}$$

Ti=Tasa inferior de redescuento

Ts=Tasa superior de redescuento

VAN=Valor positivo o negativo

### 2.6.2. Valor actual neto (VAN)

*PUENTES, Gloria (2011), manifiesta “El VAN es el valor monetario que resulta de la diferencia entre el valor actual neto de todos los ingresos y el valor actual neto de todos los egresos calculados en el flujo financiero neto teniendo en cuenta la tasa de interés de oportunidad”*(134)

$$VAN = \langle \text{Inversión} \rangle + \sum FC / (1 + i)^n$$

FC= flujos de caja proyectados

i= Tasa de descuento

N= Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto

### 2.6.3. Relación Beneficio/Costo (B/C)

Al aplicar la relación Beneficio/Costo, es importante determinar las cantidades que constituyen los Ingresos llamados “Beneficios” y qué cantidades constituyen los Egresos llamados “Costos”.

Esta herramienta permite relacionar los ingresos y los gastos que tendrá el proyecto pero en forma actualizada, a precios del período en que se realizan los estudios del proyecto.

La fórmula para calcular:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1 + i)^n}{\sum \text{Egresos} / (1 + i)^n}$$

### 2.6.4. Punto de equilibrio

Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos.

#### Fórmula de Cálculo

Gastos fijos (Gastos de inversión)

**Margen de Contribución**

**PE**=Punto de Equilibrio

**MC** =Margen de Contribución  $MC = PV - CV$

**PV** =Precio de Venta

**CV** =Costo Variable

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

Sirve para analizar la liquidez del proyecto o para medir en cuanto tiempo se recuperará la inversión, es el tiempo en que se tarda en recuperar el desembolso inicial.

Si los flujos netos de caja no son constantes el plazo de recuperación se calcula acumulando los sucesivos flujos de caja hasta que su suma sea igual al desembolso inicial.

### **2.6.6. Flujos de caja**

*Norma Internacional de Contabilidad No. 1, expone: “La información sobre los flujos de efectivo suministra a los usuarios las bases para la evaluación de la capacidad que la entidad tiene para generar efectivo y otros medios líquidos equivalentes, así como las necesidades de la entidad para la utilización de esos flujos de efectivo. La NIC 7 Estados de Flujo de Efectivo, establece ciertos requerimientos para la presentación del estado de flujo de efectivo, así como otras informaciones relacionadas con él”.*

De lo antes citado, se puede decir que el estado flujo de caja es fundamental ya que presenta datos fundamentales sobre entradas y desembolso del efectivo de un ciclo contable, facilita detectar las causas del porque se cumplió o no con una meta, su importancia radica en la identificación del uso apropiado de los recursos económicos de la empresa dentro del marco del cumplimiento de la operaciones y actividades.

### **2.6.7. Estados pro forma**

Estos consisten en el Balance Inicial y El Estado de Pérdidas y Ganancias, su finalidad es la de establecer pronósticos relacionados al futuro del proyecto, estos son elaborados en base a los presupuestos estimados de cada uno de los procesos de la puesta en marcha, desde la ejecución del mismo hasta su operación.

### **2.6.8. Rentabilidad**

Existen muchas medidas de rentabilidad, la cual relaciona los rendimientos de la empresa con sus ventas, activos o capital contable. En conjunto, estas medidas permiten al analista evaluar las utilidades de la empresa en relación con un nivel de ventas determinado, de activos por la inversión de los propietarios.

La rentabilidad también se la conoce como la relación entre los ingresos y los costos, generado por el uso de los activos de la empresa tanto circulantes como fijos en las actividades productivas.

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 Planteamiento del problema de investigación

En la Ciudad de Ibarra es tradicional la elaboración de dulces y golosinas; tales como: las nogadas, el arrope de mora, entre otros; las mismas que, ya forman parte de la gastronomía popular.

Ahora bien, el emprendimiento en estudio busca introducir a la yuca a la gama de dulces que se ofertan a la población ibarreña, por lo que es indispensable conocer a ciencia cierta varias consideraciones sustraídas de la población, esto sin duda permitió establecer un direccionamiento acertado y favorable en la creación de una microempresa que elabore dulce de yuca en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

#### 3.2 Objetivos de la investigación

##### 3.2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de mercado que permita identificar la aceptación del dulce de yuca en el cantón Ibarra.

##### 3.2.2 Objetivos específicos

- Establecer los niveles de producción de la yuca.
- Describir como actualmente comercializan su producción de yuca.
- Determinar las opciones que tiene la empresa de tener proveedores de la yuca.
- Analizar los diferentes aspectos del mercado acerca la producción de dulce de yuca en la ciudad de Ibarra.

### **3.3. Variables**

- Condiciones de producción de la yuca
- Comercialización
- Mercado
- Estrategias de opción de proveedores

### **3.4. Indicadores que definen las variables**

#### **3.4.1. Producción**

- Extensión de terreno
- Rendimiento
- Densidad de siembra

#### **3.4.2. Comercialización**

- Forma
- Precios
- Forma de pago

#### **3.4.3. Adquisición**

- Porcentaje de producción
- Precios
- Deseos de ser parte de proveedores

#### **3.4.4 Mercado**

- Oferta

- Demanda
- Competencia
- Rentabilidad

### 3.5. Matriz de relación diagnóstica

#### CUADRO N° 18

##### Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTES DE INFORMACIÓN
Establecer los niveles de producción de la yuca	Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extensión de terreno</li> <li>• Rendimiento</li> <li>• Comercialización</li> <li>• Densidad de siembra</li> </ul>	Encuesta	Agricultores
Describir como actualmente comercializan su producción de yuca	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios</li> <li>• Forma de pago</li> </ul>	Encuesta	Agricultores
Determinar las opciones que tiene la empresa de tener proveedores de la yuca	Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de producción</li> <li>• Precios</li> <li>• Deseos de ser parte de proveedores</li> </ul>	Encuesta	Agricultores
Analizar los diferentes aspectos del mercado acerca la producción de dulce de yuca en la ciudad de Ibarra	Mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta</li> <li>• Demanda</li> <li>• Competencia</li> <li>• Rentabilidad</li> </ul>	Entrevista Encuesta	Población económicamente activa de la Ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

### 3.6 Consumidor del producto

El presente proyecto tiene como finalidad llegar al consumidor final; es decir, a los habitantes del cantón Ibarra en su conjunto; sin embargo, también se pretende distribuir de

manera coordinada y establecer como clientes potenciales, los mismos que nos permitirán cumplir con este cometido serán los siguientes:

- Micro mercados
- Tiendas.

### **3.7 Estructura del mercado**

La Provincia se ha caracterizado por ser un lugar rico en ganadería, agricultura, floricultura e industria manufacturera logrando crear su propia economía y solventado las necesidades de la población y sus familias en todo su entorno, se han evidenciado mediante el aumento de plazas de trabajo.

Dentro del Cantón existe una serie de locales comerciales artesanales de producción de golosinas y dulces tradicionales; sin embargo, en lo que respecta la producción y comercialización de dulce de yuca en el sector no se evidencia ninguno emprendimiento por lo que es favorable la implantación de este producto en el mercado.

El presente estudio fue dirigido a micro mercados, tiendas y consumidores finales que se encuentran en el cantón Ibarra.

### **3.8 Marco muestral o universo**

El dulce de yuca está enfocado a toda la población ibarreña, ya que dicho consumo es muy habitual en toda edad; sin embargo para nuestro análisis tomamos como referencia un segmento de la población que va de 1 a 19 años, se realizó esta segmentación, ya que está demostrado que en esa edad es lo que más consumen dulces, la misma que según el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010 es el siguiente:

#### ***CUADRO N° 19***

**Población muestral**

Años	Hombre	Mujer	Total
De 1 a 4 años	4914	4741	9655
De 5 a 9 años	6438	6253	12691
De 10 a 14 años	6617	6400	13017
De 15 a 19 años	6275	6264	12539
<b>TOTAL</b>	<b>24244</b>	<b>23658</b>	<b>47902</b>

Elaborado por: La Autora  
Fuente: INEC Año: 2010

**3.8.1 Tamaño de la muestra**

Una vez determinado la población a la cual vamos a realizar las encuestas, se debe establecer el tamaño de la muestra, para la cual aplicamos la siguiente fórmula a un total de 47902 personas entre las edades de 1 a 19 años:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población total

N-1= Corrección para la muestra mayores a 30

$\sigma^2$ = Varianza de población, valor constante 0.25,

Z= Nivel de confianza que es de 95% que equivale a 1.96

E= Error Muestral 5%

$$n = \frac{47902 * 1,96^2 * 0,25}{0,05^2 (47902-1) + (1,96)^2 (0,25)^2}$$

$$n = \frac{47902 * 3,8416 * 0,25}{0,0025 (47901) + (3,8416) (0,0625)}$$

$$n = \frac{46005.08}{119.72 + (0,2401)}$$

$$n = \frac{46005.08}{119.96}$$

$$n = 383.51$$

$$n = 384 \text{ consumidores}$$

### **3.9 Metodología de la investigación de campo**

El levantamiento de la información se realizó en base a datos tanto de fuentes primarias como de fuentes secundarias. Entendiendo como fuente secundaria a la información obtenida mediante el internet fuente necesaria e indispensable para la búsqueda de información.

Mientras que de las fuentes primarias se recogió la información de los posibles consumidores del producto, a través de encuestas, entrevistas, observaciones de campo.

#### **3.9.1 Diseño del instrumento de investigación**

Esta encuesta permitió desarrollar un análisis del mercado, así como el del nivel de aceptación del dulce de yuca en la Ciudad de Ibarra.

#### **3.9.2 El levantamiento de la investigación**

El presente estudio es una investigación cualitativa y cuantitativa, donde se elaboró un cuestionario que permitió conocer cuáles son las preferencias de la población ibarreña con respecto al consumo de los dulces, además de ello facilitó la obtención de información trascendental que determina algunas consideraciones importantes tales como: La aceptación, adquisición y la satisfacción del cliente al consumir el dulce yuca.

### **3.10 Tabulación y procesamiento de la investigación**

Para la tabulación y procesamiento de los resultados de los datos obtenidos en la encuesta se utilizaron herramientas estadísticas como la medida de tendencia central y el sistema informático básico para tabulación de datos como es el EXCEL.

Con la tabulación y procesamiento de datos se logró obtener resultados claros y ordenados de cada pregunta realizada en la encuesta que hemos aplicado para el estudio, los resultados ayudaron a realizar el análisis del estudio de mercado.

#### **3.10.1 Análisis de resultados**

La encuesta fue aplicada a la población económicamente activa de la Ciudad de Ibarra.

### 1) ¿Qué tipo de actividad económica desarrolla usted, en su labor diaria?

#### CUADRO N° 20.

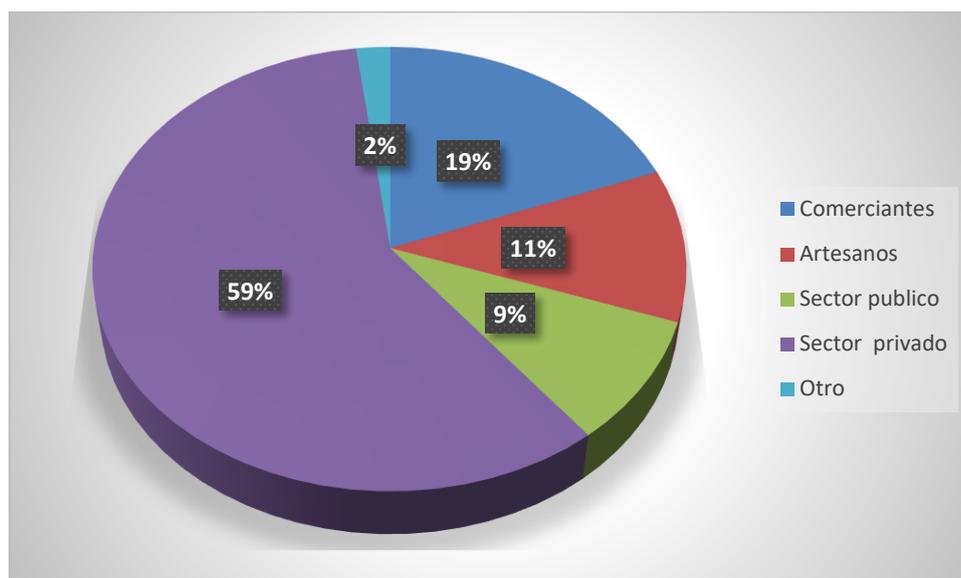
##### Actividad económica

DETALLE	FRECUENCIA	%
Comerciantes	72	0,19
Artesanos	43	0,11
Sector publico	36	0,09
Sector privado	224	0,58
Otro	9	0,02
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>1,00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### GRÁFICO N° 2.

##### Actividad económica



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

De acuerdo a la encuesta aplicada en el cantón Ibarra la mayor parte de la población ha manifestado que desempeña sus actividades laborales en el sector privado, en segundo lugar se encuentra los que son comerciantes dueños de negocio, siendo estas dos las actividades principales para la generación de ingresos.

## 2) ¿Tiene usted un trabajo fijo?

### CUADRO N° 21.

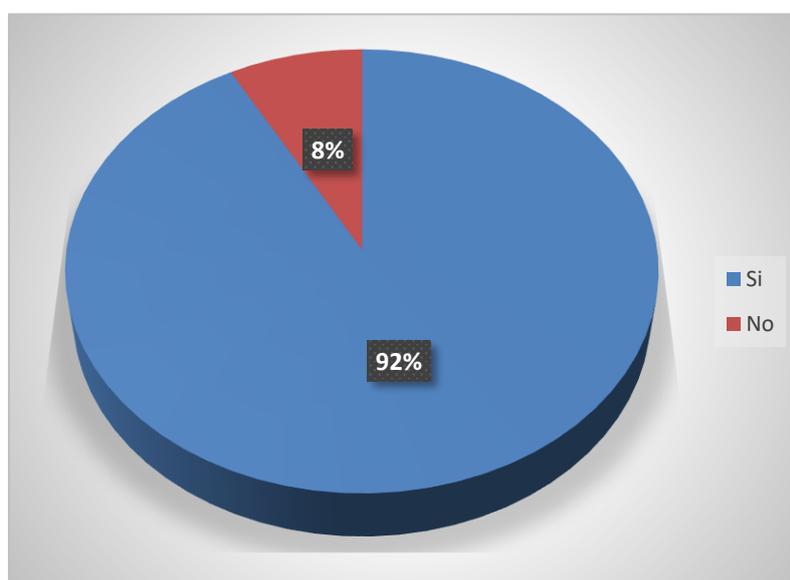
#### Trabajo fijo

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	354	0,92
No	30	0,08
	<b>384</b>	<b>1,00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

### GRÁFICO N° 3.

#### Trabajo fijo



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

### Análisis

La mayoría de los encuestados indican que tienen un trabajo fijo mismo que les genera un ingreso que les permite satisfacer sus necesidades y dar mayor seguridad a la economía familiar.

- 3) ¿Los ingresos mensuales en dólares, que percibe usted por realizar la actividad a la que se dedica están entre?

**CUADRO N° 22.**

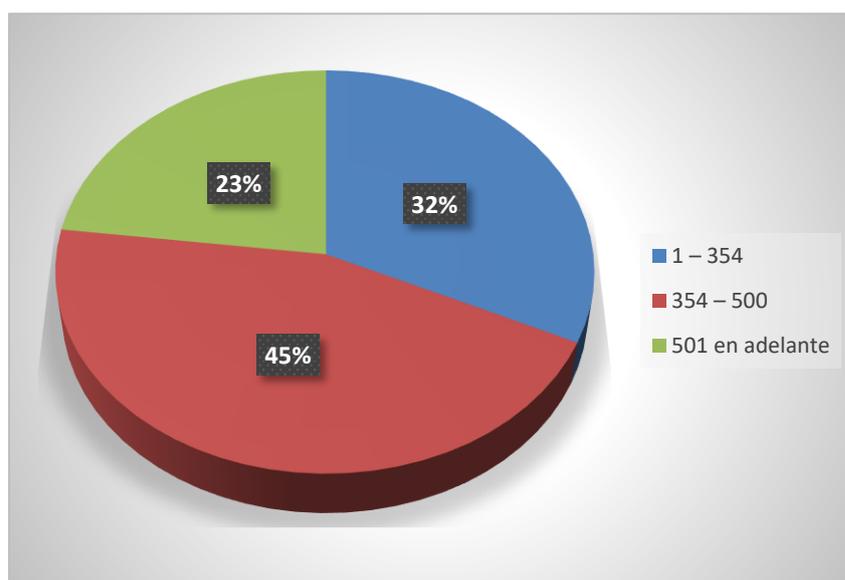
**Ingreso de acuerdo a la actividad realizada**

DETALLE	FRECUENCIA	%
1 – 354	124	0,32
354 – 500	173	0,45
501 en adelante	87	0,23
	<b>384</b>	<b>1,00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**GRÁFICO N° 4.**

**Ingreso de acuerdo a la actividad realizada**



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**Análisis**

La aplicación de la encuesta muestra que los ingresos que perciben las personas se encuentran mayoritariamente entre 354 y 500 dólares, lo que significa que las personas con lo que ganan logran cubrir la canasta básica vigente en el País.

#### 4) ¿Está dentro de su dieta diaria el consumo de dulces?

##### CUADRO N° 23

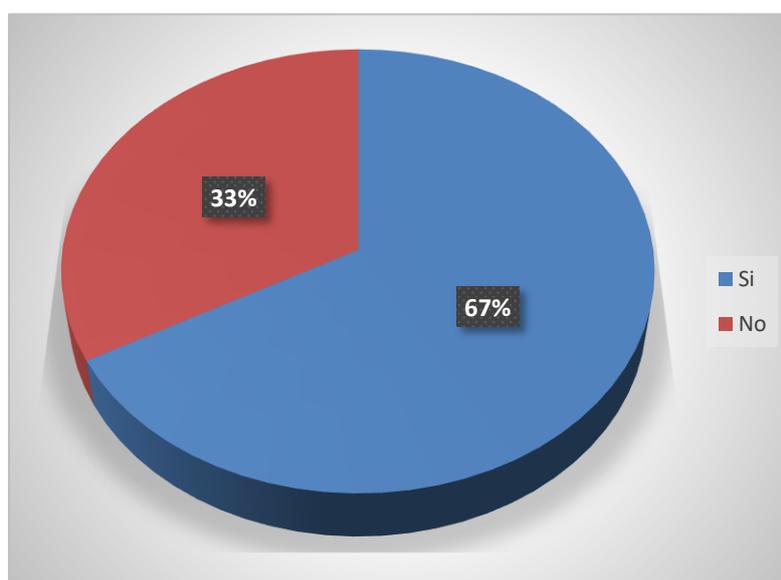
##### Consumo de dulce

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	258	0.67
No	126	0.33
	384	1.00

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

##### GRÁFICO N° 5.

##### Consumo de dulces



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

En el gráfico anterior muestra que en la Ciudad de Ibarra existe un consumo alto de dulces, del total de la población encuestada el 67% afirma que ha utilizado el dulce en su dieta diaria, mostrando de esta manera que el dulce forma parte de la alimentación de la población ibarreña.

## 5) ¿Con qué frecuencia consume dulces?

### CUADRO N° 24.

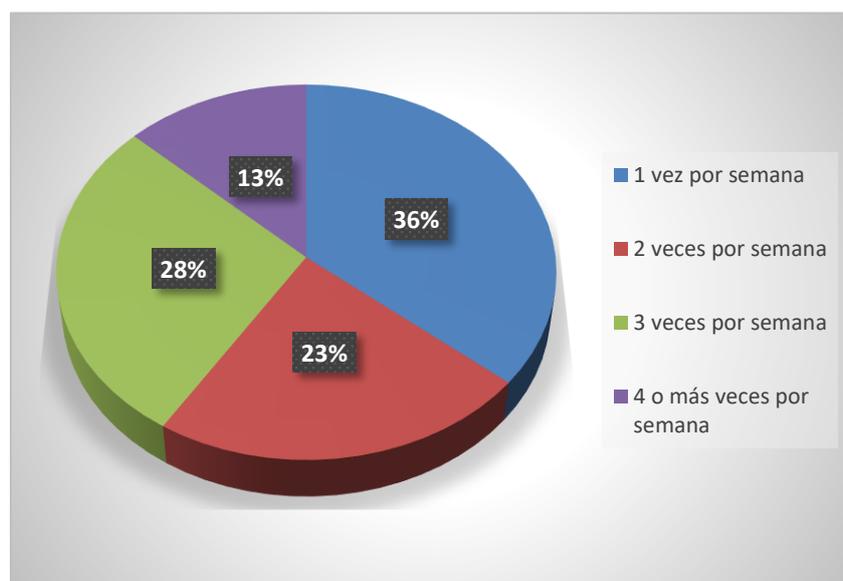
#### Frecuencia de consumo de dulce

DETALLE	FRECUENCIA	%
1 vez por semana	139	0,36
2 veces por semana	86	0,23
3 veces por semana	108	0,28
4 o más veces por semana	51	0,13
	<b>384</b>	<b>1,00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

### GRÁFICO N° 6.

#### Consumo de dulces



Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

Según las encuestas aplicadas se puede determinar que la mayoría de la población consumen dulces por lo menos una vez en la semana, siendo una frecuencia de consumo muy elevada, lo que significa que es un mercado bueno para introducir nuestro nuevo producto.

6) De los dulces que se detallan a continuación ¿Cuál es el dulce de su preferencia?

**CUADRO N° 25.**

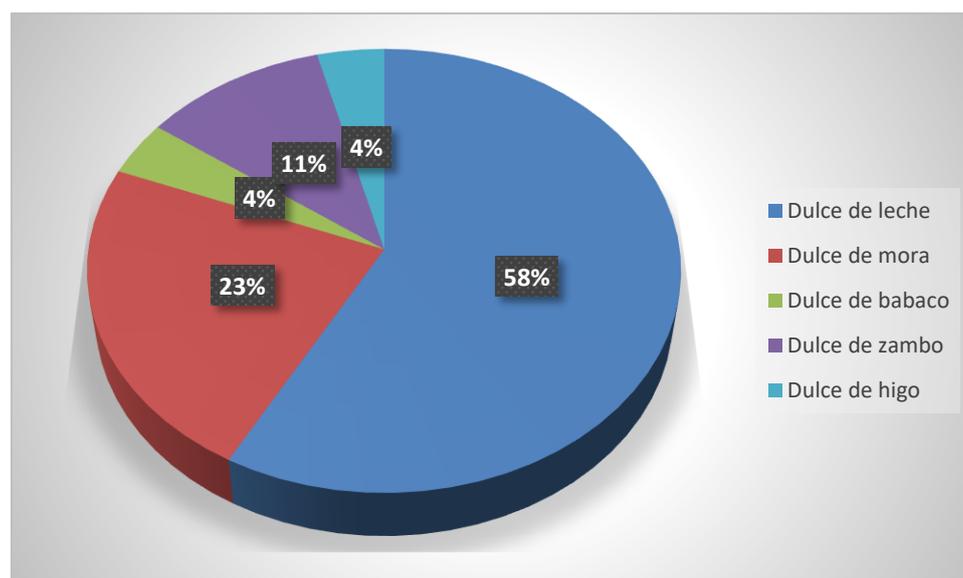
*Variedad de dulces*

DETALLE	FRECUENCIA	%
Dulce de leche	224	0,58
Dulce de mora	87	0,23
Dulce de babaco	15	0,04
Dulce de zambo	44	0,11
Dulce de higo	14	0,04
	<b>384</b>	<b>1,00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

**GRÁFICO N° 7.**

*Variedad de dulces*



Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

Existe mucha variedad de dulces; sin embargo las personas que se les aplico la encuesta manifiestan que tienen mayor preferencia a consumir el dulce de leche.

7) Tomando en cuenta la pregunta anterior ¿Dónde adquiere el dulce de su preferencia?

**CUADRO N° 26.**

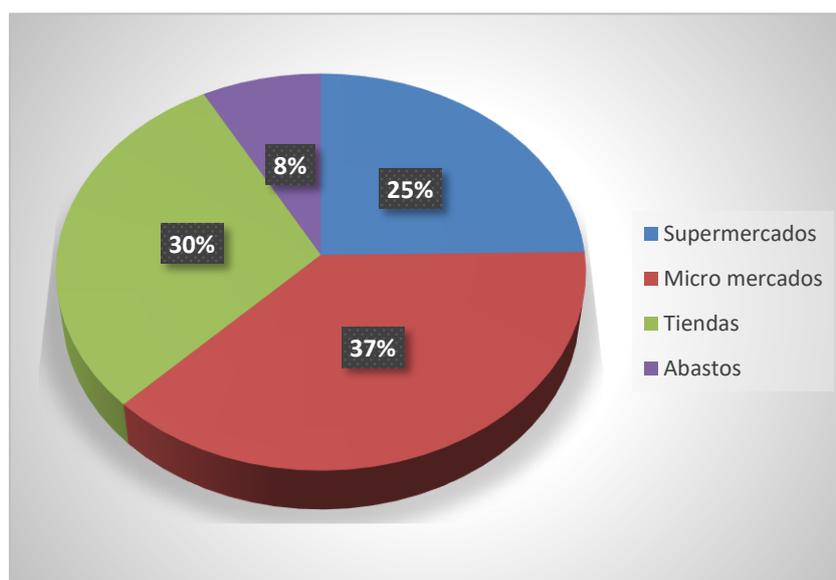
*Lugar de compra de la variedad de dulce*

DETALLE	FRECUENCIA	%
Supermercados	94	0,25
Micro mercados	145	0,38
Tiendas	116	0,30
Abastos	29	0,08
	<b>384</b>	<b>1,00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

**GRÁFICO N° 8.**

*Lugar de compra de la variedad de dulce*



Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

**Análisis**

La mayor parte de los encuestados expresan que compran esta variedad de dulce es en los micro mercados seguidas de las tiendas ya que son los únicos que distribuyen este tipo de productos.

## 8) ¿Consumiría dulce de Yuca?

### CUADRO N° 27.

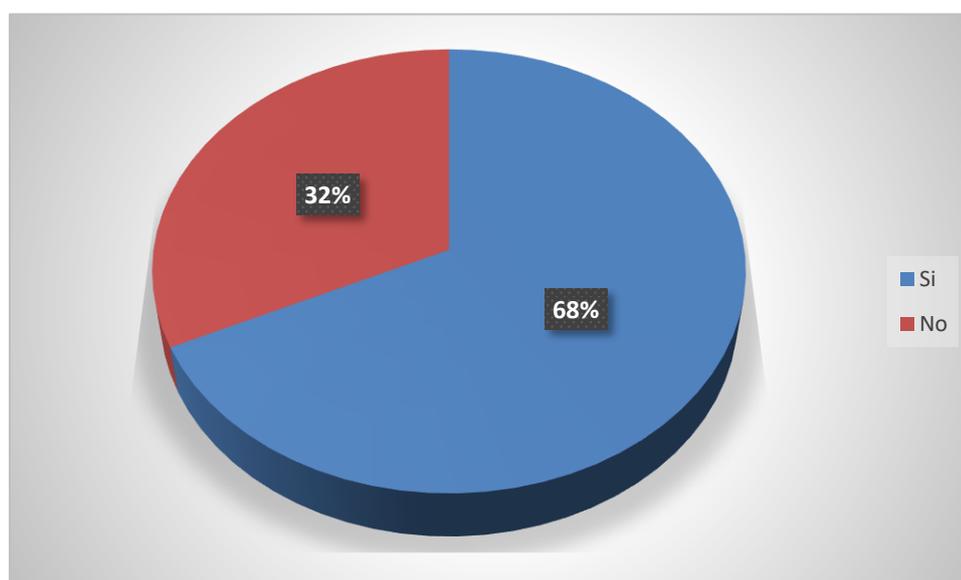
#### Aceptación del producto

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	260	0,68
No	124	0,32
	384	1,00

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

### GRÁFICO N° 9.

#### Aceptación del producto



Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

## Análisis

Según los resultados de las encuestas aplicadas podemos determinar que la mayoría de las personas consumirían el dulce de yuca, ya que afirmaron que la yuca tiene múltiples beneficios para la salud; más de esto es un producto nuevo e innovador lo que les atrae mucho y por tal razón sí consumirían este producto.

9) ¿Al momento de comprar este tipo de productos cual es el tamaño que usted elegiría?

**CUADRO N° 28.**

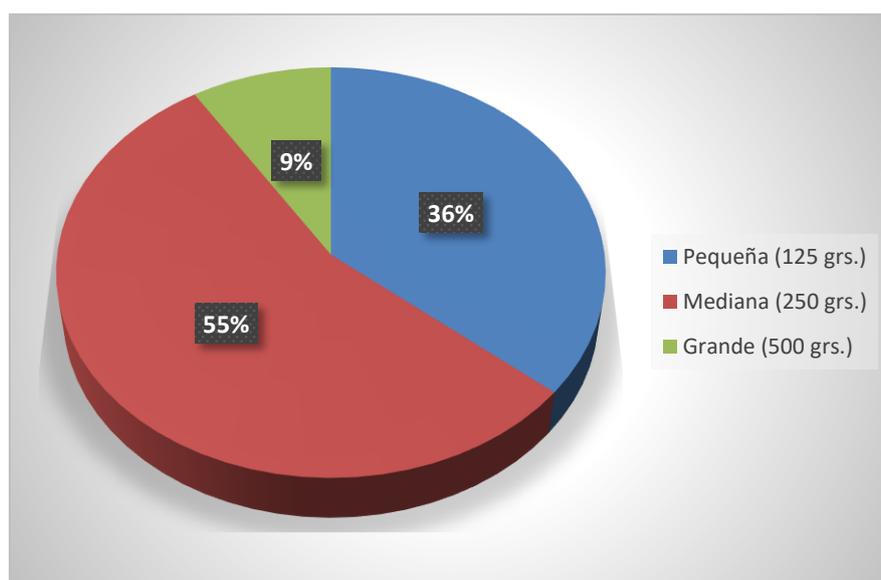
**Tamaño del producto**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Pequeña (125 grs.)	138	0,36
Mediana (250 grs.)	210	0,55
Grande (500 grs.)	36	0,09
	384	1,00

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

**GRÁFICO N° 10.**

**Tamaño del producto**



Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

Se puede observar que la presentación que contiene 250 gramos de producto es la más apetecida, a la vez la presentación de 125 gramos tienen una aceptable acogida.

### 10) ¿Qué cantidad de dulce de yuca consumiría a al mes?

#### CUADRO N° 29

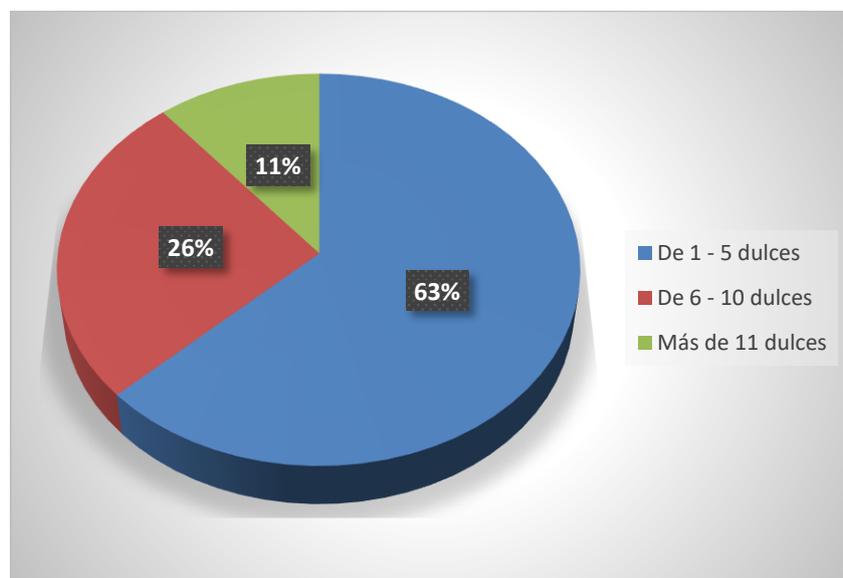
##### Cantidad de consumo

DETALLE	FRECUENCIA	%
De 1 - 5 dulces	242	0.63
De 6 - 10 dulces	99	0.26
Más de 11 dulces	43	0.11
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>1.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### GRÁFICO N° 11.

##### Cantidad de consumo



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

A la semana según los posibles consumidores afirman que al mes consumirían un promedio de ocho dulces de yuca en los envases antes indicados, expresan que les encanta la yuca y que es un producto que no es muy consumido por parte de la población.

11) ¿En caso de que usted decida adquirir este producto en que envase le gustaría?

**CUADRO N° 30.**

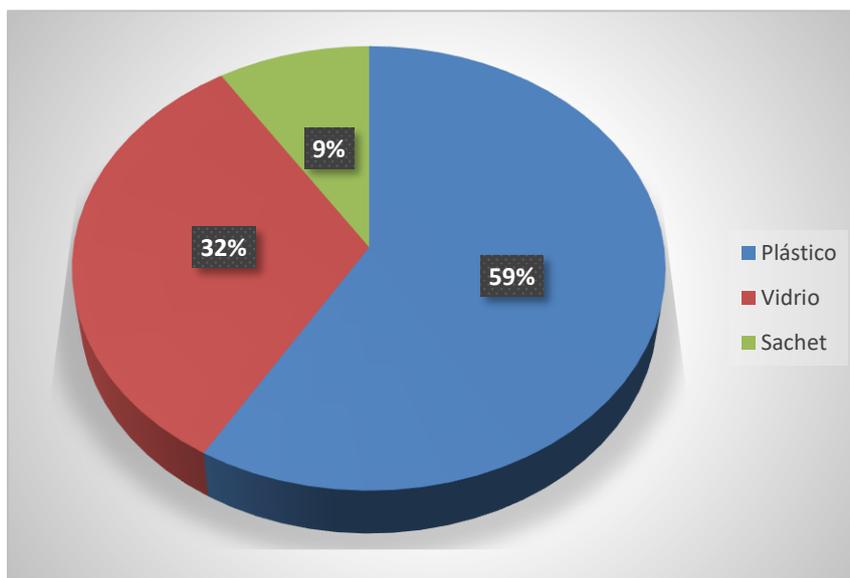
*Material del envase*

DETALLE	FRECUENCIA	%
Plástico	224	0,58
Vidrio	124	0,32
Sachet	36	0,09
	<b>384</b>	<b>1,00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

**GRÁFICO N° 12**

*Material del envase*



Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

De acuerdo a las encuestas aplicadas se puede observar que la mayoría opta por envase de material plástico, siendo este un más fácil de llevar, manejar y sobre todo tiene un precio más económico.

12) ¿Qué precio estaría dispuesto usted a pagar por el dulce de yuca?

**CUADRO N° 31**

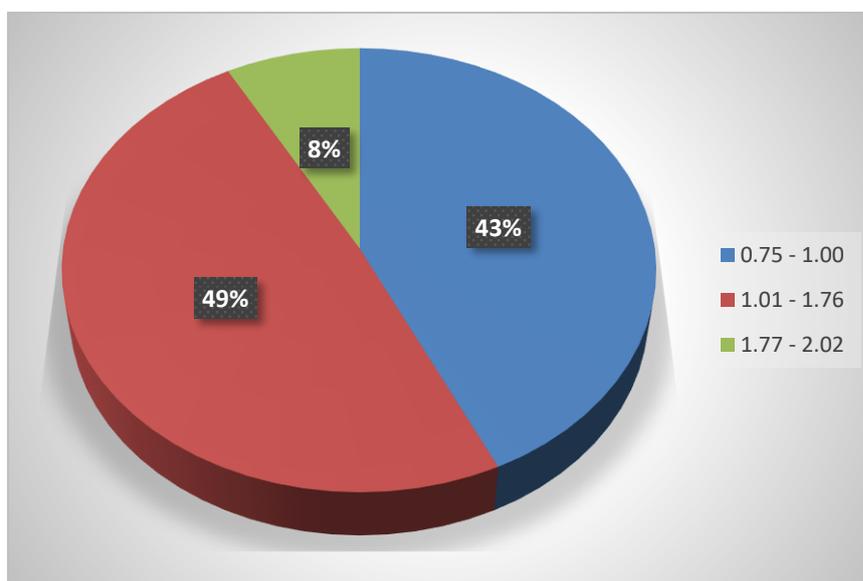
**Precio del producto**

DETALLE	FRECUENCIA	%
0.75 - 1.00	167	0,43
1.01 - 1.76	188	0,49
1.77 - 2.02	29	0,08
	<b>382</b>	<b>1,00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**GRÁFICO N° 13.**

**Precio del producto**



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

Como se puede observar que las personas están dispuesta a comprar este producto a un precio que se encuentra entre \$ 1.01 -\$ 1.76, este precio se tomará como referencia para establecer más adelante dicho precio de venta al público.

A continuación se detalla la encuesta aplicada a supermercados, micromercados, tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra según datos obtenidos en el Municipio de Ibarra son 136 mercados, supermercados y abastos, los mismos que se detallan en el anexo F.

**1. ¿En su local expende dulces tales como dulce de leche, manjares, mermeladas, entre otros?**

**CUADRO N° 32.**

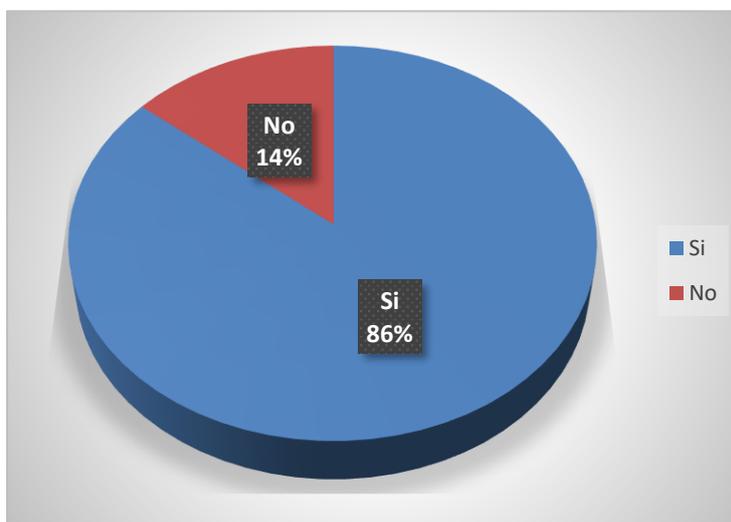
*Expendio de dulces*

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	117	0,86
No	19	0,14
<b>TOTAL</b>	<b>136</b>	<b>1.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**GRÁFICO N° 14.**

*Expendio de dulces*



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

Se preguntó a las personas que expenden dulces por medio de un supermercado, abasto, tienda, si venden dulces de cualquier tipo, el 86% afirmó que si venden este tipo de productos, lo que queda demostrado que si existe competencia en la venta de dulces.

## 2. ¿Con qué frecuencia vende este tipo de productos?

**CUADRO N° 33**

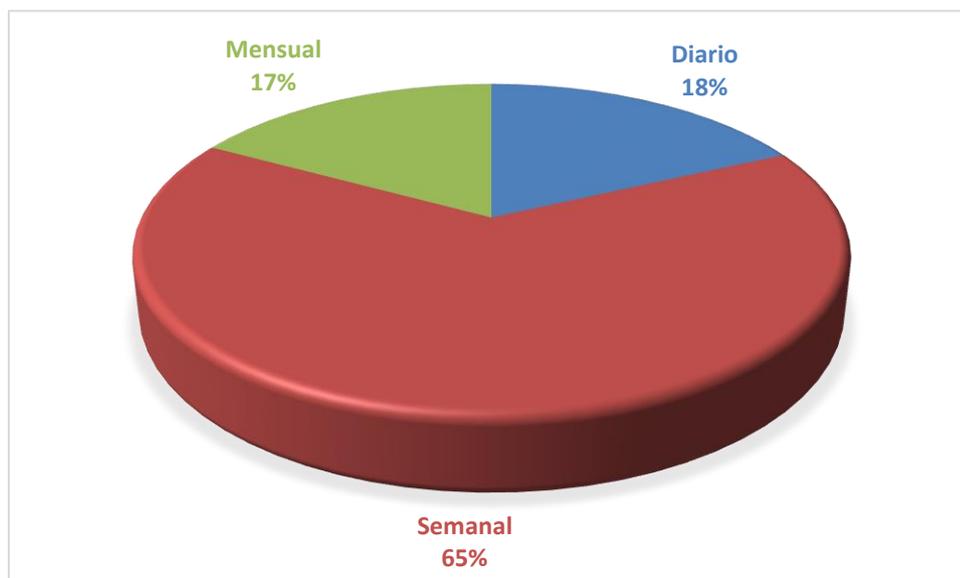
**Frecuencia de consumo**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Diario	25	0.18
Semanal	88	0.65
Mensual	23	0.17
<b>TOTAL</b>	<b>136</b>	<b>1.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**GRÁFICO N° 15**

**Frecuencia de consumo**



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

La frecuencia de consumo de los distintos tipos de dulces en la Ciudad de Ibarra es de manera semanal, siendo este dato muy importante para establecer que existe un consumo alto y seguido de los dulces.

### 3. ¿Qué cantidad de producto vende a la semana?

#### CUADRO N° 34

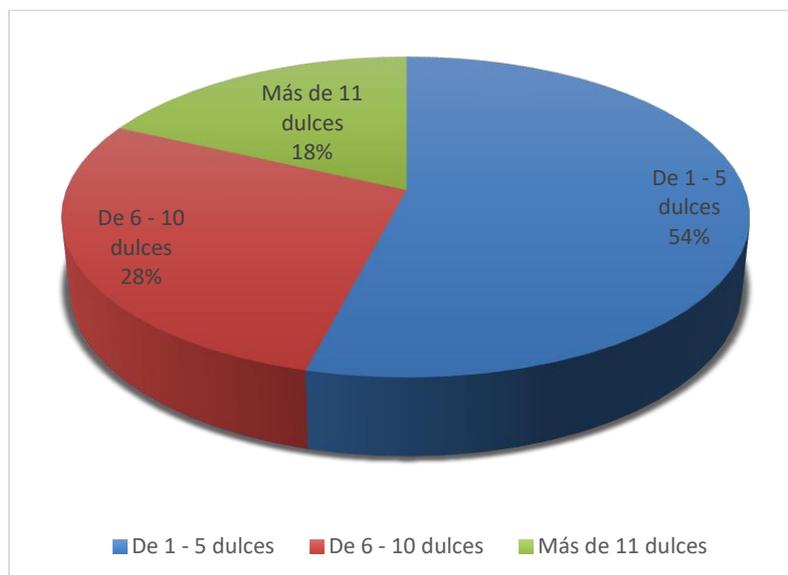
##### Cantidad de consumo

DETALLE	FRECUENCIA	%
De 1 - 5 dulces	74	0.54
De 6 - 10 dulces	38	0.28
Más de 11 dulces	24	0.18
<b>TOTAL</b>	<b>136</b>	<b>1.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### GRÁFICO N° 16.

##### Cantidad de consumo



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

A la semana venden un promedio de tres dulces para el consumo de las familias ibarreñas, siendo un dato importante y sobre todo se recalca que si existe consumo de este tipo de productos.

#### 4. ¿Cuándo vende este tipo de productos cuál es el tamaño que más consumen?

##### CUADRO N° 35.

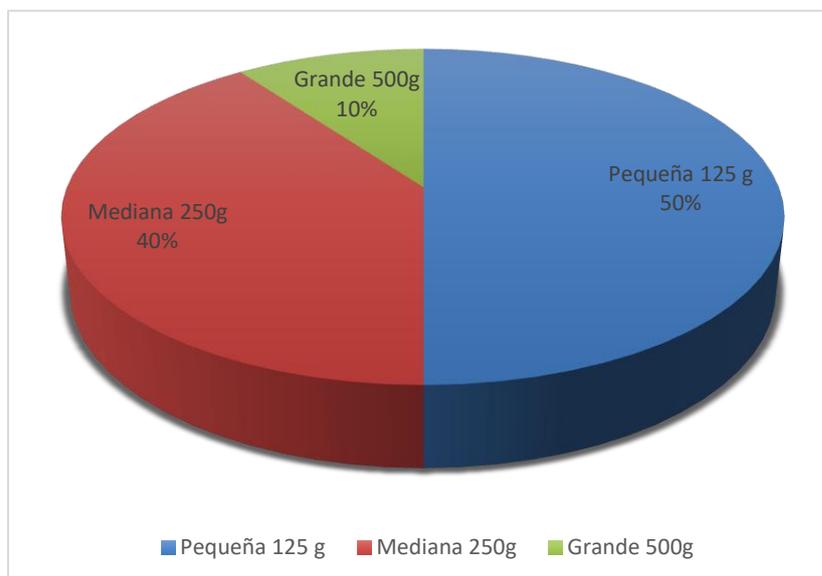
##### Tamaño de envases

DETALLE	FRECUENCIA	%
Pequeña 125 g	68	0.50
Mediana 250g	55	0.40
Grande 500g	13	0.10
<b>TOTAL</b>	<b>136</b>	<b>1.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

##### GRÁFICO N° 17.

##### Tamaño de envases



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

En base a la encuesta aplicada se puede establecer que la mayor venta de dulces es en envases de 125g, dato necesario para establecer en qué tipo de envase se va a distribuir el dulce de yuca, ya que ya sabemos la preferencia de los consumidores potenciales.

## 5. ¿Expende en su local dulce de yuca específicamente?

**CUADRO N° 36**

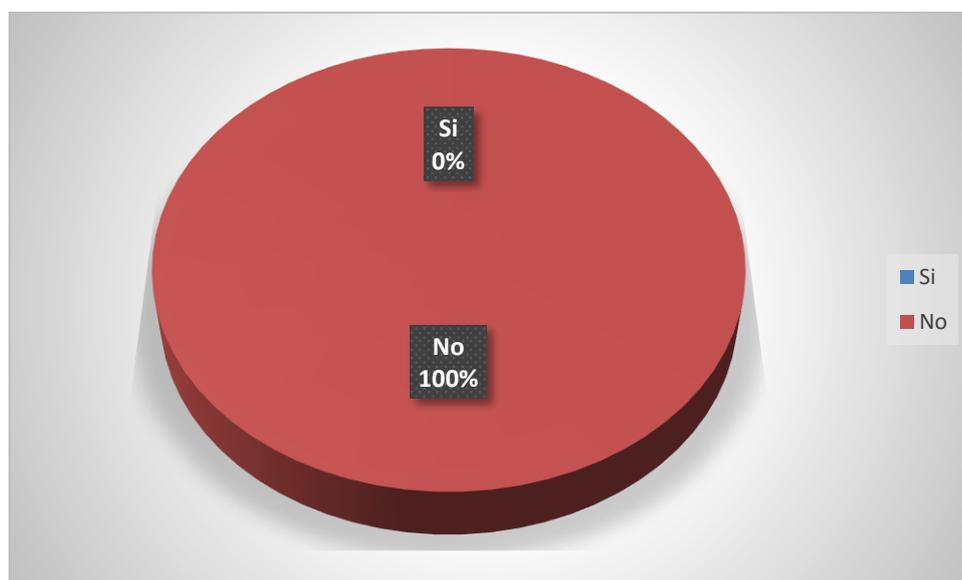
*Venta de dulce de yuca*

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	0	0,00
No	136	1.00
<b>TOTAL</b>	<b>136</b>	<b>1.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**GRÁFICO N° 18.**

*Venta de dulce de yuca*



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

Del total de los encuestados afirmaron que jamás habían expendido dulce de yuca en sus locales, lo que nos reafirma que es un mercado nuevo y está lleno de expectativas por parte de los consumidores, ya que la yuca tiene múltiples beneficios para la salud.

6. ¿De existir la producción de dulce de yuca, le gustaría que se le ofreciera para que expenda en su local?

**CUADRO N° 37.**

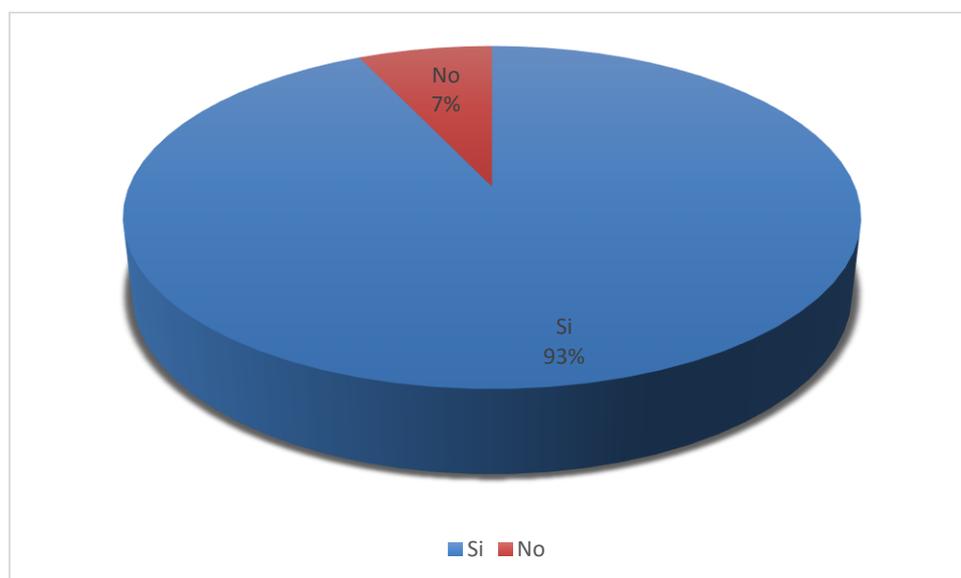
*Consumir dulce de yuca*

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	127	0.93
No	9	0.07
<b>TOTAL</b>	<b>136</b>	<b>1.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**GRÁFICO N° 19.**

*Consumir dulce de yuca*



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

De igual manera se le pregunto si le gustaría vender dulce de yuca en su local, los encuestados afirmaron que si en un 93%, lo significa que si tenemos aceptación para ser quienes distribuyan nuestro producto.

### 3.11 Análisis de la demanda

La base fundamental de la demanda es determinar el ingreso del producto en el mercado, el cual logre satisfacer las necesidades de cada uno de los habitantes de este sector, tomando en cuenta que el proyecto establecido se encuentra supeditado y a su vez se logra constituir a los productos de consumo en varias manera ejemplo: en los desayunos utilizados con el pan, tostadas y galletas, en los almuerzos constituyéndose como parte del postre

Para determinar la demanda de dulce de yuca en la Ciudad de Ibarra se calculó en base a la pregunta N° 8 de la encuesta dirigida a la población económicamente activa de la Ciudad de Ibarra, en la cual nos indicaron que el 68% del total de encuestados si consumirían el dulce de yuca. Como segundo dato se tomó la pregunta N° 9 en la cual se indica el porcentaje de consumo en relación al tipo de envase de dulce de yuca. Y por último se tomó como base la pregunta N° 10 en la que se preguntaba la cantidad de consumo al mes.

En el cuadro siguiente se muestra la demanda del dulce de yuca en la Ciudad de Ibarra.

#### **CUADRO N° 38**

##### ***Demanda en gramos***

Producto	Población encuestada	Porcentaje de aceptación proyecto	Total demanda potencia	Porcentaje de consumo	Demanda potencial	Cantidad consumo al mes g	Consumo al mes g	Consumo al año g
Dulce de yuca de 125g	47902	68%	32,573	36%	11,726	3	35,179.23	422,150.75
Dulce de yuca de 250g				55%	17,915	3	53,746.04	644,952.53
Dulce de yuca de 500g				9%	2,932	3	8,794.81	105,537.69

Elaborado por: La Autora  
Fuente: Estudio de mercado año 2014

#### **3.11.1 Proyección de la demanda**

De acuerdo a los datos obtenidos por las encuestas realizadas a la población económicamente activa del Cantón Ibarra, al no contar con datos estadísticos para realizar la

proyección de la demanda realizará un método matemático el cual se utiliza la tasa de crecimiento poblacional económicamente activa que para el año 2014 es de 2.09%, según datos obtenidos Banco Central del Ecuador. Se utilizará la siguiente fórmula:

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

En donde:

$P_p$  = Población Futura

$P_b$  = Población Inicial

$i$  = Tasa de Crecimiento Anual

$n$  = Año Proyectado

### CUADRO N° 39

#### *Cálculos demanda proyectada en gramos*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Dulce de yuca de 125g	422,150.75	430,973.70	439,981.05	449,176.65	458,564.44	2,200,846.58
Dulce de yuca de 250g	644,952.53	658,432.04	672,193.27	686,242.10	700,584.56	3,362,404.50
Dulce de yuca de 500g	105,537.69	107,743.42	109,995.26	112,294.16	114,641.11	550,211.65

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de mercado año 2014

### 3.12 Análisis de la oferta

Al no tener datos históricos debidamente sustentados por una fuente confiable, se decidió aplicar una encuesta a los supermercados, micromercados, tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra, los mismos que nos proporcionaron información básica para la obtención de la oferta de dulces. Es importante mencionar que el dulce de yuca no distribuye ninguno de los

locales antes mencionados, ya que no existe este tipo de productos; sin embargo, se preguntó si les interesaría distribuir este tipo de dulce, el 93% afirmaron que sí, ya que es un producto novedoso e interesante que puede posicionarse en el mercado de manera muy rápida.

La forma de cálculo de la oferta se realizó en base a la pregunta N° 1 de la encuesta aplicada a los supermercados, micromercados, tiendas y abastos, en la cual afirmaron que el 86% si venden otro tipo de dulces. Así mismo que tomó en cuenta la pregunta N° 4 que dice el tamaño del envase en que se distribuye los dulces y por último se tomó la pregunta N° 3 sobre la cantidad de consumo de dulces.

Con lo antes mencionado se muestra la oferta existe en la Ciudad de Ibarra de dulces distintos a del dulce de yuca:

#### **CUADRO N° 40**

##### **Oferta**

Tipo de producto	Población encuestada	Porcentaje de expendio de dulces	Total oferta potencia	Porcentaje de consumo	oferta potencial	Cantidad vendida a la semana g	Consumo al mes g	Consumo al año g
Dulce de yuca de 125g				50%	58	3	701.76	8,421.12
Dulce de yuca de 250g	136	86%	117	40%	47	3	561.41	6,736.90
Dulce de yuca de 500g				10%	12	3	140.35	1,684.22

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de mercado año 2014

#### **3.12.1 Proyección de la oferta**

Al igual que para la demanda para realizar la proyección de la oferta se tomó en cuenta la tasa de crecimiento poblacional económicamente activa que para el año 2014 es de 2.09%, según datos obtenidos Banco Central del Ecuador, para su cálculo se realizará a través de la siguiente formula:

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

En donde:

$P_p$  = Población Futura

$P_b$  = Población Inicial

$i$  = Tasa de Crecimiento Anual

$n$  = Año Proyectado

#### **CUADRO N° 41**

##### ***Cálculos proyección de la oferta***

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Dulce de yuca de 125g	8,421.12	8,597.12	8,776.80	8,960.24	9,147.51
Dulce de yuca de 250g	6,736.90	6,877.70	7,021.44	7,168.19	7,318.00
Dulce de yuca de 500g	1,684.22	1,719.42	1,755.36	1,792.05	1,829.50

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de mercado año 2014

### **3.13. Balance de oferta / demanda**

A continuación se detalla el balance oferta demanda, en el cual se determinó una demanda insatisfecha, lo que significa que el consumo de dulce es más alto que el que se oferta, como se muestra en el cuadro siguiente:

#### **CUADRO N° 42**

##### ***Balance de oferta / demanda***

<b>Detalle</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
Dulce de yuca de 125g	8,421.12	422,150.75	-413,729.63
Dulce de yuca de 250g	6,736.90	644,952.53	-638,215.63
Dulce de yuca de 500g	1,684.22	105,537.69	-103,853.46

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de mercado año 2014

Como se observa en el cuadro anterior existe una demanda insatisfecha del consumo de dulces, la misma que según las instalaciones, el personal que labore dentro de la empresa se determinará en que porcentaje se va a cubrir.

### 3.14 Precio.

Para la fijación del precio se determina de acuerdo al nivel de competencia ya que la microempresa YUCADUL, se basa en establecer costos económicos con el fin de que el producto tenga acogida en el mercado y estos logren satisfacer los deleitares de cada uno de los habitantes ibarreños.

Para la proyección de los precios se realizará en base a la inflación acumulada que para el año 2014, según el Banco Central del Ecuador es del 3.67%.

### **CUADRO N° 43**

#### ***Proyección del precio***

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Dulce de yuca de 125g	1.20	1.25	1.29	1.34	1.39
Dulce de yuca de 250g	1.50	1.55	1.61	1.67	1.73
Dulce de yuca de 500g	1.75	1.82	1.88	1.95	2.02

Elaborado por: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador año 2014

### 3.15. Estrategias de mercado

Para determinar las estrategias destinadas al mercado se realizó un análisis a la demanda potencial con el fin de cumplir con todas las expectativas del cliente, para lo cual la microempresa se cumplirá con las siguientes bases:

### **3.15.1 Estrategias de comercialización**

En la actualidad para que un producto nuevo logre entrar al mercado y que este acapare a la mayoría de los consumidores; es indispensable establecer estrategias de comercialización muy agresivas, para que los consumidores se impacten y se interesen por los nuevos productos y por tal razón se logre cumplir los objetivos trazados.

Los posibles consumidores, ya tienen sus distribuidores de los productos agrícolas que expenden; sin embargo este no es suficiente para lograr cubrir toda la demanda que tiene, por tal razón para llegar al público deseado, se aplicará la estrategia de comercialización de las cuatro P, las cuales son: producto, precio, plaza y promoción y publicidad, cada una de ellas serán aplicadas rigurosamente, de tal manera que los posibles consumidores prefieran los productos distribuidos por el mercado comunitario.

#### **a) Producto**

En primer lugar el dulce de yuca que distribuya será producido sin químicos; es decir que para su producción no deben utilizar ningún tipo de químico, esta será la principal condición para la producción de dicho dulce

Las personas en la actualidad al existir muchas enfermedades causadas por consumir productos con demasiado químico, buscan productos que sean más naturales.

Es importante recalcar que a pesar que los productos que se pretende distribuir sean de origen orgánicos, esto no quiere decir que no sean de calidad, al contrario dicho productos serán de calidad, capaces de competir con cualquier otro producto existen en la ciudad.

**b) Precio**

Anteriormente ya se indicó los precios establecidos por cada uno de los servicios a ofertarse, los cuales fueron establecidos en base al comportamiento del mercado actual.

El precio de venta al público se estableció como ya se mencionó antes en base al comportamiento del mercado; sin embargo para lograr atraer de manera definitiva a los posibles consumidores potenciales, la microempresa en sus inicios no generará una utilidad alta si no tan solo para lograr cubrir las necesidades, por lo que el precio de venta al público en relación a los demás ofertantes es un tanto más bajo, esto no constituye competencia desleal si no una estrategia de comercialización para lograr entrar el mercado y posesionarnos en él; pero esto no quiere decir que a los agricultores se les va a perjudicar en el precio, este debe ser justo y que su valor sea el que realmente valga de acuerdo a su calidad.

**c) Plaza**

La distribución del dulce de yuca se realizará de manera directa; es decir, del productor al consumidor no existirá intermediarios, lo que ayuda a que el precio no se encarezca y el consumidor final pague lo justo.

**d) Promoción y publicidad**

La promoción y publicidad juega un rol muy importante para lograr introducir al mercado los productos distribuidos a través de la microempresa, ya que si existe competencia, por tal razón la promoción y publicidad debe ser agresiva, utilizando todos los medios de comunicación como son: prensa escrita, televisión local, radiodifusoras, volantes, etc.

Se diseñará hojas volantes en la cual se indicará, los productos que va a distribuir, su calidad, ubicación y las promociones que se realizan en determinado momento, dependiendo del monto de la compra y la forma de pago.

Es importante mencionar que la microempresa tendrá una política de crédito de hasta 60 días calendario; dependiendo del valor de la compra; es decir que quien adquiera por un valor mayor a USD 1000.00 se hace acreedor a dicha facilidad de pago.

### 1 Artículos de promoción:

#### GRÁFICO N° 20.

##### Gorras



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### GRÁFICO N° 21.

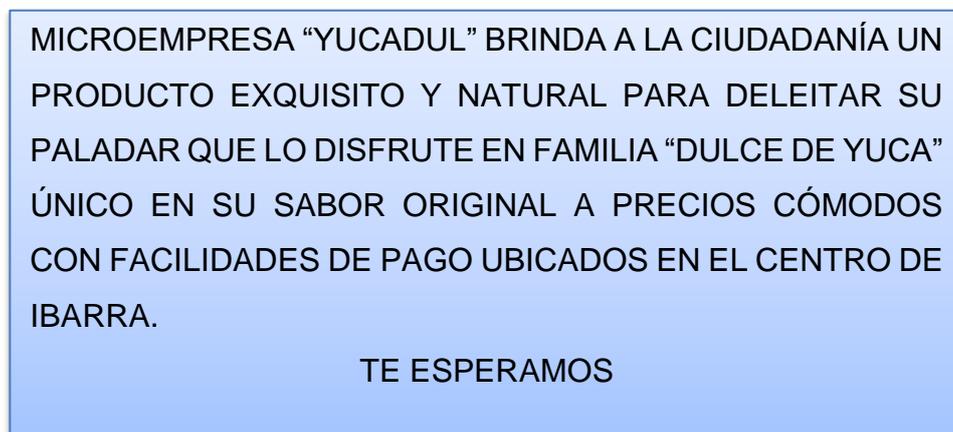
##### Vajilla



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**GRÁFICO N° 22.****Volantes**

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**GRÁFICO N° 23.****Cuña radial**

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**3.16. Canales de comercialización**

Una vez realizado las investigaciones necesarias se determina los canales de distribución misma que lleguen con éxito a los lugares que prefiera el consumidor.

**GRÁFICO N° 24.****Comercialización****MICROEMPRESA "YUCADUL"****CONSUMIDOR FINAL CLIENTE**

Elaborado por: La Autora

El objeto de este canal de distribución es colocar el producto a disposición del cliente en un lugar adecuado y oportuno, en el cual se determina que en los próximos años se pueda utilizar otros canales de comercialización para la ampliación de la microempresa.

**3.17. Conclusión del estudio de mercado.**

La creación de la microempresa YUCADUL, es una alternativa fructífera debido a que es un producto nuevo para el mercado consumidor el cual permita generar un desarrollo económico y amplié las fuentes de empleo en esta localidad Ibarreña.

En el estudio de mercado se determina que el proyecto es factible por cuanto existen varios consumidores del dulce de yuca siendo un producto natural y original.

El proyecto se ejecutara de manera inmediata por cuanto su evaluación nos demuestra que la demanda es superior a la oferta del producto, por lo que se considera una oportunidad rentable para esta creación.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Localización del proyecto**

##### **4.1.1. Macro localización**

La empresa YUCADUL, será localizada en La república del Ecuador la Región Sierra del Ecuador, específicamente en la Provincia de Imbabura, en su capital La ciudad de Ibarra, conocida por sus bondades naturales y su gastronomía tradicional, que la hacen centro de atención y de visita por parte de turistas nacionales y extranjeros.

La blanca ciudad de Ibarra como es mundialmente reconocida, tiene una superficie de 1093,3 Km<sup>2</sup>, se encuentra a una altura de 2.192 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las coordenadas: 078° 07' O'' longitud, 00° 21' N'' latitud, mismo que cuenta con todos los servicios básicos indispensables para el buen funcionamiento de la microempresa como calles adoquinadas, agua potable, energía eléctrica, servicio telefónico entre otros.

La Macro Localización del proyecto es la siguiente:

**País:** Ecuador

**Región:** Sierra

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** Ibarra

## GRÁFICO N° 25.

### Mapa Imbabura – Ibarra



www.google.com (Mapa Imbabura – Ibarra)

Fuente:

Los factores que se consideró para la elección de la Macro localización son los siguientes:

### 1 Factores geográficos que determinan la macro localización

En la Provincia de Imbabura, existen sectores propicios para el desarrollo de cultivos de clima cálido, es así, que el sector del Valle del Chota, posee las características de suelo y clima, más favorables para el desarrollo del cultivo de la Yuca, este sector concentra a la gran mayoría de productores de este tubérculo, este valle se encuentra ubicado al Noroccidente de la Ciudad de Ibarra y el recorrido entre Ibarra y el Valle del chota no es mas allá de 35 minutos en vehículo.

#### **4.1.2. Micro localización**

Desde el punto de vista estratégico, la microempresa se ubicará en la Ciudad de Ibarra, que se constituye como la capital de la Provincia de Imbabura.

Para determinar el micro localización de las instalaciones física de la microempresa se tomaron en cuenta los siguientes factores que ayudarán a definir la colocación en una matriz de valoración de una mejor alternativa para el progreso.

- a. Costo del predio
- b. Cercanía al mercado
- c. Sector comercial
- d. Servicios básicos
- e. Cercanía a la materia prima.

#### **1 Matriz locacional**

La matriz establecida para la localización fue el Método Cualitativo por puntos, el mismo que permitió poner en medición las opciones que se manejaron para el estudio.

Las tres alternativas:

- a. Sector del Mercado Amazonas
- b. Parque Industrial de Ibarra
- c. Centro de la ciudad, Calle Borrero 2-16 y Salinas

**CUADRO N° 44.****Método cualitativo por puntos**

FACTORES	PESO	A		B		C	
		Calf.	Calf.	Calf.	Calf.	Calf.	Calf.
		Ponderada		Ponderada		Ponderada	
1. COSTO DEL PREDIO	0,25	7	1,75	8	2	9	2,25
2. CERCANÍA AL MERCADO	0,15	8	1,2	7	1,05	8	1,2
3. SECTOR COMERCIAL	0,25	7	1,75	8	2	7	1,75
4. SERVICIOS BÁSICOS	0,10	9	0,9	8	0,8	8	0,8
5. CERCANÍA A LA MATERIA PRIMA.	0,25	8	2	8	2	9	2,25
	<b>1,00</b>		<b>7,6</b>		<b>7,85</b>		<b>8,25</b>

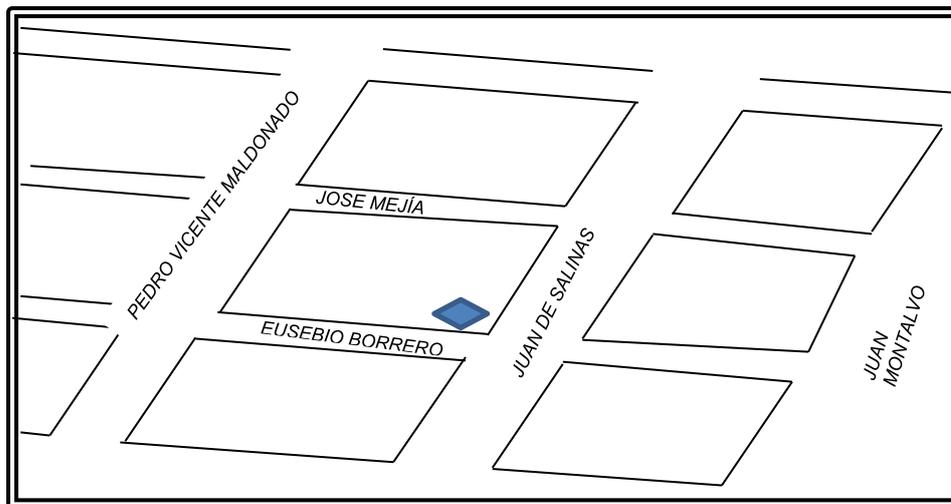
Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**2 Selección de la alternativa óptima**

Mediante esta Matriz de valoración cualitativa (Método cualitativo por puntos) determina que la mejor opción para implementar el proyecto corresponde al ubicado en el centro de la ciudad de Ibarra, en términos de valuación obtiene el mejor puntaje equivalente a 8,25

**3 Plano de Micro localización**

En este punto se va a indicar el sector o lugar exacto para la ubicación de la microempresa YUCADUL; siendo este el sitio que le permite cumplir con los objetivos y alcanzar las expectativas deseadas. A continuación se presenta el sitio específico que va a estar ubicado la micro empresa, mismo que está ubicada en la Parroquia el Sagrario, Barrio San Martín entre las calles Eusebio Borrero 2-16 y Juan de Salinas, diagonal al Centro de Rehabilitación de Ibarra.

**GRÁFICO N° 26.*****Croquis de ubicación***

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**4.2. Ingeniería del proyecto****4.2.1. Procesos de producción****1. Recepción de mercadería.-**

Se recibe toda la materia prima que se requiere para la elaboración del dulce de yuca, de parte de los proveedores.

**GRÁFICO N° 27.*****Recepción de mercadería***

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

## 2. Selección.-

En este proceso se procede a eliminar las yucas en ml estado, esto es esencial pues hay que tomar muy en cuenta que se debe seleccionar las mejores ya que el buen producto puede repercutir en el sabor del producto final.

### **GRÁFICO N° 28.**

#### ***Selección de la yuca***



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

## 3. Pesaje.-

Esto nos permite, determinar la cantidad exacta que vamos a utilizar y disponer para elaboración del dulce.

## 4. Lavado.-

Es el proceso que busca eliminar partículas extrañas a la yuca, como pequeñas basuras, lo común es sumergir las yucas en agua y fregar hasta, que el tubérculo este limpio para el siguiente proceso.

## 5. Pelado.-

Etapas en la cual se elimina las cortezas de la yuca, es esencial el uso de cuchillos bien afilados.

**GRÁFICO N° 29.*****Pelado de la yuca***

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**6. Cortado.-**

Con el uso del cuchillo se procede a eliminar las nervaduras de la yuca, y se la corta en trozo que sean fácilmente manipulables.

**GRÁFICO N° 30.*****Cortado de la yuca***

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**7. Pre cocción de la yuca.-**

Se procede a cocinar la yuca a fuego lento, esto se lo realiza, hasta que la yuca se encuentre reducida a una especie de mazamorra, en ese momento está lista para la incorporación del azúcar y del resto de ingredientes.

**8. Cocción del dulce.-**

Se incorpora en un recipiente la masa de yuca, se recomienda utilizar una paila ancha, adicionamos azúcar en una relación, por cada kilogramo de yuca se agrega 1500 gramos de azúcar y del resto de ingredientes.

**9. Cambio de recipiente.-**

Cuando se termina la cocción se debe colocar el dulce en otro recipiente para nivelar la temperatura y evitar que el mismo se quemé

**10. Enfriado.-**

Consiste en someter al dulce a la temperatura del ambiente, permitiendo con ello que este enfríe.

**11. Envasado.-**

Se procede a colocar el dulce en los envases.

**12. Etiquetado.-**

El etiquetado constituye la etapa final del proceso de elaboración de dulces. En la etiqueta se debe incluir toda la información sobre el producto.

**13. Empacado.-**

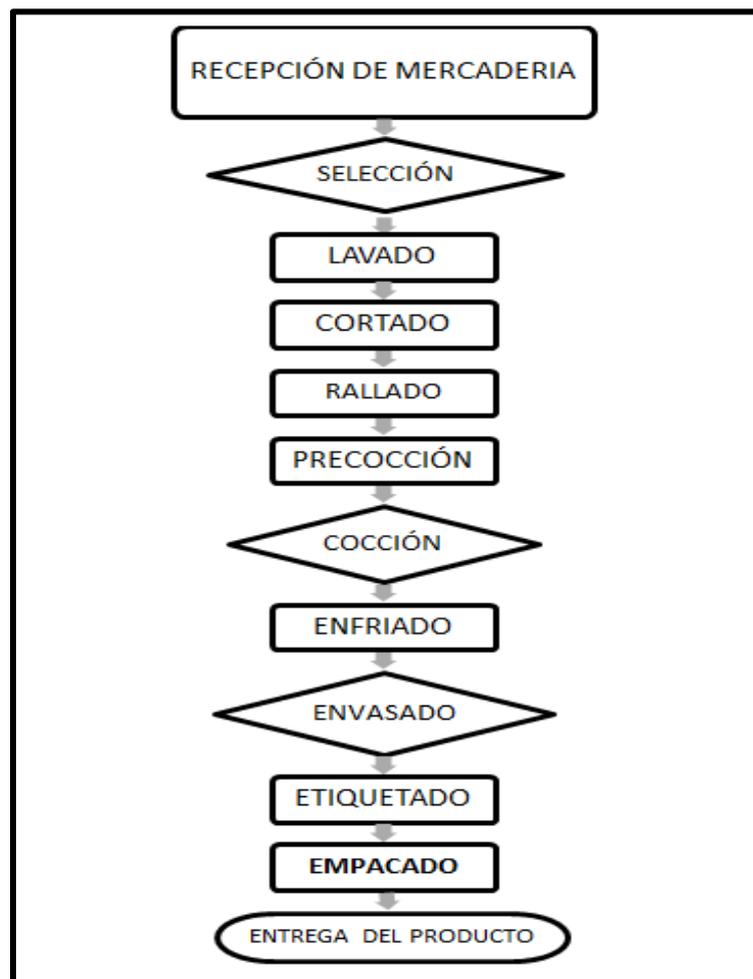
El producto envasado es colocado en cada una de las cajas para su posterior entrega.

**14. Entrega del producto.-**

Las cajas del producto son entregadas a cada uno de los clientes, de acuerdo a los pedidos efectuados.

**GRÁFICO N° 31****Entrega del producto**

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**4.3 Ingeniería del proyecto****4.3.1 Diagrama de flujo****GRÁFICO N° 32****Proceso productivo**

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

### **4.3.2. Obras civiles**

#### **a) Diseño del área del centro de acopio**

El diseño del área de la microempresa se encuentra acorde con los procesos de producción y comercialización del producto (dulce de Yuca), fijando un espacio físico para el almacenamiento del producto.

Para cada área se toma en cuenta aspectos importantes como:

- a) En el área de producción se ubicará iluminación, ventilación e instalación de fuentes de energía, con el fin de realizar con plenitud y exactitud de producción del Dulce de Yuca.
- b) El área administrativa se ubicará en un lugar donde la persona encargada pueda desempeñar su trabajo de forma eficiente y eficaz sobre todo demostrando su ética profesional y toma de decisiones efectivas para el bienestar de la microempresa.
- c) El área de ventas se situará en un espacio adecuado, visible y atractivo para la exposición del producto y excelente atención a los clientes que van a consumir este producto, con el fin de satisfacer sus expectativas y generar fidelidad con los clientes.

### **4.3.3. Presupuesto técnico**

#### **b) Inversiones fijas**

- **Determinación de la Inversión**

Para el desempeño de la microempresa productora y comercializadora de dulce de yuca, estará equipada por activos como: muebles y enseres, maquinaria y equipo y utensilios de limpieza.

▶ **Activos Fijos**

En el proyecto los activos fijos a tomarse en cuenta son los que se detallarán a continuación:

▶ **Muebles y Enseres**

Los muebles y enseres los cuales estará equipada la microempresa para comenzar con las funciones de la actividad económica son:

**CUADRO N° 45.**

**Muebles y enseres**

Detalle	Unidades	Subtotal	IVA	Precio Unit.	Precio Total
Mesa para computador	2	31,25	3,75	35,00	70,00
Archivador metálico	1	169,64	20,36	190,00	190,00
Escritorio	2	71,43	8,57	80,00	160,00
Silla de escritorio	2	58,04	6,96	65,00	130,00
Silla plástica	6	12,50	1,50	14,00	84,00
Anaqueles	1	68,75	8,25	77,00	77,00
Misceláneos de oficina	1	29,24	3,51	32,75	32,75
<b>TOTAL</b>					<b>743,75</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

▶ **Equipo de oficina**

El equipo de oficina es una herramienta vital para el funcionamiento de microempresa, lo cual nos permitirá agilizar las actividades que se realicen entre ello tenemos:

**CUADRO N° 46.****Equipo de computación**

Detalle	Unidades	Subtotal	IVA	Precio Unit.	Precio Total
Computador	2	562,50	67,50	630,00	1260,00
Impresora	2	263,39	31,61	295,00	590,00
Teléfono	1	69,64	8,36	78,00	78,00
Alarma de Seguridad	1	320,00	38,40	358,40	358,40
<b>TOTAL</b>					<b>2286,40</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

► **Maquinaria y equipo**

Dentro de la maquinaria y equipo se ha considerado lo siguiente especificado en el cuadro:

**CUADRO N° 47****Maquinaria y equipo**

Detalle	Unid.	Subtotal	IVA	P. Unit. \$	P.Total \$
Cocina industrial	2	138,39	16,61	155	310
Refrigerador	1	982,14	117,86	1.100	1.100
Mesa de trabajo	2	330,36	39,64	370	740
Olla industrial aro 50 }	2	85,71	10,29	96	192
Olla industrial aro 40	2	61,61	7,39	69	138
Juego de Ollas pequeñas	2	69,64	8,36	78	156
Juego de cuchillos	2	35,71	4,29	40	80
Paila industrial aro 50	1	49,11	5,89	55	55
Paila pequeña	2	33,93	4,07	38	76
Rallador industrial	2	7,14	0,86	8	16
Balanza para 44 lb	1	33,93	4,07	38	38
Juego de cucharas medidoras	2	8,93	1,07	10	20
Licudadora	2	76,79	9,21	86	172
Gramera	2	11,61	1,39	13	26
Termómetro	1	33,93	4,07	38	38

Vitrina	2	176,79	21,21	198	396
Tina plástica	2	16,07	1,93	18	36
Bandeja metálica	2	17,86	2,14	20	40
Estantería metálica	1	80,36	9,64	90	90
Balde de acero	2	42,86	5,14	48	96
Exprimidor grande	2	7,59	0,91	8,5	17
Colador metálico	2	32,14	3,86	36	72
Jarra metálica	3	28,57	3,43	32	96
Cucharas de Madera	2	3,39	0,41	3,8	7,6
Taburetes	4	17,86	2,14	20	80
Tanque de gas	4	49,11	5,89	55	220
Uniformes de trabajo	4	62,50	7,50	70	280
<b>TOTAL</b>					<b>4.587,6</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

### ► **Suministros y materiales**

Entre ellos tenemos

#### **CUADRO N° 48**

##### **Suministros y materiales**

Detalle	Unid.	Subtotal	IVA	Precio Unit. \$	Precio Total \$
Basurero	4	3,48	0,42	3,9	15,6
Escoba	4	1,34	0,16	1,5	6
Trapeador	4	1,96	0,24	2,2	8,8
Cepillo	2	0,89	0,11	1	2
Recogedor	2	3,57	0,43	4	8
Limpiones	12	0,67	0,08	0,75	9
balde plástico	3	3,75	0,45	4,2	12,6
Suministros de limpieza	2	44,64	5,36	50	100
<b>TOTAL</b>					<b>162</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

▶ **Adecuaciones**

**CUADRO N° 49**

*Adecuaciones*

M2	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
35.00	Área administrativa	120.00	4,200.00
30.00	Área de producción	127.23	3,816.90
25.00	Área de recepción y ventas	119.32	2,983.10
<b>TOTAL</b>			<b>11,000.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

▶ **Edificio**

**CUADRO N° 50**

*Edificio*

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Edificio (Ver anexo M)	18,491.24	18,491.24
<b>TOTAL</b>			<b>18,491.24</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

Es importante mencionar que el edificio es propio, es decir unos de los socios apporto con este Activo fijo.

▶ **Resumen de Activos Fijos.**

**CUADRO N° 51.**

*Resumen de activos fijos*

DETALLE	VALOR
<b>Activos fijos</b>	
Equipo de computación	2,286.40
Muebles y enseres	743.75
Maquinaria y equipo	4,587.60
Adecuaciones	11,000.00
Edificio	18,491.24
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>37,108.99</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### 4.3.4. Inversión variable

El siguiente cuadro representa el capital de trabajo o inversión variable del proyecto para dos meses de funcionamiento con un valor de \$12.786.17 dólares Para que la microempresa pueda operar, se necesita de dos meses para realizar las primeras ventas.

#### CUADRO N° 52.

##### Capital de trabajo

DETALLE	VALOR POR DOS MESES
Sueldos personal administrativo	1,083.72
Sueldo personal de producción	446.45
Sueldo personal de ventas	465.30
Honorarios Contador	336.00
<b>Materia prima</b>	
Dulce de yuca de 125g	941.40
Dulce de yuca de 250g	1,438.25
Dulce de yuca de 500g	235.35
Servicios básicos producción (luz, agua, teléfono e internet)	51.03
Servicios básicos administración (luz, agua, teléfono e internet)	204.13
Gastos generales (suministros)	50.00
Pago IESS 12.15% Patronal	150.66
Materia prima indirecta (envases y etiquetas producción)	70.08
Gasto de ventas (publicidad y sueldo vendedor)	700.00
Gastos financieros (préstamo bancario)	211.15
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>12,767.03</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### 4.3.5. Inversión diferida

Los activos diferidos que la microempresa está constituido por el principal gasto inicial como es el estudio de factibilidad para la creación y operatividad de la microempresa comercializadora y exportadora, cuyos gastos son pago por escritura pública, publicidad, pago de notarios, etc.

#### **CUADRO N° 53.**

##### *Activos diferidos*

Concepto	COSTO \$
Permisos de funcionamiento	1.000,00
Valor de Estudios y Diseños	500,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.500,00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### 4.4. Resumen de la inversión del proyecto

El presupuesto de inversión corresponde a la sumatoria de los valores de los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

#### **CUADRO N° 54**

##### *Inversión*

DETALLE	VALOR
<b>Activos fijos</b>	
Equipo de computación	2,286.40
Muebles y enseres	743.75
Maquinaria y equipo	4,587.60
Adecuaciones	11,000.00
Edificio	18,491.24
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>37,108.99</b>
Capital de Trabajo para dos meses	12,767.03
<b>Inversión diferida</b>	
Gastos constitución	1,500.00
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>51,376.02</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

Tenemos una inversión total de USD 51376.02, para establecer el monto a financiar del total de la inversión se restará el valor de edificio que es de \$18.491.24 y de la resta se calculará el 70% (\$23,019.35), el cual se financiará con un crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), a una tasa de interés del 11% a 5 años, el 30% (\$ 9,967.04 con aporte de los socios más el valor del edificio.

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1. Introducción**

A través del este estudio se plantea realizar un análisis del proyecto, que identifique la totalidad de los recursos en valores monetarios dentro del proceso operacional, determinando el proyecto a un periodo de cinco años.

Con el análisis de cada uno de los componentes que forman parte del estudio financiero se podrá establecer la viabilidad económica financiera del presente proyecto.

#### **5.2. Determinación de los ingresos**

Para la determinación de los ingresos que hará en base a los resultados obtenidos en el Estudio de Mercado; es decir, de la demanda insatisfecha se cubrirá tan solo el 6%, ya que para este porcentaje se tiene la capacidad en base a las instalaciones indicadas en el capítulo 4.

Para la proyección de los ingresos en lo que se refiere a la cantidad a producir se proyectará en base a la tasa de crecimiento poblacional que según el Banco Central del Ecuador es del 2.90% para el año 2014. En relación al precio de venta, los costos y gastos se proyectarán de acuerdo a la inflación que para diciembre 2014 según el Banco Central del Ecuador es del 3.67%.

**CUADRO N° 55****Ingresos en dólares**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Dulce de yuca de 125g	24,823.78	25,342.60	25,872.26	26,412.99	26,965.02
Dulce de yuca de 250g	38,292.93	39,093.26	39,910.31	40,744.43	41,595.99
Dulce de yuca de 500g	6,231.21	6,361.44	6,494.40	6,630.13	6,768.70
<b>INGRESOS</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Dulce de yuca de 125g	24,823.78	25,342.60	25,872.26	26,412.99	26,965.02
Dulce de yuca de 250g	38,292.93	39,093.26	39,910.31	40,744.43	41,595.99
Dulce de yuca de 500g	6,231.21	6,361.44	6,494.40	6,630.13	6,768.70
<b>Precio de venta unitario</b>					
Dulce de yuca de 125g	1.20	1.24	1.29	1.34	1.39
Dulce de yuca de 250g	1.50	1.56	1.62	1.68	1.74
Dulce de yuca de 500g	1.75	1.81	1.88	1.95	2.02
<b>Total ingreso</b>					
Dulce de yuca de 125g	29,788.54	31,424.82	33,375.21	35,393.40	37,481.38
Dulce de yuca de 250g	57,439.40	60,985.48	64,654.70	68,450.65	72,377.02
Dulce de yuca de 500g	10,904.62	11,514.21	12,209.47	12,928.75	13,672.77
<b>Total ingreso anual</b>	<b>98,132.56</b>	<b>103,924.51</b>	<b>110,239.37</b>	<b>116,772.80</b>	<b>123,531.17</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**5.3. Determinación de los costos y gastos**

En todo negocio a más de ingresos también se necesita de costo y gastos para el normal desenvolvimiento de las actividades de la microempresa.

Para la proyección de los costos y gastos se realizará de acuerdo a la inflación acumulada que para diciembre del 2014 según el Banco Central de Ecuador es de 3.67%.

### 5.3.1 Costos

Los costos necesarios para producir dulce de yuca son los siguientes, los mismos que están dados de acuerdo a la necesidad de la microempresa:

### 5.3.2. Costos de producción

Para determinar los costos operativos es necesario establecer los tres elementos de costo que son: materia prima directa, mano de obra directa y gastos generales de fabricación.

- a) **Materia prima directa**, constituye el elemento básico, el cual es sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado.

#### CUADRO N° 56

##### *Materia prima directa*

Cantidad	Detalle	u. medida	Costo Unitario	Costo Total al mes	Costo anual
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>					
100	Yuca	qq	20	2,000.00	24,000.00
300	Panela (bancos)	und	0.75	225.00	2,700.00
100	Leche	litro	0.75	75.00	900.00
20	Maicena	kg	3.25	65.00	780.00
1000	Especias	und	0.25	250.00	3,000.00
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>					<b>31,380.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 57****Proyección de materia prima directa en gramos**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Dulce de yuca de 125g	11,296.80	11,711.39	12,141.20	12,586.78	13,048.71
Dulce de yuca de 250g	17,259.00	17,892.41	18,549.06	19,229.81	19,935.54
Dulce de yuca de 500g	2,824.20	2,927.85	3,035.30	3,146.70	3,262.18
<b>TOTAL</b>	<b>31,380.00</b>	<b>32,531.65</b>	<b>33,725.56</b>	<b>34,963.29</b>	<b>36,246.43</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

b) **Mano de obra directa**, La mano de obra directa es aquella que influye directamente en la preparación del dulce de yuca, en los cuadros siguientes se muestra dicha mano de obra, por cada año que dura el proyecto, es decir cinco años, para su proyección se usó la tasa de crecimiento promedio de los sueldos que en los último años es de 8%, según el Ministerio de Relaciones Laborales.

**CUADRO N° 58****Mano de obra directa año 1**

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Operario	1.00	354.00	4,248.00	401.44	354.00	354.00			4,554.56
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>354.00</b>	<b>4,248.00</b>	<b>401.44</b>	<b>354.00</b>	<b>354.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>4,554.56</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 59****Mano de obra directa año 2**

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Operario	1	382.32	4,587.84	433.55	382.32	382.32	382.32	191.16	5,492.41
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>382.32</b>	<b>4,587.84</b>	<b>433.55</b>	<b>382.32</b>	<b>382.32</b>	<b>382.32</b>	<b>191.16</b>	<b>5,492.41</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 60****Mano de obra directa año 3**

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Operario	1	412.91	4,954.87	468.23	412.91	412.91	412.91	206.45	5,931.81
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>412.91</b>	<b>4,954.87</b>	<b>468.23</b>	<b>412.91</b>	<b>412.91</b>	<b>412.91</b>	<b>206.45</b>	<b>5,931.81</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 61****Mano de obra directa año 4**

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Operario	1.00	445.94	5,351.26	505.69	445.94	445.94	445.94	222.97	6,406.35
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>445.94</b>	<b>5,351.26</b>	<b>505.69</b>	<b>445.94</b>	<b>445.94</b>	<b>445.94</b>	<b>222.97</b>	<b>6,406.35</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 62****Mano de obra directa año 5**

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Operario	1.00	481.61	5,779.36	546.15	481.61	481.62	481.61	240.81	6,918.86
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>481.61</b>	<b>5,779.36</b>	<b>546.15</b>	<b>481.61</b>	<b>481.62</b>	<b>481.61</b>	<b>240.81</b>	<b>6,918.86</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

- c) **Gastos generales de fabricación**, son aquellos gastos tales como: pago de servicios básicos, envases y etiquetas del producto, que influyen en el servicio que se prestará, para determinar este tipo de gastos se ha concluido que del total de los gastos antes mencionados el 20% corresponde a este rubro, la diferencia son gastos administrativos contemplados como gastos generales

**CUADRO N° 63****Costos indirectos de fabricación (Servicios básicos)**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz eléctrica	240.00	248.81	257.94	267.41	277.22
Agua potable	288.00	298.57	309.53	320.89	332.67
Internet	48.38	50.16	52.00	53.91	55.89
Teléfono	36.00	37.32	38.69	40.11	41.58
<b>TOTAL</b>	<b>612.38</b>	<b>634.86</b>	<b>658.16</b>	<b>682.32</b>	<b>707.36</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 64****Distribución de los costos indirectos (Servicios básicos)**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Dulce de yuca de 125g	204.13	204.13	204.13	204.13	204.13
Dulce de yuca de 250g	204.13	204.13	204.13	204.13	204.13
Dulce de yuca de 500g	204.13	204.13	204.13	204.13	204.13
<b>total servicios básicos</b>	<b>612.38</b>	<b>612.38</b>	<b>612.38</b>	<b>612.38</b>	<b>612.38</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 65****Costos indirectos de fabricación (envases y etiquetas)**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Envases 125 g	377.32	391.17	405.53	420.41	435.84
Envases 250 g	291.03	301.71	312.78	324.26	336.16
Envases 500 g	23.68	24.55	25.45	26.38	27.35
Etiquetas 125 g	148.94	154.41	160.08	165.95	172.04
Etiquetas 250 g	114.88	119.09	123.46	127.99	132.69
Etiquetas 500 g	9.35	9.69	10.05	10.42	10.80
<b>TOTAL</b>	<b>840.97</b>	<b>871.84</b>	<b>903.84</b>	<b>937.00</b>	<b>971.39</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

Con el detalle de los tres elementos del costo establecemos el costo de producción; es decir lo que nos cuesta producir el dulce de yuca en cada una de sus tres presentaciones

**CUADRO N° 66****Costo de producción de 125g**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	11,296.80	11,711.39	12,141.20	12,586.78	13,048.71
(+) Mano de obra	1,518.19	1,830.80	1,977.27	2,135.45	2,306.29
(+) Materiales Indirectos	730.39	757.20	785.00	813.80	843.67
Total costos operativos	13,545.38	14,299.39	14,903.47	15,536.03	16,198.66
Costos por producto	0.55	0.56	0.58	0.59	0.60

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 67****Costo de producción de 250g**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima directa	17,259.00	17,892.41	18,549.06	19,229.81	19,935.54
(+) Mano de obra	1,518.19	1,830.80	1,977.27	2,135.45	2,306.29
(+) Materiales indirectos	610.03	632.42	655.63	679.69	704.64
Total costos operativos	19,387.22	20,355.63	21,181.96	22,044.95	22,946.46
Costos por producto	0.51	0.52	0.53	0.54	0.55

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 68****Costo de producción de 500g**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	2,824.20	2,927.85	3,035.30	3,146.70	3,262.18
(+) Mano de obra	1,518.19	1,830.80	1,977.27	2,135.45	2,306.29
(+) Materiales indirectos	237.15	245.86	254.89	264.24	273.94
Total costos operativos	4,579.54	5,004.51	5,267.46	5,546.39	5,842.40
Costo por persona	0.73	0.79	0.81	0.84	0.86

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

Como observamos en los cuadros anteriores se estableció también los por cada uno de los productos, de los cuales aumentados la utilidad que se pretenda ganar para cubrir todos sus costos y gastos, se determinará el precio de venta unitario.

### 5.3.3. Gastos administrativos

Para el funcionamiento de la microempresa de producción y comercialización de dulce de yuca, para lo cual se realiza la contratación de personal ético, el mismo que constituirá el equipo técnico profesional que desempeñara en función en la microempresa, para su proyección se usó la tasa de crecimiento promedio de los sueldos que en los último años es de 8%, según el Ministerio de Relaciones Laborales.

#### CUADRO N° 69

##### Sueldo personal administrativo año 1

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Gerente	1	500.00	6,000.00	567.00	500.00	354.00		250.00	6,537.00
Secretaria	1	370.00	4,440.00	419.58	370.00	354.00		185.00	4,929.42
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>870.00</b>	<b>10,440.00</b>	<b>986.58</b>	<b>870.00</b>	<b>708.00</b>	<b>0.00</b>	<b>435.00</b>	<b>11,466.42</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### CUADRO N° 70

##### Sueldo personal administrativo año 2

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Gerente	1	540.00	6,480.00	612.36	540.00	382.32	540.00	270.00	7,599.96
Secretaria	1	399.60	4,795.20	453.15	399.60	382.32	399.60	199.80	5,723.37
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>939.60</b>	<b>11,275.20</b>	<b>1,065.51</b>	<b>939.60</b>	<b>764.64</b>	<b>939.60</b>	<b>469.80</b>	<b>13,323.33</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### CUADRO N° 71

##### Sueldo personal administrativo año 3

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Gerente	1	583.20	6,998.40	661.35	583.20	412.91	583.20	291.60	8,207.96
Secretaria	1	431.57	5,178.82	489.40	431.57	412.91	431.57	215.78	6,181.24
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>1,014.77</b>	<b>12,177.22</b>	<b>1,150.75</b>	<b>1,014.77</b>	<b>825.81</b>	<b>1,014.77</b>	<b>507.38</b>	<b>14,389.20</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 72****Sueldo personal administrativo año 4**

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Gerente	1	629.86	7,558.27	714.26	629.86	445.94	629.86	314.93	8,864.59
Secretaria	1	466.09	5,593.12	528.55	466.09	445.94	466.09	233.05	6,675.74
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>1,095.95</b>	<b>13,151.39</b>	<b>1,242.81</b>	<b>1,095.95</b>	<b>891.88</b>	<b>1,095.95</b>	<b>547.97</b>	<b>15,540.34</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 73****Sueldo personal administrativo año 5**

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Gerente	1	680.24	8,162.93	771.40	680.24	481.61	680.24	340.12	9,573.76
Secretaria	1	503.38	6,040.57	570.83	503.38	481.61	503.38	251.69	7,209.80
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>1,183.63</b>	<b>14,203.50</b>	<b>1,342.23</b>	<b>1,183.63</b>	<b>963.23</b>	<b>1,183.63</b>	<b>591.81</b>	<b>16,783.56</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

A más de los sueldos que normalmente se pagarán al personal que laborará en la microempresa, también es necesario contratar un Contador; sin embargo por no ser una empresa grande, no sería necesario el tener un personal a tiempo completo, además nos representa un gasto incensario en sus inicios, por lo que se decidió tan solo pagar por horarios como se muestra en las tablas siguientes:

**CUADRO N° 74****Honorarios**

Detalle	Cantidad	Subtotal	IVA 12%	Total factura
Contador	1.00	300.00	36.00	336.00
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>	<b>300.00</b>	<b>36.00</b>	<b>336.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 75****Proyección de horarios**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Honorarios	4,032.00	4,354.56	4,702.92	5,079.15	5,485.48
<b>TOTAL</b>	<b>4,032.00</b>	<b>4,354.56</b>	<b>4,702.92</b>	<b>5,079.15</b>	<b>5,485.48</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

De igual manera también existen gastos generales, como es el caso de pago de servicios básicos y otros pagos, en los cuadros siguientes se indica los gastos generales que son necesarios para el normal desenvolvimiento de la microempresa, su proyección se realizó de acuerdo a la inflación que según el Banco Central del Ecuador para diciembre de 2014 fue de 3.67%:

**CUADRO N° 76****Servicios básicos (administrativos)**

Cantidad	Detalle	valor Unitario	valor total
12	Luz eléctrica	100.00	1,200.00
12	Agua potable	120.00	1,440.00
12	Internet	20.16	241.92
12	teléfono	15.00	180.00
<b>TOTAL SERVICIOS BÁSICOS</b>		<b>255.16</b>	<b>3,061.92</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 77****Proyección de los servicios básicos (administrativos)**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz eléctrica	960.00	995.23	1,031.76	1,069.62	1,108.88
Agua potable	1,152.00	1,194.28	1,238.11	1,283.55	1,330.65
Internet	193.54	200.64	208.00	215.63	223.54
Teléfono	144.00	149.29	154.77	160.45	166.34
<b>TOTAL</b>	<b>2,449.54</b>	<b>2,539.44</b>	<b>2,632.64</b>	<b>2,729.25</b>	<b>2,829.41</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

Cabe mencionar que del 100% de los servicios básicos, el 80% tan solo corresponden a gastos de administración la diferencia son considerados como costos indirectos de fabricación.

#### **CUADRO N° 78**

##### **Gastos generales**

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>valor Unitario</b>	<b>valor total</b>
12	Suministros de oficina	50.00	600.00
<b>TOTAL GASTO GENERALES</b>		<b>50.00</b>	<b>600.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### **CUADRO N° 79**

##### **Proyección de los gastos generales**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Suministros de oficina	600.00	622.02	644.85	668.52	693.05
<b>TOTAL</b>	<b>600.00</b>	<b>622.02</b>	<b>644.85</b>	<b>668.52</b>	<b>693.05</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### **CUADRO N° 80**

##### **IESS Patronal 12.15%**

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>valor Unitario</b>	<b>valor total</b>
12	Pago del IESS 12,15% patronal	150.66	1,807.92
<b>TOTAL GASTO GENERALES</b>		<b>150.66</b>	<b>1,807.92</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### **CUADRO N° 81**

##### **Proyección IESS Patronal 12.15%**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Pago del IESS 12.15%	1,807.92	1,952.55	2,024.21	2,098.50	2,175.51
<b>TOTAL</b>	<b>1,807.92</b>	<b>1,952.55</b>	<b>2,024.21</b>	<b>2,098.50</b>	<b>2,175.51</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

### 5.3.4. Gasto de ventas

Los gastos de ventas son todos los gastos que incurren para la venta del producto; es decir, pago del sueldo de vendedores, publicidad, entre otros.

- a) **Publicidad**, Una de las estrategias de la microempresa es dar a conocer las características, beneficios alimenticios que posee el producto y el punto de venta, también se debe considerar que en el marketing publicitario constituya varios anuncios por radio y prensa escrita, con el fin de obtener reconocimiento por el sector.

#### CUADRO N° 82

##### Publicidad

Cantidad	Detalle	valor Unitario	valor total
12	Publicidad	700.00	8,400.00
<b>TOTA PUBLICIDAD</b>		<b>700.00</b>	<b>8,400.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### CUADRO N° 83

##### Proyección de publicidad

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	8,400.00	8,708.28	9,027.87	9,359.19	9,702.67
<b>TOTAL</b>	<b>8,400.00</b>	<b>8,708.28</b>	<b>9,027.87</b>	<b>9,359.19</b>	<b>9,702.67</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

- b) **Sueldos personal de ventas**, el personal de ventas está compuesto por un vendedor, el mismo que se detalla a continuación detallado por cada año y proyectado en base a la tasa de crecimiento promedio del sueldo de los últimos años que es del 8%, según el Ministerio de Relaciones Laborales.

**CUADRO N° 84****Sueldo personal de ventas año 1**

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Vendedor	1.00	370.00	4,440.00	419.58	370.00	354.00		185.00	4,929.42
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>370.00</b>	<b>4,440.00</b>	<b>419.58</b>	<b>370.00</b>	<b>354.00</b>	<b>0.00</b>	<b>185.00</b>	<b>4,929.42</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 85****Sueldo personal de ventas año 2**

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Vendedor	1	399.60	4,795.20	453.15	399.60	382.32	399.60	199.80	5,723.37
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>399.60</b>	<b>4,795.20</b>	<b>453.15</b>	<b>399.60</b>	<b>382.32</b>	<b>399.60</b>	<b>199.80</b>	<b>5,723.37</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 86****Sueldo personal de ventas año 3**

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Vendedor	1	431.57	5,178.82	489.40	431.57	412.91	431.57	215.78	6,181.24
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>431.57</b>	<b>5,178.82</b>	<b>489.40</b>	<b>431.57</b>	<b>412.91</b>	<b>431.57</b>	<b>215.78</b>	<b>6,181.24</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 87****Sueldo personal de ventas año 4**

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Vendedor	1	466.09	5,593.12	528.55	466.09	445.94	466.09	233.05	6,675.74
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>466.09</b>	<b>5,593.12</b>	<b>528.55</b>	<b>466.09</b>	<b>445.94</b>	<b>466.09</b>	<b>233.05</b>	<b>6,675.74</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**CUADRO N° 88****Sueldo personal de ventas año 5**

Detalle	Cant.	Mensual	Anual	IESS 9,45%	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Vendedor	1	503.38	6,040.57	564.79	503.38	481.61	503.38	251.69	7,215.84
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>503.38</b>	<b>6,040.57</b>	<b>564.79</b>	<b>503.38</b>	<b>481.61</b>	<b>503.38</b>	<b>251.69</b>	<b>7,215.84</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**5.3.5. Gastos constitución**

En la inversión total antes indicada se estableció los gastos constitución, los mismos en base a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIFs); es decir van directamente al estado de Resultados.

**CUADRO N° 89****Gastos constitución**

Detalle	Año 1
Gasto constitución	1,500.00
<b>TOTAL</b>	<b>1,500.00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

**5.3.6. Depreciación de activos fijos**

En la inversión total se mostró los activos fijos, los mismos que se la Ley de Régimen Tributario Interno, deben ser depreciados; es decir mandado al gasto un porcentaje de su valor total, para esto se debe existen varios métodos, sin embargo para el proyecto se utilizó el método de línea recta, aplicando los siguientes porcentajes según la LORTI:

- Equipo de computación 33% 3 años
- Equipo de oficina 10% 10 años
- Muebles y enseres 10% 10 años
- Vehículo 20% 5 años

- Maquinaria y equipo 10% 10 años
- Edificio 5% 20 años

En el cuadro siguiente se muestra el cálculo de la depreciación de los activos fijos que posee la microempresa.

### **CUADRO N° 90**

#### **Depreciaciones**

<b>Detalle</b>	<b>%</b>	<b>Valor nominal</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Valor libros</b>
Equipo de computación	33.33%	2,286.40	762.06	762.06	762.06	790.02	790.02	790.26
Muebles y enseres	10%	743.75	74.38	74.38	74.38	74.38	74.38	371.88
Maquinaria y equipo	10%	4,587.60	458.76	458.76	458.76	458.76	458.76	2,293.80
Adecuaciones	5%	11,000.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	8,250.00
Edificio	5%	18,491.24	924.56	924.56	924.56	924.56	924.56	13,868.43
<b>Total</b>		<b>37,108.99</b>	<b>2,769.75</b>	<b>2,769.75</b>	<b>2,769.75</b>	<b>1,873.16</b>	<b>1,873.16</b>	<b>11,705.94</b>

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

Fuente: LRTI (Ley de Régimen Tributario Interno)

#### **5.3.7. Gastos financieros**

Los gastos financieros son todos los ocasionados por concepto de préstamo bancario. La microempresa requiere de un préstamo de \$ 23.032.75, el cual será otorgado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), a una tasa de interés del 11% a 5 años.

Los pagos son mensuales, la cuota es fija ajustable trimestralmente según las tasas vigentes del Banco Central del Ecuador, como se muestra en la tabla de amortización siguiente:

**CUADRO N° 91****Amortización del préstamo**

Valor del préstamo	23,019.35
Tiempo	5 años
Tasa de interés	0.11

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital (Ver anexo G)	3,654.44	4,077.32	4,549.15	5,075.57	5,662.87
Intereses	2,351.53	1,928.64	1,456.82	930.39	343.05
<b>Total</b>	<b>6,005.96</b>	<b>6,005.96</b>	<b>6,005.96</b>	<b>6,005.96</b>	<b>6,005.92</b>

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

Fuente: CFN BCE

**5.4. Estados financieros****5.4.1. Balance de situación inicial**

Mediante el análisis de la inversión total antes indicada podemos determinar el Estado de Situación Inicial, con el cual la microempresa va a iniciar sus actividades, aquí mostramos de manera detalla cómo está conformado dicho balance para que los inversionistas observen que la microempresa inicia con un muy bien capital tanto en valores como en bienes.

**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL****Año 0**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>		<b>12,767.03</b>	<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>
Caja - Bancos	12,767.03	Préstamo bancario	23,019.35
Capital de Trabajo	12767.03		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>37,108.99</b>	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>23,019.35</b>
Equipo de computación	2,286.40		
Muebles y enseres	743.75		
Maquinaria y equipo	4,587.60	<b>PATRIMONIO</b>	
Adecuaciones	11,000.00	Capital socios	28,356.68 <b>28,356.68</b>
Edificio	18,491.24		
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>1,500.00</b>		
Gasto constitución	1,500.00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>51,376.02</b>	<b>TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO</b>	<b>51,376.02</b>

**5.4.2. Estado de resultados**

El siguiente estado detalla los ingresos y egresos que tendrá el proyecto en cada uno de los años de vida útil, el mismo que nos presenta con utilidades desde el primer año de gestión de la microempresa, lo que significa que es una inversión rentable.

**CUADRO N° 92****Estado de resultados en dólares**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
Dulce de yuca de 125g	29,788.54	31,424.82	33,375.21	35,393.40	37,481.38
Dulce de yuca de 250g	57,439.40	60,985.48	64,654.70	68,450.65	72,377.02
Dulce de yuca de 500g	10,904.62	11,514.21	12,209.47	12,928.75	13,672.77
<b>Total ingreso</b>	<b>98,132.56</b>	<b>103,924.51</b>	<b>110,239.37</b>	<b>116,772.80</b>	<b>123,531.17</b>
<b>(-) Costo de producción</b>					
Dulce de yuca de 125g	13,545.38	14,299.39	14,903.47	15,536.03	16,198.66
Dulce de yuca de 250g	19,387.22	20,355.63	21,181.96	22,044.95	22,946.46
Dulce de yuca de 500g	4,579.54	5,004.51	5,267.46	5,546.39	5,842.40
Total costos	<b>37,512.13</b>	<b>39,659.54</b>	<b>41,352.88</b>	<b>43,127.37</b>	<b>44,987.53</b>
<b>Utilidad bruta</b>	<b>60,620.42</b>	<b>64,264.97</b>	<b>68,886.49</b>	<b>73,645.43</b>	<b>78,543.64</b>
<b>GASTOS</b>					
(-) Gastos de administración	11,466.42	13,323.33	14,389.20	15,540.34	16,783.56
(-) Gastos de ventas	13,329.42	14,431.65	15,209.11	16,034.93	16,918.51
(-) Gastos generales	3,049.54	3,161.46	3,277.49	3,397.77	3,522.46
(-) Honorarios	4,032.00	4,354.56	4,702.92	5,079.15	5,485.48
(-) Depreciaciones	2,769.75	2,769.75	2,769.75	1,873.16	1,873.16
(-) Gastos constitución	1,500.00				
(-) Gastos financieros	2,351.53	1,928.64	1,456.82	930.39	343.05
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>38,498.66</b>	<b>39,969.40</b>	<b>41,805.29</b>	<b>42,855.74</b>	<b>44,926.23</b>
<b>UTILIDAD ANTES TRABAJADORES</b>	<b>22,121.76</b>	<b>24,295.57</b>	<b>27,081.20</b>	<b>30,789.69</b>	<b>33,617.41</b>
(-) 15% Trabajadores	3,318.26	3,644.34	4,062.18	4,618.45	5,042.61
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>18,803.50</b>	<b>20,651.24</b>	<b>23,019.02</b>	<b>26,171.23</b>	<b>28,574.80</b>
(-) Impuesto a la Renta	740.62	905.95	1,205.54	1,622.19	6,286.46
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>18,062.88</b>	<b>19,745.29</b>	<b>21,813.48</b>	<b>24,549.04</b>	<b>22,288.34</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

En el Tercer Suplemento del Registro Oficial No. 407, publicado el 31 de diciembre de 2014, se expidió el Reglamento a la Ley Orgánica de Incentivos a la Producción y Prevención del Fraude Fiscal y con él se reformó el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno. En el cual nos indica los valores máximos para llevar contabilidad a partir del año 2015: Ingresos USD 162.000, costos USD 129.600 y Capital USD 97.200.

Como se observa en ningún año, la microempresa es obligada a llevar contabilidad; sin embargo se debe pagar tanto las utilidades a los trabajadores del 15%, así como el impuesto a la renta en base a la tabla de impuesto a la renta (ver anexo H), como se tiene datos hasta el año 2015, los siguientes años se proyectará en base a una tasa de crecimiento promedio que ha tenido los últimos años del 2.5% aproximadamente.

La tabla de impuesto a la renta que se aplicará para el primer año será la del 2014.

### 5.4.3. Flujo de efectivo financiero

El objetivo de realizar este estado financiero es por determinar los movimientos de efectivo de acuerdo a las actividades que se presenten, de igual manera permitan estudiar las razones económicas que tenga la microempresa, para verificar si el proyecto es rentable.

#### CUADRO N° 93

##### Flujo de efectivo financiero en dólares

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>18,062.88</b>	<b>19,745.29</b>	<b>21,813.48</b>	<b>24,549.04</b>	<b>22,288.34</b>
(+) Depreciaciones		2,769.75	2,769.75	2,769.75	1,873.16	1,873.16
(+) Gastos constitución		1,500.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>FLUJO DE CAJA</b>		<b>22,332.63</b>	<b>22,515.04</b>	<b>24,583.23</b>	<b>26,422.20</b>	<b>24,161.50</b>
Inversión	-51,376.02					
Préstamo	23,019.35					
(-) Cuota del Préstamo		3,654.44	4,077.32	4,549.15	5,075.57	5,662.87
(-) Reinversión					2,370.31	
(+) Valor residual						11,705.94
(+) Recuperación de trabajo neto						12,767.03
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-28,356.68</b>	<b>18,678.19</b>	<b>18,437.72</b>	<b>20,034.09</b>	<b>18,976.32</b>	<b>42,971.60</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>51,376.02</b>	<b>-32,697.83</b>	<b>-14,260.11</b>	<b>5,773.98</b>	<b>24,750.30</b>	<b>67,721.90</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

En el flujo de caja consta una reinversión, la misma que es el equipo de computación que se deprecio en el año tres por tal razón se hizo necesario reinvertir en un nuevo equipo de computación.

## 5.5. Evaluación de la inversión financiera

### 5.5.1. Costo de oportunidad

El costo de oportunidad se calcula con la finalidad de saber cuál es el rendimiento mínimo que tendrá un proyecto, lo que significa que en base a esta tasa se verificará la rentabilidad o no del mismo.

#### CUADRO N° 94

##### Costo de oportunidad

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PROMEDIO	VALOR PROMEDIO
Inversión Financiada	23,019.35	45	11.00	495.00
Inversión propia	28,356.68	55	5.39	296.45
<b>TOTAL</b>	<b>51,376.02</b>	<b>100.00</b>		<b>791.45</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014  
Fuente: BCE

Tasa referencial pasiva (abril 2015) 5.39%

Tasa activa vigente préstamo comercial 11%

$$\text{Costo de oportunidad} = \frac{791.45}{100.00}$$

**Costo de oportunidad = 7.91%**

$$\begin{aligned} \text{Costo de oportunidad con inflación} &= (1+CK)*(1+I)-1 \\ &= (1+0.0791)*(1+0.0367)-1 \\ &= 11.87\% \end{aligned}$$

La tasa referencia activa del préstamo se obtuvo mediante la Corporación Financiera Nacional, así mismo la tasa pasiva se tomó del Banco Central del Ecuador para abril del 2015.

### 5.5.2. Cálculo del valor actual neto (VAN)

El VAN es un indicador financieros que mide los flujos futuros de los ingresos y egresos de la actividad que realiza la microempresa, tomando en cuenta que al determinar la inversión inicial, se obtiene resultados positivos es proyecto es viable.

$$VAN = \frac{FN1}{(1+r)^1} + \frac{FN2}{(1+r)^2} + \frac{FN3}{(1+r)^3} + \frac{FN4}{(1+r)^4} + \frac{FN5}{(1+r)^5}$$

#### CUADRO N° 95

##### Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJOS DE FONDOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS ACTUALIZADOS
1	18,678.19	0.89386	16,695.60
2	18,437.72	0.79898	14,731.31
3	20,034.09	0.71417	14,307.73
4	18,976.32	0.63836	12,113.80
5	42,971.60	0.57060	24,519.81
<b>TOTAL</b>	<b>119,097.93</b>		<b>82,368.25</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

$$VAN = \sum FNA - INVERSIÓN$$

$$VAN = 82.368.25 - 51.376.02$$

$$VAN = 30.992.23$$

Una vez analizado los flujos netos y la inversión, se determina que el valor actual neto es mayor a cero, por lo tanto el proyecto es factible para ponerlo en funcionamiento.

### 5.5.3. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retornos es conocida como tasa de rentabilidad donde se especifica la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de las actividades que realiza la microempresa YUCADUL.

#### CUADRO N° 96

##### Flujos actualizados

AÑOS	FLUJO DE FONDOS	TASA DE REDESCUENTO	
		0.3300	0.300
0	-51,376.02	-51,376.02	-51,376.02
1	18,678.19	14,043.76	14,367.84
2	18,437.72	10,423.27	10,909.89
3	20,034.09	8,515.59	9,118.84
4	18,976.32	6,064.65	6,644.14
5	42,971.60	10,325.79	11,573.50
TOTAL	119,097.93	49,373.05	52,614.21
VAN		-2,002.98	1,238.19
	TIR		0.31

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

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

$$TIR = (0,30) + (0,33 - 0,30) \frac{1.239,19}{1.239,19 - (-2.00)}$$

$$TIR = 0.3115$$

La TIR calculada es del 31.15% siendo esta mayor a la tasa del costo de oportunidad determinando que el proyecto es factible.

### 5.5.4. Beneficio - costo

El costo- beneficio es el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y egresos actualizados.

El cuadro tanto de los ingresos como de los gastos actualizados se muestra a continuación, los cuales fueron calculados con la tasa de rendimiento del 11.87%.

### CUADRO N° 97

#### Ingresos y egresos actualizados

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	98,132.56	80,069.68	87,716.28	71,570.69
2	103,924.51	84,179.22	83,033.28	67,257.25
3	110,239.37	88,425.89	78,729.60	63,151.08
4	116,772.80	92,223.76	74,543.55	58,872.33
5	123,531.17	101,242.83	70,487.49	57,769.65
	<b>552,600.41</b>	<b>446,141.38</b>	<b>394,510.20</b>	<b>318,620.99</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

$$\text{Beneficio costo} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\text{Beneficio costo} = \frac{394.510,20}{318.620,99}$$

$$\text{Beneficio costo} = 1.24 \text{ USD}$$

Una vez realizado la relación de los ingresos y egresos, se obtiene 1.24 es decir que por cada dólar invertido en el proyecto se tendrá una ganancia de 0.24 centavos de dólar.

#### 5.5.5. Punto de equilibrio

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Para el cálculo del punto de equilibrio se realizará mediante la siguiente fórmula:

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

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

### CUADRO N° 98

#### Punto de equilibrio

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Gastos administrativos	11,466.42	13,323.33	14,389.20	15,540.34	16,783.56
Gasto de ventas	13,329.42	14,431.65	15,209.11	16,034.93	16,918.51
Depreciaciones	2,769.75	2,769.75	2,769.75	1,873.16	1,873.16
Amortización	1,500.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>29,065.59</b>	<b>30,524.74</b>	<b>32,368.07</b>	<b>33,448.43</b>	<b>35,575.24</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Materia prima	31,380.00	32,531.65	33,725.56	34,963.29	36,246.43
Mano de obra directa	4,554.56	5,492.41	5,931.81	6,406.35	6,918.86
Materiales indirectos	1,577.57	1,635.48	1,695.51	1,757.73	1,822.24
Honorarios	4,032.00	4,354.56	4,702.92	5,079.15	5,485.48
Gastos generales	3,049.54	3,161.46	3,277.49	3,397.77	3,522.46
Gastos financieros	2,351.53	1,928.64	1,456.82	930.39	343.05
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>46,945.20</b>	<b>49,104.20</b>	<b>50,790.10</b>	<b>52,534.69</b>	<b>54,338.53</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>76,010.79</b>	<b>79,628.94</b>	<b>83,158.17</b>	<b>85,983.11</b>	<b>89,913.76</b>
Ventas	98,132.56	103,924.51	110,239.37	116,772.80	123,531.17
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO \$</b>	<b>55,722.38</b>	<b>57,866.67</b>	<b>60,021.52</b>	<b>60,802.95</b>	<b>63,513.26</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

#### 5.5.6. Periodo de recuperación de la inversión

El período de recuperación de la inversión se calculó en base a los flujos de efectivos actualizados calculados con el costo de oportunidad del 11.87%.

**CUADRO N° 99****Periodo de recuperación de la inversión**

<b>AÑOS</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>FLUJOS ACTUALIZADOS</b>	<b>FLUJOS ACUM. ACTUALIZADOS</b>
0	<b>51,376.02</b>		
1		16,695.60	16,695.60
2		14,731.31	31,426.91
3		14,307.73	45,734.64
4		12,113.80	57,848.44
5		24,519.81	82,368.25

Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

Una vez realizado el cálculo respectivo se llega a determinar que el periodo de recuperación del capital es 3 años, 5 meses y 17 días, que es la inversión.

## CAPÍTULO VI

### 6. PROPUESTA ESTRATEGICA

#### 6.1. La empresa

El giro del negocio está enmarcado en la producción y comercialización de dulce de Yuca en la Ciudad de Ibarra, la empresa aprovechará las bondades nutricionales que otorga este tubérculo, ofertando a las familias un producto novedoso y natural.

#### GRÁFICO N° 33

*Slogan*

**“YUCADUL”**

**EL SABOR DEL DULCE NATURAL PARA SU PALADAR**

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

#### GRÁFICO N° 34

*Etiqueta*



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

### **6.1.1. Titularidad de propiedad de la empresa**

La Microempresa YUCADUL, encargada de la producción y comercialización de Dulce de Yuca se constituirá legalmente como una

Micro empresa de persona natural no obligada a llevar contabilidad a nombre de la Srta. Patricia García.

### **6.1.2. Tipo de empresa**

La actividad que desarrollará la empresa lo podemos resumir en:

- La producción de Dulce de yuca.
- La comercialización del producto en la Ciudad de Ibarra

### **6.1.3. Base filosófica**

#### **a) Misión**

*“YUCADUL, es una microempresa ibarreña, pionera en la producción y comercialización de dulce de yuca, que brinda a sus clientes productos de calidad, con sabor incomparable para su paladar”*

#### **b) Visión**

*“En los próximos cinco años YUCADUL, será una empresa altamente posicionado en la zona norte del país, que entregue producto elaborado con tecnología de punta y a precios altamente accesibles”.*

### **6.1.4. Principios y valores corporativos**

YUCADUL, reúne una serie de requerimientos humanos y éticos que contribuyen a la armonía y la sinergia en cada una de las actividades, que se desarrollan dentro de empresa, a continuación se detalla cada uno de ellos.

- a) **Liderazgo-** El liderazgo es el conjunto de capacidades que un individuo tiene para influir positivamente en un grupo de personas, para la consecución de los objetivos empresariales
- b) **Honestidad.-** La honestidad se constituye con componente esencial dentro de las relaciones humanas, es el ser franco y transparente, alimenta la confianza y la capacidad de trabajar en equipo.
- c) **Responsabilidad.-** La responsabilidad es un valor que forma parte de la integridad de la persona, y se evidencia en el devenir del fiel cumplimiento de las tareas encomendadas con diligencia y eficacia plena.
- d) **Respeto** Ser asertivo y amable estrecha las distancias y fortifica las relaciones, llevar a la práctica una acción de reciprocidad aporta enormemente en el crecimiento personal.
- e) **Solidaridad.-** El entregar un contingente humano o intelectual con la finalidad de solidarizarse con una causa justa, consigue emerger un sentido espiritual y de satisfacción, el sentirse útil y ayudar a crecer a otra persona.
- f) **Competitividad.-** La competitividad es la capacidad que tiene una organización y sus miembros de mejorar progresivamente sus estándares de calidad, procurando ser referentes en el área que se desenvuelven, con el objetivo de mejorar la producción y el servicio.
- g) **Excelencia.-** La excelencia es el impulso de soluciones innovadoras, el uso de tecnología servicios que garantizan la satisfacción de los clientes.

## 6.2 La organización:

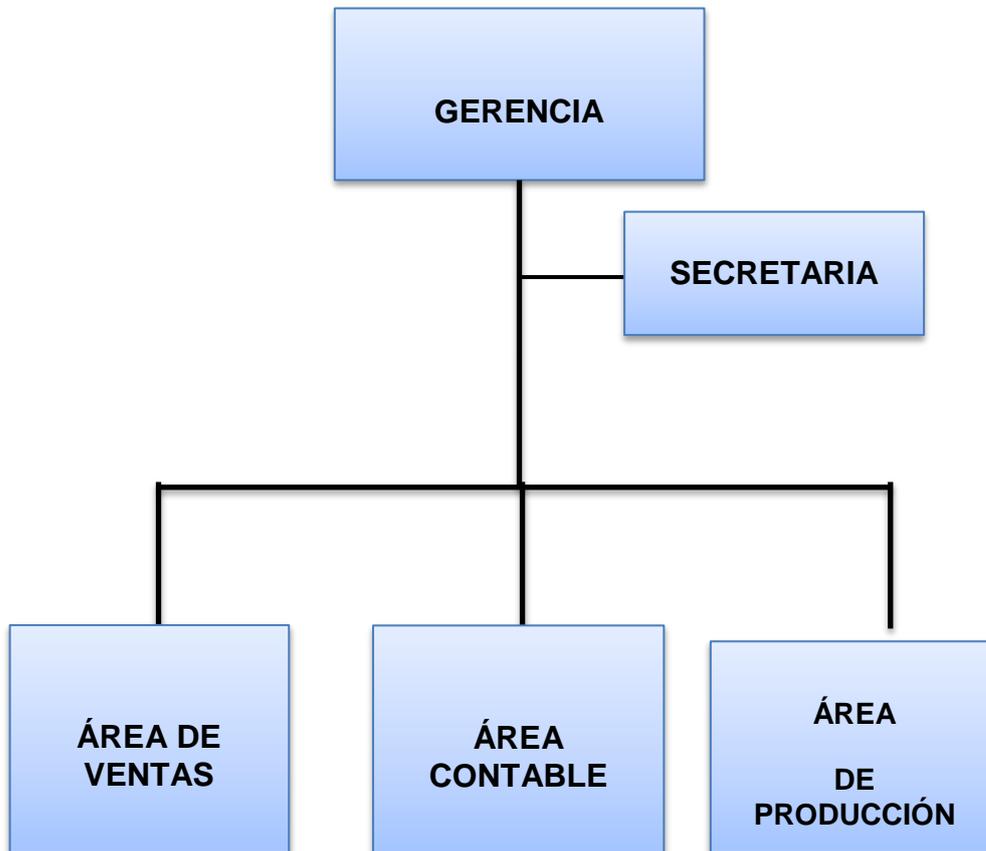
La microempresa se encuentra organizada bajo tres áreas fundamentales e importantes el área de producción, el área de contabilidad y el área de ventas todas ellas dependen directamente del Gerente Propietario de YUCADUL.

A continuación se presenta el organigrama estructural.

### 6.2.1. Organigrama estructural

#### GRÁFICO N° 35

#### *Estructura organizacional*



Elaborado por: La Autora  
Año: 2014

Como podemos observar en el organigrama anterior la microempresa cuenta con: la gerencia, la secretaría, el área de ventas, el área contable y el área de producción.

### 6.3. Manual de funciones

Dentro de la microempresa se debe considerar que todos los trabajadores tienen diversos cargos y por consiguiente distintas funciones, por lo tanto se detalla de forma puntualizada la forma de delimitar las funciones de cada cargo dentro de la organización.

### **6.3.1 Gerente**

#### **Perfil del puesto:**

- Título Universitario en Administración de Empresas, Experiencia de tres años en cargos similares.
- Manejo de paquetes informáticos y utilitarios.
- Conocimiento en el área de marketing.
- Alta Capacidad de liderazgo, motivación y toma de decisiones.
- Alta capacidad para manejo de personal.
- Conocimientos de normativa laboral.
- Capacidad para ingresar en nuevos nichos de mercado.
- Habilidad para los negocios.
- Cumplimiento de metas empresariales.
- Excelentes relaciones personales.
- Manejar cartera de clientes.

#### **Funciones:**

- Representar a la empresa legal y jurídicamente.
- Planificar, dirigir y controlar todas las actividades de la microempresa.
- Llevar un Control de las actividades de cada uno de los trabajadores.
- Amonestar, sancionar, despedir, contratar personal.
- Realizar y autorizar compra de insumos.
- Vigilar el cumplimiento de los objetivos y políticas de la microempresa.
- Gestionar alianzas comerciales.

### **6.3.2. Secretaria- Recepcionista**

#### **Perfil del puesto:**

- Título universitario en secretariado, experiencia de un año en labores afines.
- Manejo de paquetes informáticos y utilitarios.
- Excelente expresión verbal y escrita.
- Excelentes relaciones personales.
- Manejo de archivo.
- Responsabilidad y discreción de los manejos administrativos de la microempresa.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Disponibilidad para el trabajo bajo presión.
- Cumplimiento de metas empresariales.

#### **Funciones:**

- Atención a los clientes.
- Presentación oportuna de información y atención a los clientes.
- Recepción y entrega de documentos.
- Organizar y mantener actualizado el archivo.
- Prevenir oportunamente la falta de algún material sea esta de oficina o dentro de la bodega o en producción.
- Tener la correspondencia al día.
- Llevar la custodia de la documentación de los clientes.
- Digitar y redactar oficios, memorandos.
- Realizar y recibir llamadas telefónicas acorde a las necesidades.
- Cobro de los servicios prestados.

- Realizar cierres de caja conforme el cambio de turno.
- Realizar los depósitos diarios en la cuenta de la microempresa.
- Las demás que vayan acorde con su función.

### **6.3.3. Contadora**

#### **Perfil del Puesto**

- Título Universitaria en Contabilidad Superior y Auditoría, experiencia mínima de tres años.
- Sólidos conocimientos de contabilidad, Leyes Tributarias, Laborales y otras normas legales.
- Tener capacidad de afrontar dificultades.
- Excelente manejo en la toma de decisiones.
- Tener calidad humana y buena disposición.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Excelencia capacidad e iniciativa de liderazgo.

#### **Funciones**

- Desarrollar la contabilidad de la microempresa.
- Preparar y presentar Estados Financiero trimestrales o conforme la gerencia o los socios lo requieran.
- Realizar la Declaración y pago de impuestos.
- Supervisar el cumplimiento de las obligaciones legales.
- Realizar conciliaciones bancarias mensuales.
- Realizar arqueos de caja de manera sorpresiva a los encargados de la caja.
- Ejecutar roles de pago de manera mensual.
- Llevar un control adecuado de las cuentas, documentos tanto por pagar como por cobrar.

- Elaborar informes sobre el desempeño de la microempresa de manera semestral.

#### **6.3.4. Vendedor**

##### **Perfil del puesto:**

- Título universitario en el área Marketing.
- Experiencia de un año en cargos similares.
- Manejo de cartera de clientes.
- Conocimientos sólidos del área de trabajo.
- Excelentes Relaciones Humanas.

##### **Funciones**

- Atención al cliente.
- Llevar una agenda detallada de las actividades a realizarse.
- Organizar toda la documentación interna y externa de la empresa.
- Ser el soporte administrativo en todas las áreas de la organización.
- Elaborar informes, cartas de presentación y demás documentos.
- Mantener el área administrativa en perfectas condiciones.
- Llevar a su cargo el detalle de los pedidos efectuados, así como la de entrega de los mismos.
- Realizar investigaciones para mejorar el nivel de publicidad del producto de lanzamiento al mercado.

#### **6.3.5. Operarios**

##### **Perfil del puesto:**

- Excelentes relaciones humanas.

- Honradez y responsabilidad.
- Predisposición al cambio.
- Disponibilidad para trabajar en equipo.
- Trabajo bajo presión.
- Lealtad.
- Mantener un inventario de los insumos utilizados en el proceso productivo.
- Seleccionar o en su defecto rechazar los insumos a utilizarse en la elaboración del dulce.
- Desarrollar el proceso productivo del Dulce de Yuca.
- Vigilar y realizar el mantenimiento de cada uno de los equipos y utensilios utilizados.
- Verificar que el producto se ajuste a las políticas de calidad.
- Elaborar el producto con todas las normas de higiene establecidas.

## **6.4 Propuesta estratégica**

### **6.4.1 Identificación de los productos y servicios**

#### **a) Característica**

La yuca es un tubérculo de origen americano, uno de las características fundamentales que atraen su consumo, el mismo que provee al organismo un alto contenido de almidón y carbohidratos que una importante fuente de energía para el ser humano.

El procesamiento alternativo de la yuca en este caso desemboca en la elaboración de un dulce que se obtiene a través de la cocción del tubérculo más la incorporación de agregados como el agua, la panela, el clavo de olor, la raspadura de cítricos, entre otros. Este producto sin duda es altamente nutritivo y natural como resultado del aprovechamiento de las bondades propias de la yuca, y su sabor agradable pretende sumarse al muestrario de dulces y golosinas de la ciudad de Ibarra.

**b) Productos sustitutos**

En la ciudad de Ibarra se pueden deleitar diferentes manjares, dulces y golosinas artesanales que han sido transmitidos de generación en generación quizá entre los más representativos y populares, que muestran una clara afición se encuentran los arropes, siendo el icono de todos el de mora, en una segunda línea están los de uvilla, guayaba. Se comercializan esporádicamente dulce de guayaba, dulce de frutilla, el dulce de zambo, dulce de higo, el dulce de babaco, dulce de piña, estos tres últimos más como una tradición de tipo familiar muestra del compartir entre la vecindad y la familia.

El cantón Ibarra se presenta como un consumidor de las mermeladas de diferentes sabores elaboradas por las grandes empresas alimenticias sumado a ello el dulce de leche que tienen un buen posicionamiento, las mismas que ofertan a través de los diferentes puntos de venta como: supermercados, micro mercados y tiendas.

Estos productos se constituyen como alternativas de sustitución de nuestro dulce de yuca que se busca introducir en el mercado ibarreño.

A continuación se detallan los productos sustitutos.

- Dulce de leche
- Dulce de mora
- Dulce de higo
- Dulce de frutilla
- Dulce de babaco
- Dulce de guayaba
- Dulce de zambo
- mermeladas, entre otros

### 6.4.2 Normativa sanitaria, técnica y comercial

Es fundamental e importante para una empresa que se dedique a la elaboración de alimentos y en este caso de dulce cumplir con los siguientes requerimientos:

#### a) El Registro sanitario

Este se constituye como una autorización sanitaria otorgada en el caso de nuestro emprendimiento por el Instituto de Higiene Izquieta Pérez, el registro sanitario dictamina que el producto que expende y brinda todas las garantías de calidad al consumidor y población en general de preservar y no atentar contra su salud.

#### ✓ Requisitos:

- Solicitud dirigida al director del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical, Leopoldo Inquieta Pérez.
- Certificado de control de calidad del producto.
- Informe técnico relacionado con el proceso productivo del producto. Este documento debe ser elaborado por un especialista en el tema, como un ingeniero en alimentos.
- Certificación de las especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase.
- Un documento indicando el proyecto de etiqueta que irá en el envase también debe adjuntarse.
- La fórmula cualitativa y cuantitativa de todos los ingredientes.
- Permisos de funcionamientos respectivos de las instalaciones en donde se van a elaborar los productos, comprobando de pago del registro sanitario.
- Copia de la cédula de identidad del representante técnico y legal de la empresa, RUC.
- título profesional del representante técnico.

- Certificado de constitución de la empresa.
- Interpretación del código de lote.

#### **b) RUC**

Corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

Su función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

#### **✓ Requisitos Personas naturales**

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

#### **c) Patente municipal**

Es el documento habilitante que entrega la municipalidad para desarrollar una actividad comercial dentro su circunscripción territorial.

✓ **Requisitos:**

- RUC original y copia.
- Certificado de Salud otorgado por la Unidad de Salud del Municipio al propietario y empleados.
- Informe favorable de Inspector de salud del Municipio previo la inspección en local comercial.
- Pago de la tasa.

**d) Permiso de funcionamiento**

Es una autorización otorgada por el Ministerio de Salud Pública a través de su Dirección Provincial, que permite desarrollar cualquier tipo actividad económica con o sin fines de lucro en un establecimiento determinado, a favor del titular de la misma.

Existe una serie de requisitos que a continuación se detallan.

✓ **Requisitos:**

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.

- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública, en el caso de Ibarra del departamento de Salud e higiene del Municipio.

**e) Constitución de la empresa como persona natural**

Constituyen todo los trámites que se deben realizar para reconocer legalmente a nuestro emprendimiento, esto permite a nuestra empresa ser sujeto de crédito, emitir comprobantes de pago, y desarrollar nuestra actividad productiva con toda autoridad y sin restricciones, cumpliendo como es lógico con cada normativa.



**CUADRO N° 101****Crterios**

<b>PUNTAJE</b>	<b>SIGNIFICADO</b>
-3	Negativo en el nivel alto
-2	Negativo en el nivel medio
-1	Negativo en el nivel bajo
0	Ni negativo, ni positivo
1	Positivo en el nivel bajo
2	Positivo en el nivel medio
3	Positivo en el nivel alto

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

**7.1.1. Impacto social****CUADRO N° 102****Impacto social**

<b>INDICADOR</b>	<b>NIVELES DE IMPACTO</b>							<b>TOTAL</b>
	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
Seguridad Familiar							X	3
Mejoramiento Calidad de Vida							X	3
Comercialización Asociada						X		2
Desarrollo Humano							X	3
<b>TOTAL</b>						4	9	<b>11</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

$$\text{Impacto Social} = \frac{\Sigma \text{ DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto Social} = 11/4$$

$$\text{Impacto Social} = 2.75$$

Al realizar la creación de la microempresa en el Cantón Ibarra, se llega a obtener un impacto medio positivo, ya que se pretende dar seguridad familiar y mejorar la calidad de vida

de los participantes, esto se logrará, mediante el incremento de los ingresos familiares, a través de la venta del dulce de yuca, satisfaciendo la demanda existente.

**a) Seguridad familiar**

En lo que se refiere a la seguridad familiar el impacto social es muy alto ya que se genera empleo y por tal razón existe mayor seguridad familiar ya que contarán con mayores recursos económicos para solventar sus necesidades diarias.

**b) Mejoramiento de la calidad de vida**

De igual manera al tener un empleo estable mejora la calidad de vida de las personas, ya que cuentan con el dinero necesario para cubrir sus necesidades en: alimentación educación, vivienda, etc., siendo esto un impacto positivo para la sociedad.

**c) Comercialización asociada**

La comercialización asociada quiere decir que se va a distribuir el dulce de yuca de manera organizada, para todas las personas y empresas que lo requieran, de igual manera se pretende incentivar a los agricultores de yuca para que se asocien y formen una empresa de producción de este tubérculo muy rico en nutrientes.

**d) Desarrollo humano**

El desarrollo humano viene ligado con el desarrollo económico, ya que una persona que tenga un ingreso mensual fijo, contribuye con una buena educación para sus hijos y por tal motivo consiguen un desarrollo humano positivo para la sociedad.

### 7.1.2. Impacto económico

#### CUADRO N° 103

##### Impacto económico

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de Empleo							X	3
Estabilidad económica Local						X		2
Estabilidad económica Familiar							X	3
Fortalecer la Inversión Local							X	3
PIB						X		2
<b>TOTAL</b>						4	9	<b>13</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\Sigma \text{ DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto Económico} = 13/5$$

$$\text{Impacto Económico} = 2.60$$

El impacto económico tiene un nivel Medio Positivo, ya que esta actividad se la puede considerar como una actividad tradicional en el cantón, generando ingresos en las familias y por ende contribuyendo al fortalecimiento de los sectores productivos y comerciales del país.

#### a) Generación de empleo

Con la creación de la microempresa de dulces de yuca contribuimos de manera directa con la generación de empleo, lo que ayuda al desarrollo económico de las familias.

#### b) Estabilidad económica local

Al tener un empleo estable existe una estabilidad económica de las familias, en este caso hay dos beneficiarios los empleados de la microemrpesa y los agricultores de yuca del Valle del Chota.

### c) Estabilidad económica familiar

Cuando se vive dentro de un ambiente estable económicamente hablando es directamente proporcional a que las familias también tengan su estabilidad ya que tienen el suficiente dinero como para cubrir las necesidades básicas.

### d) Fortalecer la inversión local

Con el incentivo que se realizará a los productores de yuca para que produzcan más de este producto, ayudamos a la inversión local, ya que abra mayor ingreso.

### 7.1.3. Impacto cultural

#### CUADRO N° 104

#### Impacto cultural

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Recuperación Identidad Cultural						X		2
Costumbres						X		2
Promoción Turística							X	3
<b>TOTAL</b>						4	3	<b>7</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

$$\text{Impacto Cultural} = \frac{\Sigma \text{ DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto Cultural} = 7/3$$

$$\text{Impacto Cultural} = 2.33$$

En lo cultural el Impacto tiene un nivel medio positivo, esto se debe a que el proyecto permitirá la recuperación de la identidad cultural que tiene el Cantón, particularmente del pueblo afro que consume habitualmente la yuca, además se fomentará la innovación en la

elaboración dulces artesanales a promocionando el sector que produce golosinas y dulces en Ibarra.

#### a) Recuperación de la identidad cultural

El cultivo de la yuca es ancestral, el mismo que se está perdiendo, con a la creación de la microempresa ayuda a recuperar esta identidad cultural, ya que se está incentivando a dicha producción.

#### b) Costumbres

En consumo de la yuca es muy común, pero no el dulce, por tal motivo se pretende crear una costumbre sana de utilizar el dulce de yuca en sus hogares, ya que es un producto sano y libre de químicos.

#### c) Promoción turística

De igual manera en lo que se refiere a lo turístico, es muy beneficiado ya que con las difusiones por todos los medios publicitarios se dará conocer sobre este nuevo e innovador producto y esto conllevará a que haya más turistas en la ciudad buscando el tan rico dulce de yuca.

### 7.1.4. Impacto empresarial

#### CUADRO N° 105

##### *Impacto empresarial*

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Trabajo Corporativo							X	3
Generación de Conocimientos							X	3
Estrategias Innovadoras							X	3
<b>TOTAL</b>						0	9	<b>9</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{\Sigma \text{ DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto Empresarial} = 9/3$$

$$\text{Impacto Empresarial} = 3$$

El nivel de Impacto del proyecto es Medio Positivo, en vista a que un negocio implica que como propietario de la micro empresa YUCADUL, se tenga la necesidad de capacitar para administrar y operar adecuadamente los recursos financieros, esto se logra a través de las acciones de capacitación que son fundamentales y permitirán al propietario del centro de acopio conseguir los objetivos propuestos.

#### **a) Trabajo corporativo**

Al crear una nueva microempresa es muy importante para el desarrollo de la economía de una Ciudad, ya que se trabaja tanto por el beneficio económico y social de la misma.

#### **b) Generación de conocimientos**

Al momento de crear un producto nuevo se genera nuevos e innovadores conocimientos que benefician tanto a la microempresa como a las familias que intervienen directamente en la producción del dulce de yuca.

#### **c) Estrategias innovadoras**

La innovación es una estrategia que se debe adoptar día a día en todas las empresas, para de esta manera contribuir con productos de calidad y que satisfagan las necesidades de los consumidores.

### 7.1.5. Impacto ético

#### CUADRO N° 106

##### Impacto ético

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Respeto a las leyes							X	3
Responsabilidad y puntualidad							X	3
Valores y principios organizacionales							X	3
<b>TOTAL</b>							9	<b>9</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

$$\text{Impacto Ético} = \frac{\Sigma \text{ DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto Ético} = 9/3$$

$$\text{Impacto Ético} = 3$$

En lo ético el impacto representa un nivel alto positivo, debido a que la creación de la microempresa logrará cumplir con los reglamentos que establece la ley. El principal punto de la misma es la responsabilidad y puntualidad en las tareas encomendadas por los clientes, permitiendo alcanzar los objetivos propuestos, mismos que conllevarán a practicar los valores y principios que se ha establecido el en este proyecto.

#### a) Respeto a las leyes

El respeto a las leyes es muy importante en toda la sociedad, debemos manejarnos transparentemente, generando información adecuada y sobre todo real sobre los manejos de la microempresa.

### b) Responsabilidad y puntualidad

Uno de los valores éticos fundamentales en una empresa es ser responsable en todo lo que nos proponemos y tener una puntualidad en todo, pago a proveedores, servicios básicos y todas nuestras obligaciones.

### c) Valores y principios organizacionales

Los valores y principios organizacionales están bien enmarcados en a la parte organizacional de la empresa.

### 7.1.6. Impacto ambiental

#### CUADRO N° 107

#### Impacto ambiental

IMPACTO INDICADOR	NIVELES DE							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Ruido impacto sobre los trabajadores					X			1
Impacto sobre los alrededores							X	3
Contaminación del aire					X			1
Aguas de desecho					x			1
Huella Ecológica						X		2
<b>TOTAL</b>					3	2	3	<b>8</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{\Sigma \text{ DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = 8/5$$

$$\text{Impacto Ambiental} = 1.60$$

En el Ambiental el impacto representa un nivel bajo positivo, debido a que la creación de la creación de la microempresa logrará cumplir con los reglamentos y normas de higiene

con el fin de brindar un producto libre de enfermedades y con todas las garantías que avalen el consumo.

**a) Ruido impacto sobre los trabajadores**

En lo que se refiere al ruido que se producirá al momento de producir el dulce de yuca es mínimo, el cual no afectará a los trabajadores; sin embargo si en algún momento se produjere un tipo de problemas en los trabajadores por causa de ruidos se tomará las respectivas correcciones.

**b) Impacto sobre los alrededores**

Con la creación de la microempresa se va a general un impacto sobre los alrededores en lo referente a la producción del dulce de yuca, ya que se generaría una cantidad bastante alta de basura al momento de pelar la yuca, esto se deberá poner en fundas plásticas, debidamente selladas y clasificada entre materia orgánica e inorgánica.

**c) Contaminación del aire**

La contaminación del aire es mínima, ya que no se contará con una maquinaria grande; además el cocinar no emite gases tóxicos que afecten a la salud de las personas.

**d) Aguas de desecho**

El agua utilizada para el lavado de las yucas generará un impacto mínimo para el medio ambiente, ya que el agua se va directamente a las alcantarillas y sus residuos no son tóxicos ni nocivos para la salud humana.

### e) Huella ecológica

La huella ecológica que generará el proyecto es mínima ya que la producción del dulce de yuca no impacta de manera negativa al medio ambiente, al contrario el resto de la yuca (cáscara) se reutilizaría para abonar el mismo terreno.

#### 7.1.7. Impacto general

##### CUADRO N° 108

##### Impacto general

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						TOTAL	
	-3	-2	-1	0	1	2		3
Social							X	3
Económico							X	3
Cultural							X	3
Empresarial							X	3
Ético							X	3
Ambiental					x			
<b>TOTAL</b>					1		15	<b>16</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2013

$$\text{Impacto General} = \frac{\sum \text{DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = 16/6$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = 2.67$$

En forma general, se determina que la creación de la microempresa de producción y comercialización de dulce de yuca genera un impacto positivo alto, lo que se analiza es que será un proyecto rentable y beneficiario tanto para los involucrados directamente como para la sociedad en su conjunto.

## CONCLUSIONES

1. En el diagnóstico situacional se determinó que los productores de la yuca del sector del Valle del chota no han tenido la oportunidad de tecnificar su cultivo que les permita mejorar el producto que ofertan al mercado local.
2. La recopilación de información bibliográfica permitió sin duda, el entendimiento y comprensión de ciertos conceptos referentes a la parte administrativa y contable, dentro del giro de un negocio productivo, a la par facilitó conocer varios de los procesos industriales a los que la yuca puede ser sometida la yuca, esto se nos presenta como una puerta abierta para ampliar el conocimiento y optimizar recursos.
3. El estudio de mercado nos ha mostrado información sumamente valiosa para el desarrollo del emprendimiento, permitió determinar la demanda del dulce de yuca en los hogares, se constató que la mayoría de los ibarreños consumen dulce por lo menos una vez a la semana, esto como muestra del mercado potencial que se constituye la población, el ibarreño adquiere dulces y golosinas con mayor recurrencia en las tiendas barriales o micro mercados, esto nos entrega un hilo conductor de la posibilidad evidente que la aplicación y puesta en marcha del proyecto productivo.
4. El estudio técnico nos permitió establecer la mejor ubicación para las instalaciones de la microempresa, para que mediante la valuación de alternativas, sopesar las bondades y facilidades que estratégicamente nos permitirían ser más efectivos. El área requerida es de 100m<sup>2</sup> cuadrados con los ambientes en torno a los procesos de producción definidos y la tecnología a utilizar así como la capacidad instalada y operativa.
5. La evaluación económica y financiera permite determinar que la inversión que requiere el proyecto es de 51.376.02, de donde el financiamiento es \$ 23.019.35 va a ser financiado, y \$ 28.356.68 de inversión propia, la utilidad que genera el proyecto es de \$ 18.062.88 para el primer año, el valor actual neto es mayor a cero, por lo tanto el proyecto es factible para

ponerlo en funcionamiento. La TIR calculada es del 31.15% siendo esta mayor a la tasa del costo de oportunidad determinando que el proyecto es factible. Una vez realizado el cálculo respectivo se llega a determinar que el periodo de recuperación del capital es 3 años, 5 meses y 17 días, que es la inversión.

6. La organización estructural de YUCADUL, es relativamente práctica y sencilla, la propuesta responde al aprovechamiento al máximo de los recursos, privilegiando la clara determinación de los roles de trabajo y los perfiles de cada uno de los miembros del equipo a través del manual de funciones.
7. Del análisis de impactos se desprende que la posibilidad de plasmar la microempresa YUCADUL tiene impactos positivos medios, lo que es eminentemente favorable para el desarrollo del emprendimiento.

## RECOMENDACIONES

1. Es necesario que los productores de la yuca del sector se cohesionen y gestionen en los estamentos pertinentes del estado como el MAGAP, acompañamiento técnico y capacitación para instaurar en el cultivo mejoramiento y calidad en el producto.
2. Se recomienda realizar un plan de marketing que traduzca los requerimientos del cliente y ayude a la marca a ingresar progresivamente en el mercado local.
3. Es fundamental e importante para el crecimiento de la microempresa, generar vínculos con socios estratégicos dentro de lo comercial, que permitan posicionar la marca y generar clientes.
4. Se debe propender a la adquisición de un sistema contable que permita a la microempresa tener un manejo adecuado de los movimientos.
5. De acuerdo al crecimiento de la microempresa, es necesario crear de manera paulatina nuevos puestos de empleo que sostengan tanto la producción como la comercialización creciente.
6. Diseñar jornadas de capacitación al talento humano dentro de lo personal y laboral para consolidar un equipo motivado, capacitado y con un alto compromiso de superación a cada momento.
7. Se sugiere trabajar en servicio al cliente, tomando en cuenta que conjuntamente con un producto, la excelencia en el servicio permite multiplicar los clientes.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS****BIBLIOGRAFÍA**

**ANZOLA**, Sérvulo (2010), Administración de pequeñas empresas, tercera edición, McGraw Hill, México

**BATEMAN**, Thomas y **SNELL**, Scott (2010), Administración, liderazgo y colaboración en un mundo competitivo, octava edición, McGraw Hill, México

**BILANCIO**, Guillermo (2010), Marketing. Las Ideas, El Conocimiento y la Acción, primera edición, Editorial Pearson Educación, México

**BRAVO**, Mercedes (2010, Contabilidad general, séptima edición, Editorial NUEVODIA. Quito – Ecuador

**BRAVO**, Mercedes (2011), Contabilidad General, décima edición, Editorial NUEVODIA. Quito Ecuador.

**GARCÍA**, Isabel (2013), Gestión de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas, primera edición, Ediciones, Ediciones Paraninfo, España

**KOTLER**, Philip (2010); Principios del Marketing, doceava Edición, Editorial Pearson Educación S.A. Madrid – España

**KOTLER**, Philip y **LANE**, Kevin (2012), Dirección de Marketing, decimocuarta edición, Editorial Pearson Educación S.A, México

**La Enciclopedia Práctica de Administración (2011)**

**MURCIA**, Darío; **DIAZ**, Flor; **MEDELLÍN**, Victor; **ORTEGA**, Jorge; **SANTANA**, LEONARDO; **González**, Magda, **OÑATE**, Gonzalo; **BACA**, Carlos.(2010), Proyectos,

**Formulación y Criterios de evaluación, Segunda reimpresión 2011** Editorial Alfaomega., Colombia

**PRONTUARIO DE AGRICULTURA**, (2010); Coedición MAPA, Madrid – España

**PUENTES**, Gloria (2011), *Formulación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios*, primera edición, ECOE Ediciones, Bogotá - Colombia

**ROBBINS**, Stephen y **COULTER** Mary (2010), *Administración*, décima edición, Editorial Pearson Educación, México

**ROJAS**, Demóstenes (2013), *La biblia del marketing*, Editorial Lexus, Barcelona – España.

**SARMIENTO**, Rubén (2011), *Contabilidad General*, décima edición, Editorial Voluntad, Quito - Ecuador

**SERRAF**, Guy (2010), *Diiccionario de marketing*, tercera Edición, Editorial Trillas México

**ZAPATA**, Pedro (2011); *Análisis Práctico y Guía para la implementación de las NIIF*, Ediciones Abya - Yala, Quito – Ecuador

**ZAPATA, VANELLA** G. Ricardo, (2010), *Guía del Emprendedor “Claves para Organizar un negocio Exitoso”*.

## LINKOGRAFÍA

- <http://alimentosparacurar.com/n/1037/propiedades-de-la-yuca-para-la-salud.html>
- <http://ciberconta.unizar.es/leccion/cf002/100.HTM>.
- [http://ecoportaldominicano.com/index.php?id=1410%3Ayuca&format=pdf&option=com\\_content&Itemid=74](http://ecoportaldominicano.com/index.php?id=1410%3Ayuca&format=pdf&option=com_content&Itemid=74)
- <http://taninos.tripod.com/yuca.htm>,
- <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>
- [http://www.canaltecnologico.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1547:tics-en-ecuador-resumen-tecnologico-2012&catid=45:uncategorised&Itemid=2](http://www.canaltecnologico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1547:tics-en-ecuador-resumen-tecnologico-2012&catid=45:uncategorised&Itemid=2)
- <http://www.ecuadorextremo.com/provincias/imbabura.htm>
- <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasopt.php?ind=1079&let=>
- <http://www.industrias.gob.ec/valores-mision-vision/>
- <http://www.infoagro.com/hortalizas/yuca.htm>
- <http://www.mag.gov.py/usaidd/mandioca%202010.pdf>
- <http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>
- [http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo4/Pages/4.2/42Concepto\\_control.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo4/Pages/4.2/42Concepto_control.htm)

# ANEXOS

## ANEXO A

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## CUESTIONARIO

La presente encuesta tiene como finalidad, recopilar información para determinar el grado de aceptación del dulce de yuca en el mercado

## INDICACIONES GENERALES.

Lea la pregunta, seleccione su respuesta y marque con una X en el casillero correspondiente.

## 1) ¿Qué tipo de actividad económica desarrolla usted, en su labor diaria?

A	Comerciante	
B	Artesano	
C	Servidor Público	
D	Servidor Privado	
F	Otro (Especifique)	

## 2) ¿Tiene usted un trabajo fijo?

A	Si	
B	No	

## 3) ¿Los ingresos mensuales en dólares, que percibe usted por realizar la actividad a la que se dedica están entre?

A	1 – 318	
B	319 – 500	
C	501 en adelante	

4) **¿Está dentro de su dieta diaria el consumo de dulces?**

A	Si	
B	No	

5) **¿Con que frecuencia consume dulces?**

A	1 vez por semana	
B	2 veces por semana	
C	3 veces por semana	
D	4 o más veces por semana	

6) **De los dulces que se detallan a continuación ¿Cuál es el dulce de su preferencia?**

A	Dulce de leche	
B	Dulce de zambo	
C	Dulce de babaco	
D	Dulce de mora	
E	Dulce de higo	

7) **Tomando en cuenta la pregunta anterior ¿Dónde adquiere el dulce de su preferencia?**

A	Supermercados	
B	Micromercados	
C	Tiendas	
E	Abastos	

8) **¿Consumiría dulce de Yuca?**

A	SI	
B	NO	

9) **¿Al momento de comprar este tipo de productos cual es el tamaño que usted elegiría?**

A	Pequeña (125 grs.)	
B	Mediana (250 grs.)	
C	Grande (500 grs.)	

10) **¿Qué cantidad de dulce de yuca consumiría a al mes?**

A	De 1 - 5 dulces	
B	De 6 - 10 dulces	
C	Más de 11 dulces	

11) **¿En caso de que usted decida adquirir este producto en que envase le gustaría?**

A	Plástico	
B	Vidrio	
C	Sachet	
D	Otros (especifique)	

12) **¿Qué precio estaría dispuesto usted a pagar por el dulce de yuca?**

A	0.75 - 1.00	
B	1.01 - 1.76	
C	1.77 - 2.02	

Gracias, por su colaboración.

**ANEXO B****UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****ENCUESTA APLICADA A LOS SUPERMERCADOS, MICROMERCADOS  
TIENDAS Y ABASTOS DE LA CIUDAD DE IBARRA**

Lea la pregunta, seleccione su respuesta y marque con una X en el casillero correspondiente.

**1. ¿En su local expende dulces de guayaba, mermeladas, entre otros?**

A	Si	
B	No	

**2. ¿Con qué frecuencia vende este tipo de productos?**

A	Diario	
B	Semanal	
C	Mensual	

**3. ¿Qué cantidad de productos vende a la semana?**

A	De 1 – 5 dulces	
B	De 6 – 10 dulces	
C	Más de 11	

**4. ¿Cuándo vende este tipo de productos cuál es el tamaño que más consumen?**

A	Pequeña 125g	
B	Mediana 250g	
C	Grande 500g	

**¿Expende en su local dulce de yuca específicamente?**

A	Si	
B	No	

**5. ¿De existir la producción de dulce de yuca, le gustaría que se le ofrezca para que expendiera en su local?**

A	Si	
B	No	

Gracias, por su colaboración.

## ANEXO C

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## CUESTIONARIO DE LA ENTREVISTA

La presente entrevista tiene como finalidad, recopilar información referente al sector dedicado a la producción de yuca en la Provincia de Imbabura

Nombre del productor: ..... Edad:.....

Teléfono: ..... Cel: .....

Experiencia en el cultivo de yuca (años)..... Localidad del cultivo.....

**1.- ¿Qué tipo de yuca Ud. utiliza para su siembra?**

.....

**2.- ¿Qué cantidad de yuca Ud. siembra y cuál es su producción?**

.....

**3.- ¿Cada que tiempo se cosecha y cuál es el medio en que le transporta?**

.....

**4.- ¿Cuáles son sus principales clientes?**

.....

.....

**5.- ¿Cuál es el precio del bulto de yuca?**

.....

**6.- ¿Qué temporada genera mayor réditos económicos para el sector?**

.....  
.....

**7.- ¿Qué tiempo puede estar almacenada la yuca en bodega?**

.....

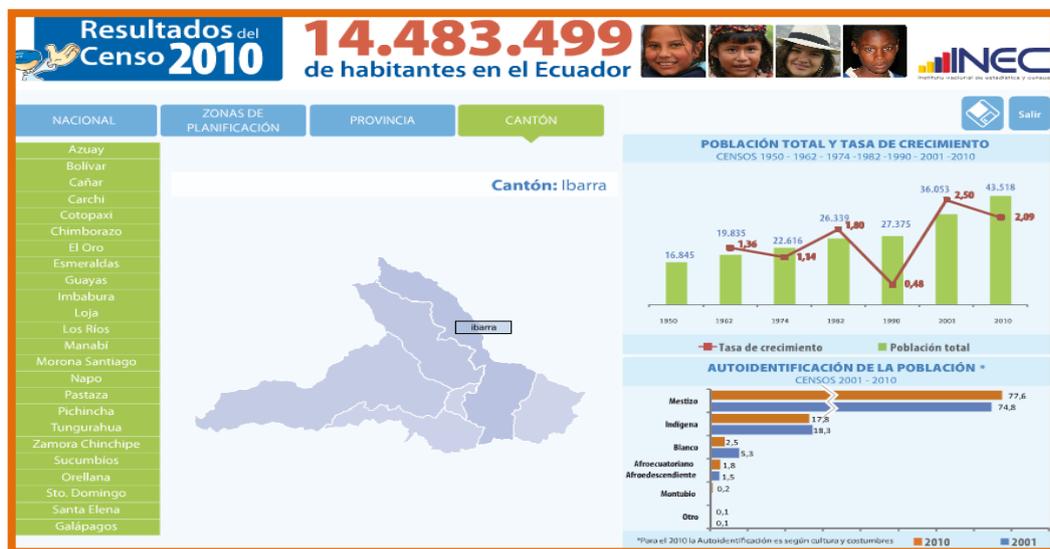
**8.- ¿Estaría dispuesto a ser proveedor de materia prima para la elaboración de dulce de yuca?**

.....

Gracias, por su colaboración.

## ANEXO D

## TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL DEL CANTÓN IBARRA



## ANEXO E

## INFLACIÓN ANUAL 2013



## ANEXO F

## LISTADO DE LOS SUPERMERCADOS, MINIMARKETS, ETC

CIU	Razón Social	Nombre Del Local	Personería	Clave Catastral	Fecha de Registro	Fecha de Inicio de Actividades	Calle Principal
5211.00	BOLAÑOS PALMA SARA AMADA	ABARROTOS MI TIO	OBLIGADA	100104040172012000	11/10/2004	10/11/2004	AV. EUGENIO ESPEJO 04-070
5211.00	PAREDES VALVERDE EDUARDO MAURICIO	ABASTOS	NATURAL	100104040164003000	20/07/2012	16/03/2012	OBISPO MOSQUERA 10-015
5139.19	PARREÑO MARTINEZ ALFREDO	BODEGA DE GRANOS	NATURAL	100103030853008000	10/04/2012	04/10/2012	15 DE ENERO 02-019
5211.00	ZAMBRANO CHAVEZ DOLORES DICTERLA	ABASTOS	NATURAL	100157600124591000	22/11/2010	09/03/2010	CALLE S/N BELLAVISTA BAJO S/N
5211.00	GARCIA JIMENEZ HOLGER PATRICIO	ABASTOS	NATURAL	100104040143001000	11/10/2004	10/11/2004	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 08-120
5121.02	BURGOS REYES MARCO VICENTE	BODEGA DE GRANOS	NATURAL	100104040171010000	24/04/2006	28/02/2006	JUANA ATABALIPA 02-030
5211.00	PERUGACHI DIAZ MARIA FANNY	ABACERIA	NATURAL	100104040164009000	15/03/2012	15/03/2012	ANTONIO CORDERO 01-064
5211.00	SANDOVAL FREIRE JORGE TOBIAS	ABACERIA	NATURAL	100104040164010000	11/10/2004	01/10/2005	ANTONIO CORDERO 01-056
5211.00	PALMA BOLAÑOS DIEGO FERNANDO	SUPERMICRO PALMA	OBLIGADA	100103030928005000	11/10/2004	10/11/2004	AV. VICTOR MANUEL GUZMAN 01-035
5211.00	GORDILLO ARTIEDA MARTHA CECILIA	ABASTOS	OBLIGADA	100103030352014000	19/04/2011	01/01/2011	PEDRO MONCAYO 13-016
5211.00	VISARREA JAIME EDISON ROBERTO	ABASTOS	NATURAL	100104040168008000	31/05/2010	02/08/2010	AV. RAFAEL SANCHEZ 02-056
5239.99	CAICEDO ESCOBAR GLORIA STELLA	ALBAJO KOSTO SU ECONOMIA	NATURAL	100104040508022000	11/10/2004	10/11/2004	JUANA ATABALIPA 05-034
5220.08	VIZCAINO LOPEZ SANDRA ISABEL	MINI MARKET	NATURAL	100104040405002000	09/07/2008	06/04/2008	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 02-089
5211.00	MARROQUIN ESPINOSA JOSE RAFAEL	ABASTOS	OBLIGADA	100104040164004000	11/10/2004	10/11/2004	OBISPO MOSQUERA 10-003
5149.03	DE LA CRUZ HURTADO LUIS APOLINAR	ALM AGRICOLA LA PLAYA	OBLIGADA	100151010323001000	11/10/2004	10/11/2004	PANAMERICANA NORTE AMBUQUI LA PLAYA S/N
6302.00	JATIVA CEVALLOS LUCIANO RODRIGO	BODEGA ALMACENAMIENTO PRODUCTOS ALIMEN	OBLIGADA	100104041110008000	27/01/2011	05/02/1994	SANCHEZ Y CIFUENTES 22-099
5220.03	PUMA PUMA JOSE REINALDO	ABACERIA	NATURAL	100103030228019000	29/04/2011	01/01/2011	JOSE JOAQUIN OLMEDO 03-087
5122.00	LA FRABIL SA	ALIMENTOS / ALIMENTOS /	SOCIEDAD	100104040504024000	24/08/2012	11/01/2011	EDUARDO ALMEIDA PROAÑO 1-84
5211.00	DELGADO MARTINEZ LIGIA NARCIZA	ABASTOS	NATURAL	100103030907011000	27/08/2012	13/07/2012	RAFAEL TROYA 8-46

5211.00	GOMEZ ROMMEL EDMUNDO	MINIMARKET	NATURAL	100104040401031000	16/06/2008	25/01/2008	AV. ATAHUALPA 14-074
5220.08	ESPINOZA MARIA ROSARIO ESPERANZA	ABASTOS	NATURAL	100103031019003000	01/06/2010	05/01/2006	IBARRA 04-369
5211.00	SUAREZ REYES MARIA BEATRIZ	SUPERMERCADO STA LUCILA	OBLIGADA	100104040143019000	11/10/2004	10/11/2004	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 08-072
5122.00	REINA GUAMAN SEGUNDO RIGOBERTO	ALIMENTOS	NATURAL	100103030420019000	23/06/2011	02/06/2009	ABELARDO MORAN MUÑOZ 01-030
5211.00	AGUIRRE MICHILENA MARIA MAGDALENA	ABASTOS	NATURAL	100104040517014000	26/03/2009	16/08/2008	AV. RAFAEL SANCHEZ 06-016
5211.00	TORRES CAIZAPASTO PIEDAD CLEMENCIA	ABASTOS	NATURAL	100104040251007000	11/10/2004	10/11/2004	HUGO GUZMAN LARA 10-037
5220.07	PILCO AMAGUAYA ALBERTO MARIA	BODEGA DE PAPAS	NATURAL	100104040167003000	11/10/2004	10/11/2004	OBISPO MOSQUERA 13-009
5121.02	MICHILENA BRICENO MARITZA ZORAIDA	BODEGA DE GRANOS	OBLIGADA	100104040525014000	22/03/2011	22/03/2011	CARLOS EMILIO GRIJALVA 17-010
5211.00	ERAZO CADENA NANCY JEANETH	ABACERIA BODEGUITA DE ERIK	NATURAL	100104040167002000	11/10/2004	10/11/2004	OBISPO MOSQUERA 13-019
5211.00	AGUIRRE CAICEDO KATYA ELIZABETH	ABASTOS	NATURAL	100104040166001000	18/03/2013	25/10/2012	AV. RAFAEL SANCHEZ 01-018
5211.00	BONILLA POZO MARCO DAVID	ABASTOS	OBLIGADA	100103030970015000	16/07/2012	16/09/1999	HONDURAS S/N
5211.00	LEMA MALDONADO JORGE LUIS	ABASTOS	NATURAL	100104040143022000	17/04/2012	26/01/2012	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 08-100
5211.00	YAMBERLA MALDONADO LAURO	ABARROTOS FAMISARIATO SION	OBLIGADA	100104040634001000	15/05/2008	18/04/2008	AV. EUGENIO ESPEJO CC FERRONORTE 23 24
5211.00	RODRIGUEZ BORJA JENNIFER BLANCA	ABASTOS	NATURAL	100104040145018000	06/03/2013	04/10/2012	OBISPO MOSQUERA 06-060
5233.00	ALBAJOCOSTO S A	ALBAJOCOSTO S A	SOCIEDAD	100104040119014000	05/01/2009	31/12/2008	JOSE JOAQUIN OLMEDO 09-104
5220.08	CHIZA BENAVIDES VIVIANA MARISOL	MINIMARKET	NATURAL	100103030236012000	17/09/2009	09/05/2005	JUAN M. GRIJALVA 02-004
5234.01	QUIROZ DIAZ MARTHA ARACELLI	ALMACEN	OBLIGADA	100103030354013000	18/12/2009	12/11/2006	AV. FRAY VACAS GALINDO 03-018
5211.00	PASQUEL BELTRAN ROSARIO	ABASTOS	OBLIGADA	100104040143022000	13/10/2005	08/01/2005	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 08-112 A
5211.00	BRIONES SOLORZANO DIANA CECILIA	ABASTOS	NATURAL	100104040169008000	13/12/2010	11/09/2010	ANTONIO CORDERO 02-057
5211.00	POZO PINEDA MIRIAN PATRICIA	ABASTOS	NATURAL	100104040629009000	04/11/2004	05/08/2004	AV. JOSE TOBAR Y TOBAR 05-022
5211.00	CASTRO VINUEZA AMADOR ESCEQUIEL	ABASTOS	NATURAL	100102020478006000	28/07/2008	28/07/2008	ISLA SANTA CRUZ 05-007
5211.00	CORPORACION FAVORITA C A	SUPERMAXI	SOCIEDAD	100104040705003000	11/10/2004	10/11/2004	AV. MARIANO ACOSTA 22-097
5211.00	RUEDA BONILLA MARIA DE LOURDES	ABASTOS	NATURAL	100104040637001000	30/07/2008	20/03/2008	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 17- 018

5211.00	GUANOLUISA VALVERDE MIRIAN ALEXANDRA	ABASTOS	NATURAL	100104040219011000	19/12/2008	19/12/2008	HUGO GUZMAN LARA LA VICT H GUZMAN L 02-19
5211.00	YEPEZ GALEANO ROSARIO MAGDALENA	ABASTOS	OBLIGADA	100103030903020000	29/11/2006	22/01/2004	AV. JAIME ROLDOS AGUILERA 11-027
5211.00	ORDOÑEZ MARIA ELENA	ABASTOS/BODEGA	OBLIGADA	100104040162008000	23/02/2011	27/01/2011	BARTOLOME GARCIA 01-053
5211.00	GOMEZ LANDETA LEONEL RAMIRO	ABASTOS	NATURAL	100104040166012000	01/10/2009	10/01/2009	AV. RAFAEL SANCHEZ 01-052
5211.00	VACA ALMEIDA ALFONSO JAVIER	MICROMERCADO	OBLIGADA	100104040410001000	29/09/2008	26/08/2008	AV. ATAHUALPA 15-016
5220.08	ENRIQUEZ ENRIQUEZ HUGO ALEXANDER	ABASTOS ENRIQUEZ	NATURAL	100104040165004000	22/02/2012	22/02/2012	ANTONIO CORDERO 01-021
5220.08	ERAZO FUENTES MARIA CLEMENCIA	ABACERIA	NATURAL	100104040121019000	11/10/2004	10/11/2004	MANUEL DE LA CHICA NARVAEZ 08-097
5220.08	CHANGO TOABANDA ANA LUCIA	ABASTOS TU ECONOMIA	NATURAL	100104040163011000	07/02/2012	02/07/2012	JUANA ATABALIPA 01-056 Y O MOSQUERA
5220.08	CAICEDO ROSERO LUZ AMERICA	MICRO MERCADO	NATURAL	100104040637001000	11/10/2004	10/11/2004	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 17-018
5211.00	ITAS BENAVIDES ANA MARIA	ABASTOS	NATURAL	100104040163004000	30/03/2011	01/10/2011	OBISPO MOSQUERA 09-019
5211.00	DIAZ MORA DORA LIBIA	ABASTOS	OBLIGADA	100104040166002000	03/09/2007	27/08/2007	OBISPO MOSQUERA 12-015
5030.01	VEGA MONTALVO WASHINGTON JAVIER	COMERCIAL VEGA	OBLIGADA	100103030352014000	11/10/2004	19/10/2000	PEDRO MONCAYO 13-18
5211.00	ERAZO CADENA BYRON FRANKLIN	ABARROTOS MI REY	OBLIGADA	100104040165002000	11/10/2004	10/11/2004	OBISPO MOSQUERA 11-029
5211.00	LOYO PAZMIÑO MONICA ALEXANDRA	ABASTOS	NATURAL	100104040462012000	01/03/2013	09/01/2012	AV. EL RETORNO 18-090
5220.08	CIFUENTES ESPINOZA BLANCA ORFELINA	MINIMARKET	NATURAL	100104040637001000	01/06/2005	05/05/2005	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 17-018
5220.08	PASPUEL VILLARREAL CLARA DE JE	ABACERIA	NATURAL	100102020310013000	11/10/2004	10/11/2004	AMBATO 08-058
5211.00	YEPEZ DIAZ CARMITA MAGNOLI	ABASTOS Y DISTRIBUIDORA DE HUEVOS	NATURAL	100104040163003000	30/08/2011	08/04/2011	OBISPO MOSQUERA 09-023
5220.08	TORRES MENESES ANGELICA MARGARITA	SUPER MARKET M&M	NATURAL	100103031219005000	17/02/2012	17/02/2012	DR. ANIBAL GUZMAN LARA DR ANIBAL GUZMAN 1-27
5122.00	PEPSICO ALIMENTOS ECUADOR CIA LTDA	ALIMENTOS	SOCIEDAD	100104040406028000	10/05/2012	19/03/2012	JOSE DOMINGO ALBUJA 1-79
5233.10	LEON ROSERO JUAN FRANCISCO	ALMACEN	NATURAL	100104040120009000	11/10/2004	10/11/2004	SANCHEZ Y CIFUENTES 10-005
5121.02	BURGOS REYES WILO RAMON	BODEGA DE GRANOS	NATURAL	100104040170004000	25/06/2009	01/01/2009	JUANA ATABALIPA 02-033
5211.00	LARREA NARANJO GALO ANDRES	SUPERMERCADO	NATURAL	100103031238002000	04/12/2012	11/01/2012	PANAMERICANA NORTE S/N
5239.99	SILVA OBANDO MARCO ANIBAL	ALMACEN	NATURAL	100104040129024000	11/10/2004	10/11/2004	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-056

5220.08	ACOSTA COBA GUSTAVO ATAHUALPA	ABACERIA / LICORE	NATURAL	100103030257018000	06/05/2008	26/10/2007	JOSE JOAQUIN OLMEDO 07-091
5211.00	VILLALBA ESPINOSA GALO GERMANICO	ABASTOS GALO VILLALBA	NATURAL	100104040127008000	11/10/2004	10/11/2004	AV. EUGENIO ESPEJO S/N (08) OBELISCO
5211.00	ESPINOZA GARCIA IORDAN IVAN	ABASTOS	NATURAL	100104040485001000	08/02/2013	02/01/2013	AV. EL RETORNO 19-008
5211.00	MENDEZ VELEZ FRANKLIN MARCELO	ABASTOS GEMA	NATURAL	100104040174001000	01/02/2012	01/01/2012	RAFAEL LARREA ANDRADE 10-029
5211.00	TRUJILLO GUAMAN MARIA DARGUINA	ABASTOS	NATURAL	100104040463009000	15/03/2013	01/11/2013	AV. EL RETORNO 18-073
5211.00	PASQUEL GUERRERO BERTHA MARINA	ABASTOS SOFIA	NATURAL	100103030412001000	11/10/2004	10/11/2004	AV. CAP. CRISTOBAL DE TROYA 10-024 A
5239.94	PADILLA LUPERCIO CARLOS ERNESTO	SUPERMERCADO SUPER FIESTA	OBLIGADA	100104040159036000	10/05/2010	07/09/2009	SIMON BOLIVAR 12-050
5211.00	AVELLANEDA MONTALVO MYRIAM MARLENE	MINI MARKET ISRAEL	NATURAL	100103030453013000	18/04/2007	04/12/2005	ABELARDO MORAN MUÑOZ 06-075
5211.00	LARA ALMEIDA BLANCA ROSA	ABASTOS JR	OBLIGADA	100104040143014000	11/10/2004	10/11/2004	SANCHEZ Y CIFUENTES 12-103
5211.00	YELA NARVEZ NELLY CORINA	SUPERMERCADO ABASTOS CORINA	OBLIGADA	100104040206019000	09/06/2008	18/03/2008	HUGO GUZMAN LARA LA VICT E GARZON F 7-56
5122.00	DISTRIBUIDORA PRONAIM CIA LTDA	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS PRONAIM	SOCIEDAD	100157010201010000	06/01/2011	30/11/2010	PANAMERICANA SUR S ANT BELLAVISTA BAJO (CS)
5211.00	PEREZ JACOME JESUS TOMAS	ABASTOS PEREZ Y BODEGA	NATURAL	100104040145028000	11/10/2004	10/11/2004	SANCHEZ Y CIFUENTES 13-026
5211.00	RAMOS CRIOLLO MARIA JUANA	MICROMERCADO	NATURAL	100103030233023000	11/10/2004	10/11/2004	PEDRO VICENTE MALDONADO 04-088
5220.05	SHININ SHININ ROBERTO CRISTIAN	MINIMARKET	NATURAL	100104040637001000	16/04/2009	21/02/2008	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 17-018
5211.00	FLORES MIÑO JULIO CESAR	ABASTOS	NATURAL	100104040512004000	11/10/2004	01/01/2003	AV. ATAHUALPA 15-045
5220.08	ESPINOZA VENEGAS LILIAN BEATRIZ	MINI MARKET MARIA ESTHER	NATURAL	100157570224018000	23/09/2008	23/09/2008	27 DE NOVIEMBRE 03-059
5211.00	FLORES REMACHE JULIO ROLANDO	ABACERIA Y CABINAS SUPER PICHINCHA	OBLIGADA	100104040504016000	26/07/2007	14/12/2006	JOSE MIGUEL LEORO 11-028
5211.00	ORTEGA CHASI EDWIN RAFAEL	ABAS	NATURAL	100103030906017000	30/04/2012	26/04/2012	AV. JAIME ROLDOS AGUILERA 05-059
5211.00	GINES SANDOVAL EDGAR PATRICIO	ABASTOS	OBLIGADA	100103030458008000	17/09/2009	01/01/2008	LUCIO TARQUINO PAEZ 03-049
5211.00	OLIVO SALAZAR MIRIAN DEL ROCIO	ABARROTES	NATURAL	100104040164008000	08/10/2010	10/08/2010	JUANA ATABALIPA 01-073
5211.00	SANTACRUZ CADENA NANCY DE LOURDES	MICROMERCADO	NATURAL	100157570432017000	09/05/2012	05/03/2012	ALEJANDRO LOPEZ 01-208
5220.08	CERVANTES FREIRE ELSA BEATRIZ	ABACERIA VIVERES ELSY	NATURAL	100104040190014000	11/10/2004	10/11/2004	ANTONIO JOSE DE SUCRE 13-072
5220.08	PAZMIÑO VASQUEZ MARTHA CECILIA	ABACERIA	NATURAL	100104040188015000	11/10/2004	10/11/2004	SIMON BOLIVAR 13-065
5211.00	YEPEZ BENAVIDEZ VIOLETA BERTHA	ABASTOS	NATURAL	100104040166004000	10/03/2010	03/10/2010	JUAN FRANCISCO CEVALLOS 01-043

5211.00	ARELLANO BURGA OLGA ISABEL	ABASTOS	NATURAL	100104040166011000	09/05/2011	29/06/2010	AV. RAFAEL SANCHEZ 01-060
5122.00	ERAZO ESTEVEZ CESAR ANTONIO	BODEGA ABARROTOS DIPRON	OBLIGADA	100103031323011000	11/10/2004	10/11/2004	13 DE ABRIL 13-066
5211.00	MONTALUISA GUAMAN LUIS ALFREDO	ABACERIA	NATURAL	100104040170001000	26/04/2007	01/01/2007	ANTONIO CORDERO 02-008
5211.00	ALARCON TUQUERRES GLADYS VERONICA	ABACERIA	NATURAL	100104040167010000	23/01/2009	23/01/2009	AV. RAFAEL SANCHEZ 01-097
5211.00	ANDRADE BOLAÑOS GRACIELA MONCERRAT	ABACERIA MINI MARKET	NATURAL	100103030345001000	11/10/2004	10/11/2004	AV. DR. JAIME RIVADENEIRA 02-008
5211.00	CHICAIZA CHICAIZA MARIANA DE JESUS	ABACERIA Y / VENTA DE GAS	NATURAL	100151010212006000	11/10/2004	10/11/2004	AMBUQUI PLAYAS S/N
5211.00	PAGUAY PASPUEL DIANA ELIZABETH	ABASTOS	NATURAL	100104040164011000	14/10/2011	13/10/2011	ANTONIO CORDERO 01-050
5122.00	COMPAÑIA DE ECONOMIA MIXTA COMERCIBARRA	COMERCIBARRA	EMPRESA DE ECONOMÍA MIXTA	100103031045002000	11/10/2004	10/11/2004	JUAN HERNANDEZ J HERNANDEZ S/N
5211.00	CACUANGO ALMEIDA SOFIA VANESSA	MINI MARKET	NATURAL	100102020322019000	27/12/2011	11/11/2011	AMBATO 07-029
5211.00	BASTIDAS GORDON NANCY FILOMENA	ABASTOS	NATURAL	100103030904009000	09/03/2011	01/01/2011	RAMON ALARCON 03-079
5211.00	PABON RIVADENEIRA BEATRIZ ESPE	ABACERIA VIVERES ANITA	NATURAL	100104040175005000	11/10/2004	10/11/2004	ANTONIO CORDERO 03-063
5211.00	BEDON AGUIRRE ROSA FLORINDA DE LOURDES	ABACERIA MICRO ROSITA	NATURAL	100101010424002000	11/10/2004	10/11/2004	HERNAN GONZALEZ DE SAA 27-143
5211.00	YAMBERLA CACUANGO MERCEDES	ABASTOS	NATURAL	100104040164004000	21/04/2009	25/03/2009	JUANA ATABALIPA 01-011
5220.08	CANACUAN MANGUAY MIGUEL GERARDO	MINIMARKET	NATURAL	100104040637001000	29/03/2007	04/07/2004	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 17-018
5211.00	PALMA CORDOVA SEGUNDA OBERLIZA	ABASTOS	NATURAL	100104040167014000	11/10/2004	10/11/2004	GRAL. JULIO ANDRADE 01-030
5211.00	MUÑOZ ANANGONO PAUL XAVIER	ABASTOS	NATURAL	100104040162005000	19/04/2012	06/11/2010	OBISPO MOSQUERA 08-011
5211.00	ANDRADE SUAREZ PAULINA ELIZABETH	SUPERMERCADO EL OFERTON	OBLIGADA	100104040145005000	12/06/2009	08/06/2008	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 07-041
5211.00	RUANO PAREDES ANGELO PATRICIO	ABASTOS DON PATO	OBLIGADA	100104040165011000	16/04/2008	12/12/2007	JUAN FRANCISCO CEVALLOS 01-052

## ANEXO G

## TABLA DE AMORTIZACION DEL PRÈSTAMO

Valor del préstamo	23,019.35
Tiempo	5 años
Tasa de interés	0.11

CUOTA	VALOR PRESENTE	INTERES	AMORTIZACIÓN	CUOTA	SALDO FINAL
0					23,019.35
1	23,019.35	211.01	289.49	500.50	22,729.86
2	22,729.86	208.36	292.14	500.50	22,437.72
3	22,437.72	205.68	294.82	500.50	22,142.91
4	22,142.91	202.98	297.52	500.50	21,845.39
5	21,845.39	200.25	300.25	500.50	21,545.14
6	21,545.14	197.50	303.00	500.50	21,242.14
7	21,242.14	194.72	305.78	500.50	20,936.36
8	20,936.36	191.92	308.58	500.50	20,627.78
9	20,627.78	189.09	311.41	500.50	20,316.37
10	20,316.37	186.23	314.26	500.50	20,002.11
11	20,002.11	183.35	317.14	500.50	19,684.96
12	19,684.96	180.45	320.05	500.50	19,364.91
13	19,364.91	177.51	322.99	500.50	19,041.93
14	19,041.93	174.55	325.95	500.50	18,715.98
15	18,715.98	171.56	328.93	500.50	18,387.05
16	18,387.05	168.55	331.95	500.50	18,055.10
17	18,055.10	165.51	334.99	500.50	17,720.11
18	17,720.11	162.43	338.06	500.50	17,382.04
19	17,382.04	159.34	341.16	500.50	17,040.88
20	17,040.88	156.21	344.29	500.50	16,696.59
21	16,696.59	153.05	347.44	500.50	16,349.15
22	16,349.15	149.87	350.63	500.50	15,998.52
23	15,998.52	146.65	353.84	500.50	15,644.68
24	15,644.68	143.41	357.09	500.50	15,287.59
25	15,287.59	140.14	360.36	500.50	14,927.23

26	14,927.23	136.83	363.66	500.50	14,563.56
27	14,563.56	133.50	367.00	500.50	14,196.57
28	14,196.57	130.14	370.36	500.50	13,826.20
29	13,826.20	126.74	373.76	500.50	13,452.45
30	13,452.45	123.31	377.18	500.50	13,075.27
31	13,075.27	119.86	380.64	500.50	12,694.62
32	12,694.62	116.37	384.13	500.50	12,310.50
33	12,310.50	112.85	387.65	500.50	11,922.84
34	11,922.84	109.29	391.20	500.50	11,531.64
35	11,531.64	105.71	394.79	500.50	11,136.85
36	11,136.85	102.09	398.41	500.50	10,738.44
37	10,738.44	98.44	402.06	500.50	10,336.38
38	10,336.38	94.75	405.75	500.50	9,930.63
39	9,930.63	91.03	409.47	500.50	9,521.17
40	9,521.17	87.28	413.22	500.50	9,107.95
41	9,107.95	83.49	417.01	500.50	8,690.94
42	8,690.94	79.67	420.83	500.50	8,270.11
43	8,270.11	75.81	424.69	500.50	7,845.42
44	7,845.42	71.92	428.58	500.50	7,416.84
45	7,416.84	67.99	432.51	500.50	6,984.33
46	6,984.33	64.02	436.47	500.50	6,547.86
47	6,547.86	60.02	440.47	500.50	6,107.38
48	6,107.38	55.98	444.51	500.50	5,662.87
49	5,662.87	51.91	448.59	500.50	5,214.28
50	5,214.28	47.80	452.70	500.50	4,761.59
51	4,761.59	43.65	456.85	500.50	4,304.74
52	4,304.74	39.46	461.04	500.50	3,843.70
53	3,843.70	35.23	465.26	500.50	3,378.44
54	3,378.44	30.97	469.53	500.50	2,908.91
55	2,908.91	26.66	473.83	500.50	2,435.08
56	2,435.08	22.32	478.18	500.50	1,956.90
57	1,956.90	17.94	482.56	500.50	1,474.34
58	1,474.34	13.51	486.98	500.50	987.36
59	987.36	9.05	491.45	500.50	495.91
60	495.91	4.55	495.91	500.50	0.00
		7,010.43			

## ANEXO H

## TABLA IMPUESTO A LA RENTA AÑO 2014

TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2014, PERSONAS NATURALES			
Fracción Basica	Exceso hasta	Impuesto a la Fraccion Basica	% Impuesto a la fracción excedente
0	10,410	0	
10,410	13,270	0	5%
13,270	16,590	143	10%
16,590	19,920	475	12%
19,920	39,830	875	15%
39,830	59,730	3,861	20%
59,730	79,660	7,841	25%
79,660	106,200	12,824	30%
106,200	En adelante	20,786	35%

**Resolución: NAC-DGERCGC13-00858**

## ANEXO I

## TABLA IMPUESTO A LA RENTA AÑO 2015

TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2015, PERSONAS NATURALES			
Fracción Basica	Exceso hasta	Impuesto a la Fraccion Basica	% Impuesto a la fracción excedente
0	10,800	0	
10,800	13,770	0	5%
13,770	17,210	149	10%
17,210	20,670	493	12%
20,670	41,330	908	15%
41,330	61,980	4,007	20%
61,980	82,660	8,137	25%
82,660	110,190	13,307	30%
110,190	En adelante	21,566	35%

**Resolución: NAC-DGERCGC14-00001085**

## ANEXO J

## TABLA IMPUESTO A LA RENTA AÑO 2016 PROYECTADO

IMPUESTO A LA RENTA 2016 (Proyectado)			
FRACCIÓN BÁSICA	EXCESO HASTA	IMPUESTO FRACCIÓN BÁSICA	% IMP FRACCIÓN EXCEDENTE
	11,070		0%
11,070	14,114	0	5%
14,114	17,640	153	10%
17,640	21,187	505	12%
21,187	42,363	931	15%
42,363	63,530	4107	20%
63,530	84,727	8377	25%
84,727	112,945	13640	30%
112,945	En adelante	22105	35%

## ANEXO K

## TABLA IMPUESTO A LA RENTA AÑO 2017 PROYECTADO

IMPUESTO A LA RENTA 2017 (Proyectado)			
FRACCIÓN BÁSICA	EXCESO HASTA	IMPUESTO FRACCIÓN BÁSICA	% IMP FRACCIÓN EXCEDENTE
	11,347		0%
11,347	14,467	0	5%
14,467	18,081	157	10%
18,081	21,716	518	12%
21,716	43,422	954	15%
43,422	65,118	4210	20%
65,118	86,845	8587	25%
86,845	115,768	13981	30%
115,768	En adelante	22658	35%

## ANEXO L

## TABLA IMPUESTO A LA RENTA AÑO 2018 PROYECTADO

IMPUESTO A LA RENTA 2018 (Proyectado)			
FRACCIÓN BÁSICA	EXCESO HASTA	IMPUESTO FRACCIÓN BÁSICA	% IMP FRACCIÓN EXCEDENTE
	11,630		0%
11,630	14,829	0	5%
14,829	18,533	160	10%
18,533	22,259	531	12%
22,259	44,508	978	15%
44,508	66,746	4315	20%
66,746	89,016	8801	25%
89,016	118,663	14330	30%
118,663	En adelante	23224	35%

## ANEXO M

## IMPUESTO PREDIAL LOCAL



Gobierno Autónomo  
Descentralizado Municipal  
San Miguel de Ibarra

Inicio

Informativo ▾

Ibarra ▾

La Municipalidad ▾

Servicios ▾

Contactos

## CONSULTA DE IMPUESTOS

Ingrese criterio de búsqueda (cedula ó apellidos y nombres completos):

0400384525

Consultar

CÉDULA	APELLIDOS Y NOMBRES
0400384525	PAILLACHO EDMUNDO LEON PIO

[Predios](#) [Valores Adeudados](#)

CÓDIGO CATASTRAL	BARRIO	CALLE	NÚMERO	TIPO	VALOR TERRENO	VALOR EDIFICACION	VALOR ELEMENTO VALORIZADO	VALOR COMERCIAL
100103030233009000	SAN MARTIN	EUSEBIO BORRERO	2-16	URBANO	14173.83	4317.41	0	18491.24