



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS**

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
PRODUCTOS DERIVADOS DE LA ARVEJA, EN LA CIUDAD DE
IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.**

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

Autora: Fernanda Paspuel

DIRECTOR: Ing. Víctor Zea

Ibarra – Enero - 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de grado, corresponde a una investigación que se ha ejecutado con el propósito de realizar el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERIVADOS DE LA ARVEJA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”. El que aportará con un producto natural realizado con arveja tierna el cual se producirá hasta obtener un snack natural y delicioso para el deguste de los clientes que adquirirán el producto. El público objetivo para la adquisición del producto son los niños y adolescentes entre las edades de 10 a 20 años, este segmento de mercado son los que más consumen snack y no hay una cultura alimenticia lo cual aumenta la demanda de estos productos. En la ciudad de Ibarra la comercialización de los snack son muy elevadas, ya que existe un incremento entre el 3% al 5% de consumo de estos productos, por lo cual con el crecimiento poblacional este porcentaje irá en aumento cada vez. Este proyecto quiere incentivar a los niños y adolescentes de la ciudad de Ibarra cambien su cultura alimenticia y consuman productos naturales que le ayuden a su crecimiento y aporten a su salud, para evitar que su salud se afecte con el paso del tiempo. Actualmente el proyecto se encuentra desarrollado como plan de trabajo lo cual nos ayuda para determinar si este es factible o no realizarlo. Para este trabajo de grado se necesita de poca maquinaria ya que se lo realizará artesanalmente, por lo que la inversión se proyectara para cinco años en los cuales se pretende recuperar la inversión.

Summary

This work of degree, it corresponds to an investigation that has been executed with the aim of making the "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF AN ENTERPRISE OF PRODUCTION AND COMMERCIALIZATION OF THE DERIVATIVES OF THE PEAS' IN THE CITY OF IBARRA, IMBABURA'S PROVINCE ". Who will support you with a natural product made with tender peas in which will occur until you get a natural and delicious snack for tastes of the clients who will acquire the product. The target audiences to acquire this product are the children and the teenagers between the ages from 10 and 20 years, this segment market they are those who most snacks and there isn't a nourishing culture, which increases the demand of this products. In city of Ibarra, commercialization's of snacks are very higher already that exist an increment between 3% to 5% of consumption of these products, for which with the population growth this percentage will go in I increase every time. This project want to incentive to the children and the teenagers of Ibarra's city change their nourishing culture and consuming natural products that help to their growth and contribute to their health to avoid that its affect over time. Actually this project is developed as plan of work which helps us to determinate if this is feasible or not does it. For this this work of degree he needed of little machinery since it is hand-crafted, by what the investment was project for five years in which expects to recover the inversion.

AUTORIA

Yo, PASPUEL PUEDMAG MARÍA FERNANDA, portadora de la cedula de ciudadanía N° 100370213-9 declaro bajo juramento que el trabajo es de mi autoría: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERIVADOS DE LA ARVEJA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA", que los resultados del presente estudio son de mi total responsabilidad y que no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



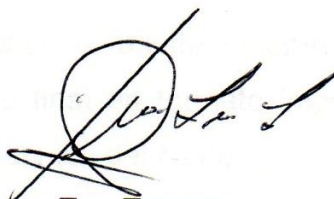
.....
Srta. María Fernanda Paspuel

C.C. 100370213-9

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de trabajo de grado presentado por la señorita egresada PASPUEL PUEDMAG MARÍA FERNANDA, para optar por el título de INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A., cuyo tema es; “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERIVADOS DE LA ARVEJA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad e Ibarra, a los veintidós días del mes de enero del 2014.



Ing. Víctor Zea Zamora

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

Yo, PASPUEL PUEDMAG MARÍA FERNANDA, con cedula de ciudadanía N° 100370213-9, 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 EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERIVADOS DE LA ARVEJA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Ibarra, a los 22 días del mes de Enero del 2014.



Paspuel Puedmag María Fernanda
C.C. 100370213-9

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La universidad técnica del norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la disponibilidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la universidad.

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

DATOS DE CONTACTO	
CEDULA DE IDENTIDAD:	100370213-9
APELLIDOS Y NOMBRES:	PASPUEL PUEDMAG MARÍA FERNANDA
DIRECCIÓN:	Azaya, Calle Sta. Isabel e Ibarra esquina
E-MAIL:	mafer_paspuel@hotmail.com
TELÉFONO:	0980758937

DATOS DE LA OBRA	
TITULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERIVADOS DE LA ARVEJA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.
AUTOR:	Paspuel Puedmag María Fernanda
FECHA DE ENTREGA:	22/01/2014
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA:	Pregrado
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería En Contabilidad Y Auditoria C.P.A.
ASESOR / DIRECTOR	Ing. Víctor Zea

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, PASPUEL PUEDMAG MARÍA FERNANDA, con cedula de identidad N° 100370213-9 respectivamente, en calidad de autora de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material como apoyo a la educación y extensión; en concordancia a la Ley de Educación Superior Art. 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por

lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 22 días del mes de Enero del 2014

LA AUTORA

Paspuel Piedad María Fernanda
C.C. 100370213-9

ACEPTACIÓN

Ing. Betty Chávez
Jefe de Biblioteca

Facultado por resolución de consejo universitario

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado lo dedico a Dios porque está conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome sabiduría y fortaleza para seguir adelante.

A mis padres que con su esfuerzo, cariño, amor y comprensión, me apoyaron incondicionalmente, quienes me inculcaron valores que me ayudaron a ser una mejor persona y así poder alcanzar mi objetivo de terminar mi carrera universitaria y por llenar mi vida de sus sabios consejos en todo momento.

A mis hermanas y a toda mi familia, porque me han brindado su apoyo y demostrando su afecto y cariño en todo momento.

María Fernanda Paspuel Piedadmag

AGRADECIMIENTO

*A Dios por estar conmigo en todo momento y
guiar siempre mi camino.*

*A mis padres por su apoyo incondicional,
comprensión y por estar junto a mí.*

*A mis hermanas por su cariño y compañía en todo
momento.*

*A toda mi familia por todo su apoyo y sus
consejos.*

*A mis catedráticos por plasmar todos sus
conocimientos, experiencia y profesionalismo.*

*A todas mis amigas(os) y personas que me
ayudaron y me apoyaron para el desarrollo y la
culminación de mi proyecto.*

María Fernanda Paspuel Piedmag

PRESENTACIÓN

Este proyecto es un estudio de factibilidad, para la creación de una empresa productora y comercializadora de derivados de arveja, localizada en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura, para lo cual al iniciarla, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Identificar el diagnóstico situacional sobre la producción de la arveja.
- Determinar el marco teórico de los temas que directa o indirectamente se relacionan con el proyecto.
- Realizar un estudio de mercado, mediante el análisis cualitativo y cuantitativo del producto a producirse.
- Ejecutar un estudio técnico que permita determinar la localización y tamaño del proyecto.
- Efectuar un estudio económico que permita determinar el volumen de la inversión y la rentabilidad que generará el proyecto.
- Analizar los impactos que el proyecto genera en los ámbitos: social económico, ambiental y empresarial.

Para cumplir dichos objetivos se diseñaron una serie de técnicas de investigación, como: encuestas, entrevistas y observación directa, utilizando como instrumentos el cuestionario, fichas de observación y bibliográficas.

ANTECEDENTES

Ibarra, es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La Ciudad Blanca" por sus fachadas y por los asentamientos de españoles y portugueses en la villa. También son muy comunes las frases: "ciudad a la que siempre se vuelve" por su pintoresca campiña, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes.

Es una ciudad cultural en donde predomina el arte, la escritura, la pintura, el teatro y la historia; además existe una gran producción turística y hotelera ofrecida para toda la zona. Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura (Ecuador) y es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia.

Fue fundada por el español Cristóbal de Troya, el 28 de septiembre de 1606 por orden de Miguel de Ibarra. Por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura. El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y la Dolorosa de Priorato y siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio, cada una rica en cultura, tradición, belleza y gente amable.

El estudio de factibilidad se efectuara en el centro de la ciudad ya que ahí se encuentra la mayor afluencia de gente por los distintos supermercados que hay en la ciudad, puesto que la arveja es una leguminosa importante porque es una fuente de fibra, vitaminas, minerales, hierro, fosforo magnesio, cinc y potasio. El aporte nutricional y/o vitamínico de la arveja, está relacionada con el estrés, el envejecimiento, el consumo excesivo de alcohol y se ayuda con la fatiga y la depresión.

En la ciudad de Ibarra el sector agrícola, se encuentra en constante crecimiento, por lo cual nos permitirá desarrollar este estudio e identificar las diversas necesidades de los consumidores. En esta ciudad no existe ningún negocio que comercialicen estos productos, hemos visto la necesidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de los derivados de la arveja, la cual expenderá sus productos directamente a menor costo, lo cual podrán acceder a los productos fácilmente.

La empresa ofertara productos de calidad realizados con materia prima de buena calidad serán transportados desde la provincia del Carchi de los sectores de Bolívar y Montufar. Las cuales son ciudades productoras de arveja y por lo tanto podremos comprar directamente a los productores sin tener intermediarios.

Este estudio se origina a que no hay snack naturales, sino que existen snack con muchos ingredientes artificiales los cuales por su consumo frecuente ocasionan: sobrepeso, obesidad, colesterol alto y otras consecuencias que provocan enfermedades como la diabetes, problemas cardiovasculares, daño a la retina, insuficiencia renal, y cáncer.

Pues los niños y los jóvenes son los principales consumidores de los snack o comida procesada, para satisfacer su apetito, lo cual no es saludable, pero si ellos pudieran acceder a productos saludables que no contengan ingredientes que causen alteraciones en su organismo ellos podrán tener una mejor alimentación, evitar los impactos negativos y los riesgos de la salud humana y al medio ambiente, minimizando la contaminación en la ciudad y el mundo.

JUSTIFICACIÓN

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos naturales es importante debido a que se ha identificado que la mayor parte de los estudiantes de la primaria y la secundaria se consume alimentos con muchos conservantes e ingredientes artificiales los cuales causan diversas enfermedades y problemas en la salud de las personas que los consumen. Lo que nos permitirá desarrollar productos naturales que aporten a la nutrición de las personas.

La factibilidad de este estudio permitirá valorar, incentivar y establecer conocimientos para que las personas consuman alimentos de calidad y 100% naturales, que aseguran tener una buena salud, con la utilización de la arveja podremos elaborar productos saludables como: snack, helados, harina, etc., los cuales aportarán diversos nutrientes a nuestro organismo, contiene muchos hidratos de carbono, proteína vegetal, fibra, calcio, ácido fólico, hierro, fósforo, potasio, antioxidantes y vitaminas.

Debido a que no hay una empresa que realice productos derivados de la arveja y que encontramos diferentes sectores que se dedican a la producción de esta leguminosa, el cual se convierte en un gran eje fundamental de inversión para la producción y comercialización de los diversos derivados de la arveja en nuestra ciudad, con un sabor natural, evitando la utilización de los preservantes y químicos los cuales impedirán ser un producto de origen netamente natural.

Este proyecto beneficiara directamente a los estudiantes de la primaria, secundaria y todas las personas que consumen productos con alto grado de ingredientes artificiales. Pues así podremos mantener una calidad de vida digna para el bienestar de nuestra salud. La empresa estará comprometida a satisfacer las necesidades de nuestros consumidores

cumpliendo con todas las características necesarias de los productos, en su aspecto natural para mantener el equilibrio de los elementos nutritivos componen nuestra materia prima, el cual tendrá un buen sabor.

Y como beneficiarios indirectos tendremos a los agricultores quienes nos permitirán obtener nuestra materia prima de buena calidad y a un precio justo porque se reducirán los intermediarios existentes, y ellos podrán tener una mejor calidad de vida. El interés de este estudio de factibilidad será mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos de la ciudad de Ibarra, culturizando el consumo de productos naturales, de buena calidad y su consumo sea masivo ya que esta rica legumbre es utilizada en comidas y ensaladas, pues evitaremos el consumo de productos que contengan ingredientes artificiales malos para la salud.

Este proyecto es original ya que se ofrecerá un producto nuevo en base a una materia prima de calidad que beneficiará a los consumidores, peso y precio justo, de buena calidad y buena atención al cliente lo cual nos permitirá educar a todos los consumidores de la ciudad, dando a conocer los beneficios que tiene esta leguminosa, cambiando sus hábitos de consumo que de una o de otra manera afecta a la salud de la persona.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de productos derivados de la alverja en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional en la ciudad de Ibarra, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

- Establecer un marco teórico que permita fundamentar el desarrollo del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado donde se determine: la demanda, oferta, precio y comercialización del proyecto
- Realizar un estudio técnico con el fin de determinar la localización, tamaño y las inversiones que requerirá el proyecto.
- Realizar un estudio económico financiero para determinar la factibilidad de la inversión.
- Efectuar la propuesta de la estructura orgánica y funcional de la empresa, para la administración eficiente de los recursos.
- Analizar los principales impactos que se deriven de la ejecución del proyecto en los aspectos: económico, social, ambiental y empresarial.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	PAG.
CARATULA	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
SUMMARIZE	III
AUTORIA	IV
CERTIFICACION	V
CESION DE DERECHOS	VI
IDENTIFICACION DE LA OBRA	VII
AUTORIZACION DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	VIII
CONSTANCIAS	VIII
DEDICATORIA	X
ADRADECIMIENTO	XI
PRESENTACIÓN	XII
ANTECEDENTES	XIII
JUSTIFICACIÓN	XV
OBJETIVOS	XVI
INDICE DE CONTENIDO	XVIII
INDICE GENERAL	XXI
INDICE DE CUADROS	XXIII
INDICE DE GRAFICOS	XXIV

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I DIAGNOSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	26
Objetivos	28
Objetivo general	28
Objetivos específicos	28
Variables diagnosticas	28
Indicadores de las variables	29
Producción	29
Talento humano	29
Marco legal	29
Aspecto ambiental	29
Estructura administrativa	30
Matriz de la relación diagnostica	31
Fuentes de información	33
Análisis de las variables diagnosticas	33
Actividad productiva	33
Aspectos socio-económico	35
Talento humano	36
Marco legal	37
Sector financiero	37
Sector tecnológico	38
Sector político	39
Sector comunitario	40
Sector legal	40
Plan del buen vivir	42
Programa de fomento productivo	43
Aspecto ambiental	44
Organización administrativa	44
Identificación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	46
Oportunidad de inversión	47

CAPITULO II MARCO TEORICO

Proyecto	49
Componentes del proyecto	50
Estudio de mercado	50
Segmento de mercado	50

Oferta	51
Demanda	51
Producto	52
Precio	52
Promoción	52
Publicidad	53
Producción	53
Comercialización	54
Canales de distribución	54
Tamaño del proyecto	55
Localización del proyecto	55
Macro localización	55
Micro localización	56
Infraestructura física	56
Flujograma de procesos	56
Contabilidad	58
Importancia de contabilidad	58
Contabilidad de costos	59
Normas internacionales de información financiera	59
NIIF 1.- Adopción por primera vez de NIIF	60
NIIF 2.- Pagos basados en acciones	60
NIIF 3.- Combinación de negocios	60
NIIF 4.- Contratos de seguros	60
NIIF 5.- Activos no corrientes	60
NIIF 6.- Explotación y evaluación de recursos minerales	61
NIIF 7.- Instrumentos financieros: información a revelar	61
NIIF 8.- Segmentos operativos	61
NIIF 9.- Para pymes	62
Estados financieros	62
Estado de situación financiera	63
Estado de resultados	63
Estado de evolución de patrimonio	64
Contribuyentes	64
Personas naturales	64
Personas jurídicas	65
RUC	65
IVA	65
Impuesto a la renta	66
VAN	66
TIR	67
Costo beneficio	67
Punto de equilibrio	68

Periodo de recuperación	68
Estructura orgánica	69
Empresa	69
Clasificación de la empresa	69
Según sectores productivos	69
Sector primario	69
Sector secundario	70
Sector terciario	71
Según procedencia de capital	72
Por su constitución	72
Misión	74
Visión	74
Organigrama	74
La arveja	75
Importancia de la arveja	75
Beneficios	75
Variedades	76
Características agronómicas	76
Derivados de la arveja	78

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Antecedentes	79
Objetivos	80
Objetivo general	80
Objetivos específicos	80
Población y muestra	80
Población	80
Calculo de la muestra	80
Formula de calculo	81
Análisis e interpretación de datos	82
Resultados de encuestas	82
Identificación del producto	92
Análisis y proyección de la demanda	93
Análisis y proyección de la oferta	95
Análisis de precios	96
Análisis de la competencia	96
Marketing para la nueva empresa	97

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Macrolocalización	99
Microlocalización	100
Tamaño del proyecto	101
Análisis técnico	101
Ciclos de fabricación	102
Flujograma de procesos	107
Distribución de áreas	108
Presupuesto técnico	108
Inversión fija	109
Inversión diferida	110
Costos de producción	111
Gastos de administración	113
Gasto de ventas	115
Capital de trabajo	116

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Inversión del proyecto	118
Ingreso por ventas	119
Costos de producción	119
Gastos operacionales	122
Gastos de ventas	123
Balance de arranque	125
Estado de resultados	125
Flujo de caja	126
Evaluación financiera	127
Resumen de evaluadores financieros	130

CAPITULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

Denominación de la empresa	131
Naturaleza legal	132
Elementos administrativos estratégicos	132
Requisitos legales	133
Formación de la empresa	134
Estructura organizacional	136
Manual de funciones	137
Nivel directivo	138
Nivel ejecutivo	140
Nivel de apoyo	141
Nivel operativo	144

CAPITULO VII

IMPACTOS

Valoración de impactos	149
Impacto social	150
Impacto económico	150
Impacto ambiental	151
Impacto empresarial	152
Matriz general de impactos	153
Conclusiones	154
Recomendaciones	155
Bibliografía	156
Linkografía	158
Anexos	159

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	Uso principal del suelo	33
Cuadro N° 2	Población del Cantón Ibarra	36
Cuadro N° 3	Instituciones financieras	37
Cuadro N° 4	Venta de snack	82
Cuadro N° 5	Proveedores del snack	83
Cuadro N° 6	Presentación de los productos	84
Cuadro N° 7	Precios de los snack	85
Cuadro N° 8	Cantidad mensual de productos	86
Cuadro N° 9	Precios por productos mensuales	87
Cuadro N° 10	Aceptación de nueva empresa	88
Cuadro N° 11	Presentación del nuevo producto	89
Cuadro N° 12	Precio del nuevo producto	90
Cuadro N° 13	Cantidad a comercializar del nuevo producto	91
Cuadro N° 14	Demanda anual	93
Cuadro N° 15	Proyección de la demanda de snack	94
Cuadro N° 16	Demanda potencial a satisfacer	95
Cuadro N° 17	Proyección de precios del snack	96
Cuadro N° 18	Flujograma de procesos	107
Cuadro N° 19	Distribución de áreas	108
Cuadro N° 20	Detalle de inversión fija	109
Cuadro N° 21	Materia Prima Directa e Insumos	111
Cuadro N° 22	Mano de Obra Directa	112
Cuadro N° 23	Mano de Obra Indirecta	112
Cuadro N° 24	Jefe de producción	113

Cuadro N° 25	Gasto administrativo	113
Cuadro N° 26	Servicios básicos administrativos	114
Cuadro N° 27	Suministros de Oficina	114
Cuadro N° 28	Gasto de Venta	115
Cuadro N° 29	Gasto publicidad	115
Cuadro N° 30	Costos Indirectos de Fabricación	116
Cuadro N° 31	Capital de Trabajo	117
Cuadro N° 32	Resumen de la Inversión del Proyecto	118
Cuadro N° 33	Ventas netas	119
Cuadro N° 34	Costos de Producción	120
Cuadro N° 35	Materia prima directa	120
Cuadro N° 36	Mano de Obra Directa	121
Cuadro N° 37	Costos Indirectos de Fabricación	121
Cuadro N° 38	Gasto sueldos administrativos	122
Cuadro N° 39	Suministros de Oficina	122
Cuadro N° 40	Servicios básicos	123
Cuadro N° 41	Gasto Sueldos de Venta	123
Cuadro N° 42	Publicidad	124
Cuadro N° 43	Total Gastos de Ventas	124
Cuadro N° 44	Depreciación	124
Cuadro N° 45	Estado de Situación Financiera	125
Cuadro N° 46	Estado de resultados	126
Cuadro N° 47	Flujo de caja	127
Cuadro N° 48	Costo de oportunidad	127
Cuadro N° 49	Valor actual neto	128
Cuadro N° 50	Periodo de recuperación	129
Cuadro N° 51	Resumen de evaluadores financieros	130
Cuadro N° 52	Nómina de socios	135
Cuadro N° 53	Matriz de Valoración	149
Cuadro N° 54	Matriz de Impacto Social	150
Cuadro N° 55	Matriz de Impacto Económico	150
Cuadro N° 56	Matriz de impacto ambiental	151
Cuadro N° 57	Matriz de impacto empresarial	152
Cuadro N° 58	Matriz General de Impactos	153

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Venta de snack	82
Gráfico N° 2	Proveedores del snack	83
Gráfico N° 3	Presentación de los productos	84
Gráfico N° 4	Precios de los snack	85

Gráfico N° 5	Cantidad mensual de productos	86
Gráfico N° 6	Precios por productos mensuales	87
Gráfico N° 7	Aceptación de nueva empresa	88
Gráfico N° 8	Presentación del nuevo producto	89
Gráfico N° 9	Precio del nuevo producto	90
Gráfico N° 10	Cantidad a comercializar del nuevo producto	91
Gráfico N° 11	Macrolocalización de Ibarra	99
Gráfico N° 12	Microlocalización de la empresa	100
Gráfico N° 13	Adquisición de la materia prima	104
Gráfico N° 14	Elaboración de arveja enconfitada	105
Gráfico N° 15	Comercialización de arveja enconfitada.	106
Gráfico N° 16	Distribución de áreas	108
Gráfico N° 17	Organigrama estructural	137

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1. ANTECEDENTES

Ibarra, está ubicada a 115 Km. al noroeste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C. Esta ciudad con más de cuatrocientos años de historia, también conocida como la capital de la provincia de los lagos, en la que cohabitan variedad de culturas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura.

La ciudad de Ibarra, cuenta con cinco mercados actualmente, el Mercado Mayorista, el Mercado de Santo Domingo, el Mercado Amazonas, el Mercado La Playa y el Mercado La Bahía, siendo el Mercado Amazonas el más antiguo. Los Mercados “La Playa” y “La Bahía” son la extensión del Mercado Amazonas.

El Mercado Mayorista de Ibarra “COMERCIBARRA” CEM., es una compañía de Economía Mixta conformada por el Ilustre Municipio de Ibarra y ocho asociaciones de comerciantes que se dedican a la intermediación comercial de productos de primera necesidad, que va encaminada al beneficio de la ciudadanía ibarreña y de la provincia de Imbabura.

La creación de una empresa que se dedicará a la producción y comercialización de productos derivados de la alverja, ubicada al oeste del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, se plantea para aportar con un producto natural hecho de arveja, pues el consumo de esta leguminosa es importante porque es una fuente de fibra, vitaminas, minerales, hierro, fosforo, magnesio, cinc y potasio. El aporte nutricional y vitamínico de la

arveja, ayuda a controlar el estrés, el envejecimiento, el consumo excesivo de alcohol como también con la fatiga y la depresión.

La arveja es una especie de vegetal utilizada desde épocas antiguas en la alimentación humana y animal; tiene la facultad de tomar el nitrógeno atmosférico para incorporarlo al suelo. Es muy apreciada y valorada por su calidad nutricional y aporte a la salud de los consumidores.

El mercado de los snacks es un mercado altamente competitivo y versátil, existen competidores pequeños y grandes como es el caso de las papitas sin marca y la multinacional Frito Lay que distribuye sus productos a nivel mundial. Entre los competidores nacionales se encuentran Inalecsa, General Snacks y Banchis

Por esta razón se ha determinado realizar un snack de alverja el cual no contendrá ningún ingrediente artificial ya que se lo realizará de manera manual y tradicional el cual contendrá ingredientes naturales que le darán sabor y se brindará un producto de calidad que los consumidores requieren. Por tanto la arveja no perderá sus propiedades y aportará nutrientes a la salud de los que consumirán el producto a realizarse.

El diagnóstico se realizó con la finalidad de conocer tanto la situación de la producción de la arveja en la ciudad de Ibarra como del cantón Bolívar y Montufar, para saber el nivel de aceptación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de los derivados de la alverja y tener un marco de referencia que sustente la viabilidad económico-financiera de la implantación de la empresa.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. GENERAL

Conocer la situación actual del comercio de arveja en la ciudad de Ibarra y la producción de arveja en los cantones Bolívar y Montufar, que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de empresa de producción y comercialización de los productos derivados de la arveja.

1.2.2. ESPECÍFICOS

- ✓ Observar si existe producción de arveja en los sectores de Ibarra, Bolívar y Montufar.
- ✓ Identificar el talento humano que labora en el sector de Bolívar.
- ✓ Comparar las tasas de interés de las diferentes instituciones financieras de la ciudad de Ibarra.
- ✓ Analizar las medidas de prevención y manejo de desechos.
- ✓ Observar los sistemas de organización de las empresas de la ciudad de Ibarra.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Con la finalidad de brindar un mayor entendimiento y análisis se ha llegado a identificar las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación detallamos:

- ◆ Producción
- ◆ Talento humano
- ◆ Aspecto ambiental
- ◆ Estructura administrativas
- ◆ Marco legal

1.4. INDICADORES DE LAS VARIABLES

1.4.1. PRODUCCIÓN

- ♦ Formas de producción
- ♦ Control de calidad
- ♦ Materia prima e insumos
- ♦ Semillas

1.4.2. TALENTO HUMANO

- ♦ Capacitación
- ♦ Cualificación
- ♦ Estabilidad Laboral
- ♦ Jornada Laboral

1.4.3. MARCO LEGAL

- ♦ Sector financiero
- ♦ Sector tecnológico
- ♦ Sector político
- ♦ Sector comunitario
- ♦ Sector legal

1.4.4. ASPECTO AMBIENTAL

- ♦ Preservación
- ♦ Manejo de aguas
- ♦ Manejo de desechos

- ♦ Contaminación

1.4.5. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

- ♦ Organización
- ♦ Nivel de organización
- ♦ Políticas y normas de control interno
- ♦ Canal de información

1.4.6. Matriz de relación diagnóstica

Objetivos	Variables	Indicadores	Técnicas	Publico meta
Observar si existe producción de materia prima en los sectores de Ibarra, Bolívar y Montufar.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> - Formas de producción - Control de calidad - Materia prima e insumos - Semillas 	<p>Observación directa</p> <p>Entrevista</p>	Productores del producto (arveja)
Identificar el talento humano que labora en el sector de Bolívar.	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación - Cualificación - Estabilidad Laboral - Jornada Laboral 	Entrevistas	<p>Productores</p> <p>Trabajadores</p>
Comparar las tasas de interés de las diferentes	Marco Legal	<ul style="list-style-type: none"> - Sector financiero - Sector tecnológico 	Entrevistas	Departamento de

instituciones financieras de la ciudad de Ibarra.		<ul style="list-style-type: none"> - Sector político - Sector comunitario - Sector legal 		créditos
Analizar las estrategias de prevención y manejo de medio ambiente.	Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> - Preservación - Manejo de aguas - Manejo de desechos - Contaminación 	Observación directa	Población
Identificar los sistemas de organización existentes en la zona de influencia del proyecto.	Estructura Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> - Organización - Nivel de organización - Políticas y normas de control interno - Canal de información 	Entrevistas	Productores Trabajadores

Fuente: Investigación personal

Elaborado: La Autora

1.4.7. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para realizar el diagnóstico situacional, se ha recurrido a la información proporcionada por el MAGAP, Ilustre Municipio de Ibarra, Cámara de Agricultura de la zona 1, noticias de los diferentes diarios de la ciudad, información proporcionada por productores de la zona donde se produce nuestra materia prima como Bolívar y Montufar.

1.5. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.5.1. ACTIVIDAD PRODUCTIVA

La actividad productiva de la materia prima según el III Censo Nacional Agropecuario en los cantones de Bolívar y Montufar es el siguiente:

CUADRO N° 1
Uso principal del suelo
(participación en hectáreas)

Cantón	Arveja seca		Arveja tierna	
	UPAs	Superficie	UPAs	Superficie
Bolívar	134	151	628	681
Montufar	20	0	395	655

FUENTE: III Censo Nacional Agropecuario

ELABORACION: Cámara de Agricultura de la Primera Zona

1 200 familias se involucran en la siembra, cosecha y venta de la arveja. 2000 hectáreas están sembradas en Carchi. Cada productor de arveja invierte USD 1 800 por cada hectárea. Bolívar, San Gabriel. La cosecha se hace cada cuatro meses.

En Bolívar y Montufar el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

En la actualidad existe alrededor de 22.000 ha. En la Provincia del Carchi aproximadamente 9462 ha se cultivan cada año, teniendo un rendimiento en verde promedio de 8 Tm por ha, dando como resultado una producción provincial de 75700 Tm, lo que representa aproximadamente un porcentaje de 43 % a nivel nacional.

Los agricultores han venido cultivando la arveja bajo un sistema tradicional y poco tecnificado desde el punto agronómico de la planta, con la utilización de semillas de mala calidad y cultivos en zonas no apropiadas. Esto conlleva a que en el cultivo exista la presencia de plagas y enfermedades las cuales deterioran la calidad del mismo y por ende sus cosechas se ven afectadas. Por esta razón los agricultores se ven obligados a realizar aplicaciones excesivas de pesticidas, sin tomar en cuenta el daño que están causando en los suelos, además de reducir las poblaciones de insectos benéficos y provocando graves impactos en el ambiente.

Para la siembra de la arveja se necesita verificar varios aspectos principales los que ayudaran a que el cultivo se desarrolle y crezca de manera adecuada, para lo cual se debe tener en cuenta: el suelo sea franco o franco arenoso, temperatura ente 16° a 20°, altura entre los 2000 y 2800 metros sobre el nivel del mar y a una profundidad de 50cm. De la misma manera se utiliza los siguientes insumos, Semillas de arveja (*Pisum sativum*), herramientas de labranza, bomba de mochila, equipo de protección, fungicidas, fertilizantes e insecticida.

Existen diferentes semillas de arveja que son cultivadas con mayor frecuencia las cuales son: Quantum y Semi verde, pues dan un buen producto ya que sus semillas de calidad potencia la productividad, hace resistente a la planta de plagas y enfermedades, garantiza la calidad de grano y aumenta la producción garantizando la siembra.

1.5.2. ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS

El censo económico del año 2.010, determina que la ciudad de Ibarra cuenta con 9.485 establecimientos económicos, que generaron 1.700 millones de dólares en ingresos por ventas. En estos establecimientos hay 28. 731 personas empleadas, que genera 16. 6. millones dólares en activos fijos.

Las actividades productivas son la fabricación de muebles y la elaboración de productos de panadería, en actividades del comercio es la venta al por menor de alimentos, bebidas y tabacos; en servicios: actividades de restaurante, servicios de comida y telecomunicaciones.

El sector de la manufactura posee 814 establecimientos económicos que se dedican a esta actividad, 2.657 personas que trabajan en el sector. El comercio 5.360 establecimientos económicos, 9538 personas que trabajan en este sector. En Alojamiento y servicios hay 1.084 establecimientos económicos con 2.589 personas.

La ciudad se mantiene próspera gracias al Sector Terciario que supone el 70% de los empleos en la ciudad, la agroindustria y el proceso de alimentos como la cebada, la remolacha, la caña de azúcar, la patata, las legumbres, cítricos, viñedos y aceitunas son también crecientes, el sector artesano y secundario es ampliamente dedicado como otras ciudades imbabureñas a la moda.

Así mismo otro factor importante es la transformación de la cal y la gastronomía, así un sector que prospera es el turismo, para 2010 Ibarra tenía el puesto 7 en ciudades económicas, su prosperidad se hace también importante gracias al sector financiero y bancario de Ibarra, el Banco Pichincha, Banco del Guayaquil y más de 40 bancos y cooperativas mantienen sedes importantes aquí, el Banco Capital es originario de Ibarra.

1.5.3. TALENTO HUMANO

Según el INEC la ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes.

De estos más 35.000 son extranjeros, o inmigrantes en proceso de legalización, principalmente españoles (inmigración española en Ibarra), portugueses, escandinavos (Inmigración escandinava en Ibarra), griegos, argentinos, alemanes, sanmarinenses (inmigración de San Marino en Ibarra), chilenos, uruguayos, colombianos, árabes (inmigración árabe en Ibarra), peruanos, cubanos, brasileños y británicos.

CUADRO N° 2

Población Económicamente Activa de la provincia de Imbabura



* La Población en edad de trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

Fuente: INEC

Elaborado: La Autora

En el cantón Ibarra la mano de obra no se encuentra a disposición ya que la agricultura no se da en la ciudad sino en sus alrededores los cuales son muy pocas las hectáreas sembradas mas se encuentran pastos para la ganadería, lo que más se encuentran en la ciudad de Ibarra son maestros albañiles los cuales se encuentran en el parque Francisco Calderón esperando que los contraten.

1.5.4. MARCO LEGAL

- Sector Financiero:

CUADRO N° 3
INSTITUCIONES FINANCIERAS

Banco/Cooperativa	Tipo de préstamo	Tasa	Monto	Plazo
Banco Fomento	Crédito con garante.	11%	15000.00	3 años
Banco Procredit	No dan para inicio del negocio sino cuando el negocio ya tenga un año de funcionamiento.			
Cooperativa de Artesanos	Crédito con garante	23.73%	2500.00	2 años
Cooperativa San Antonio	Crédito a todos los socios con garante.	19%	2500.00	18 meses

Fuente: Instituciones Financieras

Elaborado: La Autora

Analizando las instituciones financieras que se tiene anteriormente nos damos cuenta que hay diferentes alternativas para acceder a un préstamo, pero hay una institución que nos ofrece la cantidad, tasa de interés mas baja en un tiempo adecuado para cumplir con la obligación.

Las instituciones financieras deben tener un respaldo de pago para dar al cliente un préstamo, pero también existe instituciones que no dan para inicio del negocio sino que se debe de tener de un año a tres años de funcionamiento para conceder el crédito.

- Sector Tecnológico

Las empresas que ofrecen la maquinaria que se requiere para implementar la empresa se encuentra en la ciudad de Quito, lo que es una ventaja ya que si se encuentra la maquinaria en el Ecuador.

La maquinaria que la empresa necesita para empezar sus actividades son las siguientes:



Selladoras

Selladora de Bolsa
Marca TITAN, Modelo 312T

- Selladora manual de 30.5cm, 45.7cm opcional.
- Operación automática de sellado de 25 ciclos por minuto.
- Ajuste variable de temperatura.
- Incluye pedal de accionamiento.
- Opciones de operación: sellar ó sellar y cortar.
- Alimentación: 120V, 5A, 60Hz.
- Fabricada en U.S.A.



MÁQUINA ETIQUETADORA AUTOMÁTICA EAG – 50 / CTI

Equipo provisto con línea de transporte de ingreso de 1500mm de longitud

Producción: 3.000 / 3.200 bot.-Hora (50 / 53 Bot. por minuto)

Detalles Técnico- Constructivos:

Estructura en acero electrosoldado con tratamiento anticorrosivo y revestimiento "EPOXY" de alta resistencia. (Opcional estructura en acero inoxidable)

Funcionamiento: Electroneumático

Control Lógico y de mando: Por medio de "PLC" con visualización en pantalla.

Contador de envases programable: con visualización en pantalla

Componentes neumáticos / electrónicos / electrónicos Normalizados y de 1ª línea

Línea de transporte de ingreso de 1500 mm. con barandas y apoyos regulables.

Cambio rápido: de tamaño y/o formato de envase

Velocidad de etiquetado: Regulable

Posicionador: Electrónico de las etiquetas en los envases de máxima precisión y confiabilidad

Requerimiento y consumo eléctrico: 220 Vca – 50Hz – 0,2Kw

Consumo de aire: 6 bar – 200 NI / Min.

Dimensiones: 1000 x 600 x 2000 (H) mm.

Peso Neto: 340 Kg.

Carro de transporte: Según normas con parada automática del equipo por apertura de puerta



El país busca fortalecer el proceso de sustitución estratégica de importaciones, por lo que se busca cambiar la matriz productiva y establecer medidas para reducir la dependencia excesiva del componente importado en la producción nacional, apoyando a las nuevas empresas que produzcan productos que contribuyan a la alimentación de los seres humanos el mismo que puede ser exportado y así dinamizar la economía del país.

- Sector Político

En el plan de trabajo de Rafael Correa se plantea manejar de forma estratégica la política arancelaria, facilitar el desarrollo de nuevas industrias y la promoción de exportaciones. El Gobierno pretende democratizar los medios de producción, generar mecanismos de compras públicas que impulsen la producción local y expandan la demanda de empleo.

El presidente, Rafael Correa ha demostrado interés en la producción nacional, para ello se busca el aprovechamiento y optimización de los medios de producción, la asistencia técnica, investigación, la innovación tecnológica y su relación con los productores agrícolas, lo que, servirá

como el motor para que los encadenamientos productivos alcancen resultados positivos.

- **Sector Comunitario**

Las personas de la ciudad de Ibarra se dedican a la comercialización de víveres, granos secos, ropa y comida preparada, lo cual no hay mano de obra para la agricultura de la arveja, pues esto solo encontramos en los alrededores de la ciudad.

En la ciudad de Bolívar y Montufar el sector comunitario de estas zonas la mayor población se dedica a la agricultura lo que nos ayudara a conocer las formas de producción de la arveja del sector así como la utilización de la tecnología, la mano de obra de los cantones de la provincia del Carchi la mayoría solo tienen educación primaria ya que antes no era una necesidad estudiar ya que a ellos les se dedicaron desde muy jóvenes ha este ámbito de la agricultura.

- **Sector Legal**

El **Código Orgánico de la Producción** plantea algunos incentivos para desarrollar el aparato productivo, mejorar el empleo y diversificar las exportaciones:

a) Para el desarrollo de zonas de mayor pobreza, pymes y actores de la EPS se crea un Sistema Nacional de Garantías (de hasta el 70% para financiamiento privado), un Fondo de Capital de Riesgo (inversión del Estado en empresas de alto valor agregado) y otros programas ministeriales de cofinanciamiento;

b) Para empresas nuevas o existentes que abran su capital para los trabajadores (difieren 5 años el IR y su anticipo y los rendimientos de créditos a sus trabajadores no pagan IR), para empresas que inviertan sus utilidades en nuevos y mejores activos tecnológicos o de innovación (-

10% IR), para empresas con financiamiento externo menor a la tasa máxima del BCE (exoneración del ISC);

c) Para empresas nuevas que inviertan en los sectores priorizados (exoneración 5 años del IR y su anticipo) entre otros incentivos. Este Código define el salario digno (como el ingreso mínimo necesario para que una familia viva dignamente) y obliga a las empresas a compensar (al final de cada ejercicio fiscal) a los trabajadores que no lo perciban.

La **Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario**, por su parte, también plantea algunos incentivos y medidas de promoción, estos sí, específicamente para los actores de la EPS (definidos en la misma ley como los sectores comunitarios, asociativos, cooperativos y las unidades económicas familiares –comerciantes minoristas, artesanos, amas de casa, etc.-).

Entre los principales incentivos tenemos la exoneración del IR para las “transacciones” que estos actores hagan con sus miembros o para las utilidades que se reinviertan en la organización; la generación de política pública específica a favor de actividades productivas; y la homologación de créditos para vivienda otorgados por las Cooperativas a favor de sus socios.

Adicionalmente la ley ordena el fomento de las formas de integración de la EPS; el establecimiento de programas de formación y capacitación; el reconocimiento de la propiedad intelectual (saberes ancestrales, obtenciones vegetales, etc.) y del uso de medios de pago complementarios; la difusión y promoción estatal de los bienes y servicios ofertados por la EPS; entre otros.

Para la conformación de una nueva empresa existen incentivos los cuales ayudaran a la empresa a constituirse en el campo de producción y

comercialización el cual impulsara al desarrollo de empleo y al desarrollo económico de la ciudad como también del país.

Plan del Buen Vivir

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva

Por años, Ecuador se ha dado a conocer únicamente como un país primario exportador. Esto es: exportar materias primas, con una escasa participación del talento humano y con una alta importación de productos elaborados. Este modelo de producción, que ha concentrado las riquezas en pocas manos y creado dependencia de la economía nacional, no ha facilitado el despegue de la era productiva e industrial del Ecuador. Por ello, ahora el Gobierno Nacional incluye, como uno de los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir, impulsar la transformación de la matriz productiva.

Pero el cambio de la matriz productiva no solo se limita a la forma en cómo producimos y crecemos económicamente. Tiene que ver, además, con la forma en que consumimos. Si queremos distanciarnos del modelo voraz del capitalismo, también debemos cambiar nuestros hábitos de consumo; que sean más armónicos con nuestras vidas y con el medio ambiente. También debe asegurar la soberanía alimentaria; incorporar valor agregado y dentro de los límites biofísicos de la naturaleza; lograr un desarrollo equilibrado e integrado de los territorios; propiciar el intercambio justo en mercados y el acceso a recursos productivos; y a evitar la dependencia de importaciones de alimentos.

Es así que, entre las metas que contempla este décimo objetivo del Plan, se plantean: incrementar la participación de exportaciones de productos con intensidad tecnológica alta, media, baja y basada en recursos naturales al 50%; reducir las importaciones no petroleras de bienes primarios y basados en recursos naturales en un 40,5%; aumentar la participación de la industria manufacturera al 14,5%; reducir la

intermediación de productos de pequeños y medianos productores en 33%; y reducir a doce días el tiempo necesario para iniciar un negocio.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Con el cambio de la matriz productiva ayudará que el proyecto sea aceptable pues cumple con algunos requisitos que la matriz productiva plantea para que los productos elaborados en nuestro país sean de mayor comercialización y se reduzca las importaciones.

Programa de Fomento Productivo

Dirigido a incentivar la producción y el desarrollo socio económico del Ecuador, apoyando a los productores y a las regiones y sectores de menor desarrollo relativo con potencial a través de la cooperación interinstitucional entre la CFN y Promotores de Programas de Desarrollo (PPD's). La cooperación interinstitucional es un factor importante para la ejecución de un Programa de Fomento Productivo, es así que un PPD es una figura relevante en el desarrollo socio económico local, estimulando el desarrollo empresarial y productivo, además de la introducción de microempresas y PYMES al sistema productivo local.

Es un medio de fomento destinado a sectores, zonas y regiones de menor desarrollo relativo con potencial. El PFP busca llegar justamente a los sectores desatendidos por la banca, de esta manera canalizando a través de un Promotor de Programas de Desarrollo (PPD) que direccionará al beneficiario final para que siguiendo correctamente los procesos

establecidos por la CFN pueda acceder a un crédito que impulsará su actividad económica. Un punto importante del PFP es que ha sido diseñado para identificar Proyectos Productivos de alto potencial e impacto, tanto social como económico.

Mediante el programa de fomento productivo se obtendrá apoyo para la realización del proyecto ya que impulsará el crecimiento económico local, estimulando al desarrollo empresarial, a la vez poder acceder a un crédito el cual ayudará a que la empresa se introduzca dentro del ámbito de producción y comercialización de productos naturales.

1.5.5. ASPECTO AMBIENTAL

La cercanía de Ibarra a industrias cañaverales y químicas, el parque vehicular extremadamente alto para una ciudad de tamaño medio, y los incendios forestales hizo que durante los veranos del 2009, 2010 y 2011 la polución por el humo sea tal que no se pudiera divisar el horizonte a 4 kilómetros, por una opacidad considerable de este.

La empresa ha constituirse se enfocará a preservar al medio ambiente manteniendo un nivel bajo de contaminación del aire y del ruido ya que la producción del producto se lo realizara de manera manual, esta ventaja favorece al proyecto para poderle realizar. El manejo de aguas hervidas y desechos que producirá la empresa será manejado de manera adecuada para evitar una contaminación en el sector y al resto de la ciudad.

1.5.6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Ibarra para su manejo más equilibrado se halla dividida en más de 400 barrios que agrupan 5 parroquias urbanas, estas se encargan de mantener el orden, hacer cumplir las leyes del alcalde y de administrar bien los recursos de la ciudad, actualmente Ibarra está conformada por 5 parroquias aunque en poco tiempo se unirá a la ciudad San Antonio una de las parroquias urbano-aledañas a la ciudad, así serían 6 las parroquias

urbanas que la conforman, pero en total son 7 parroquias rurales y 6 urbanas que conforman el Cantón de Ibarra en sí.

Los barrios son agrupaciones que conforman las parroquias urbanas de la ciudad, estas al contrario de la parroquia no tienen autonomía, tan sólo un rango legislativo y poder de administración de recursos.

Las parroquias urbanas y los barrios en los que se halla dividida Ibarra son los detallados a continuación:

✓ Alpachaca

Barrios: Azaya, Las Palmas, Hospital-El Seguro, Martínez de Orbe, Alpachaca, (barrio-cabecera), Miravalle, La Soria.

✓ San Francisco

Barrios: El Ejido, Condominios-Los Galeanos, La Florida, Las Colinas, El Milagro, Pugacho, Villa Europea-Imbaya, Los Pinos, Jardín de Paz, El Empedrado, Aeropuerto, Parque del Águila, Esquina del Coco, Centro Histórico (Lado este Rocafuerte), Redondel Cabezas Borja-Antigua Hacienda, Pilanqui, 19 de Enero, La Merced, Redondel de La Madre, Hospital-San Vicente de Paúl, Urbanizaciones de Mariano Acosta, Barrio Gómez Jurado.

✓ El Sagrario

Barrios: Terminal del Reloj, Cuestas de San Francisco, Teodoro Gómez, Cruz Verde, Ajaví, Parque de La Familia, Yacucalle, Bola Amarilla, La Victoria, Ciudadela Sur, Ciudadela Norte, La Curia-Antiguo Cuartel, Rocafuerte, La Católica, Loma de Guayabillas, Centro Histórico (Lado oeste Rocafuerte), La Bolívar, El Obelisco-Moncayo.

✓ Priorato

Barrios: Ciudadela Universitaria, La Aduana, Yahuarcocha-Ingreso, Pueblo Viejo, Yahuarcocha-El Arcángel, Catacumbas, Priorato-La Esperanza (barrio-cabecera), Huertos Familiares, Miraflores y Barrio España.

✓ Caranqui

Barrios: Los Ceibos (barrio-cabecera), El Cedro, Caranqui (cabecera-barrio histórico), Ruinas de Caranqui (protegido por el Municipio de Ibarra), La Esperanza, La Campiña, La Primavera, Cementerio-Necrópolis San Miguel, Cuatro Esquinas, La Portada de La Esperanza, Riveras del Tahuando, La Candelaria, Los Roques-Cementerio San Francisco, Los Reyes.

La organización administrativa de los barrios nos permitirá ver los sectores mas poblados de la ciudad de Ibarra para comercializar el producto a elaborar y tener puntos estratégicos en cada uno de las parroquias de cada uno de los barrios.

1.6. IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos

1.6.1. Aliados

- ✓ Banco del Fomento por el interés al momento de otorgar un préstamo.
- ✓ La maquinaria si existe en el país.
- ✓ Los comerciantes de la arveja del mercado mayorista.
- ✓ Los productores de alverja de la provincia del Carchi de las zonas de Bolívar y Montufar.

1.6.2. Oponentes

- ✓ Los repuestos de la maquinaria no se consiguen de inmediato en la ciudad de Ibarra.
- ✓ No tener garantes al momento de adquirir un préstamo.
- ✓ Adquirir un préstamo a un alto interés.
- ✓ Mano de Obra no disponible en el cantón de Ibarra.

1.6.3. Oportunidades

- ✓ Ofrecer un producto natural.
- ✓ Tener un mercado en crecimiento para el producto.
- ✓ Mejorar la capacidad de producción.
- ✓ Apoyo del gobierno para los productores minoristas.

1.6.4. Riesgos

- ✓ No encontrar personal de mantenimiento para la maquinaria a comprarse.
- ✓ Cambios de leyes que afecten a la producción.
- ✓ No acceder a un préstamo por no contar con los requisitos.
- ✓ Alza de precio de la materia prima.

1.7. OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Al efectuar el diagnóstico se conoce que en la ciudad de Ibarra la producción de la arveja no es alta ya que la mayoría de las tierras para el cultivo están siendo utilizadas para el pasto, como Ecuador es un país muy diverso, tenemos aliados como los productores de la ciudad de Bolívar y Montufar en los cuales la agricultura es mas elevada y este producto se siembra en todo el año.

Analizando el aspecto socio-económico de la ciudad de Ibarra obtenemos que el comercio es la mayor fuente de la economía de la ciudad ya que la mayor parte se dedican a la comercialización, de esta manera se dispondrá de sitios estratégicos para la comercialización del producto a elaborarse.

Después de haber conocido todos los sectores que intervendrán para la creación de la empresa identificamos que si hay instituciones que nos ayudaran a iniciar la actividad económica, como también las leyes que en la actualidad apoyan a la producción de nuevos productos aprovechando la agricultura que posee el país, ya que la política está estable y no se tiene ningún inconveniente de cambio.

De esta forma se podrá crear la empresa la cual elaborará un snack de arveja que se lo realizará de manera manual sin utilizar productos artificiales, permitiendo obtener un producto natural que aporte al valor nutricional de las personas que lo consumen.

Por lo cual hemos determinado que en la ciudad de Ibarra existen las condiciones para el desarrollo del proyecto denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LOS DERIVADOS DE LA ARVEJA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico es la etapa en que reunimos información documental es decir, la cual proporcionará un conocimiento profundo de la teoría que le da significado a la investigación.

Las bases teóricas es el punto de partida para construir un marco de referencia que permita una mejor comprensión sobre el tema, se ha extraído importantes conceptos de varios autores cuyo contenido lo detallaremos a continuación

OBJETIVO:

- ✓ Establecer un marco teórico que permita fundamentar el desarrollo del proyecto a realizarse.

2.1. PROYECTO

(THOMPSON, Mónica, 2009), dice; “Un proyecto es una propuesta ordenada de acciones que pretende encontrar solución o reducción de la magnitud de un problema que afecta a un individuo o grupo de individuos y en la cual se plantea la magnitud, características, tipos y periodos de los recursos requeridos para completar la solución propuesta dentro de las limitaciones técnicas, sociales, económicas y políticas en las cuales el proyecto se desenvolverá.”

En conclusión un proyecto nos ayuda a resolver un problema y alcanzar un objetivo específico, en un tiempo determinado, con un financiamiento adecuado, ya que un proyecto es la planeación y organización de las tareas y actividades necesarias para alcanzar los objetivos y metas.

2.1.1. COMPONENTES DEL PROYECTO

Todo proyecto productivo deberá contener:

- ✓ Estudio de mercado
- ✓ Estudio Técnico
- ✓ Estudio Económico o Financiero
- ✓ Estudio Organizacional
- ✓ Estudio Ambiental

Pues todos estos rubros son indispensables ya que contendrán información importante y práctica que asegure una implantación o desarrollo de un proyecto para alcanzar las metas y objetivos debidamente expresados en un plan de trabajo.

2.2. ESTUDIO DE MERCADO

(AGESTIC,, 2009), precisa; “Un estudio de mercado proporcionará información sobre los clientes, la competencia, las prácticas habituales de trabajo en el sector, recopilar información de interés, prensa y publicaciones especializadas, organismos oficiales, asociaciones de empresarios, cámaras de comercio, etc.”.

Entonces un estudio de mercado nos permite conocer cuáles son los mecanismos que podemos utilizar al momento de establecer un mercado meta para el lanzamiento de un nuevo producto.

2.2.1. SEGMENTO DE MERCADO

(BONTA, Patricio y Mario Farber,), definen; “Un segmento de mercado es aquella parte del mercado definida por diversas variables específicas que permiten diferenciarla claramente de otros segmentos. A medida que se considera una mayor cantidad de variables para definir cualquier

segmento de mercado, el tamaño del segmento se reduce y las características de este son más homogéneas"

En síntesis un segmento de mercado es la parte esencial a la cual va a ir dirigido el producto o servicio con las características que los consumidores requieren para así poder cumplir con las necesidades del consumidor.

2.2.2. OFERTA

(JACOME, Walter, 2005), manifiesta; “La oferta constituye el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y éste constituye competencia para el proyecto”.

Analizado el concepto, la oferta es la cantidad de bienes o servicios que los vendedores ofertan a los consumidores a un precio y en un periodo de tiempo determinado y así satisfacer las necesidades de los consumidores.

2.2.3. DEMANDA

(ARBOLEDA, German, , 2008), define; “La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades. La demanda tiene como propósito establecer los posibles demandantes del producto o servicio, tomando en cuenta: necesidad del producto o servicio, nivel de ingreso, precio de mercado, publicidad, promoción, medio geográfico, nivel de educación”.

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

2.2.4. MERCADOTECNIA

2.2.4.1. PRODUCTO

(American Marketing Association (A.M.A.)), define; "Es un conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier combinación de los tres. El producto existe para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y de la organización"

El producto es el resultado de varios procesos y controles de calidad que es producido por las empresas para satisfacer las necesidades de los consumidores y alcanzar los objetivos de la organización.

2.2.4.2. PRECIO

(<http://definicion.de/precio/#ixzz2kaHL10la>, 2008), afirma; "Precio, es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación".

El precio es un valor expresado en dinero, el cual influye directamente en el momento en que se ofrece el bien o servicio que se oferta en el mercado el cual fija el vendedor de acuerdo a los costos y gastos del producto.

2.2.4.3. PROMOCIÓN

(PHILIP Kotler y Armstrong G), afirman; "La promoción es el elemento de la mezcla del marketing que sirve para

informar, persuadir y recordarle al mercado, la existencia de un producto y su venta; con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario”.

La promoción es una herramienta importante para la venta de un producto ya que nos sirve para informar sobre los aspectos que tiene el producto y sus condiciones de venta.

2.2.4.4. PUBLICIDAD

(PHILIP Kloter y Armstong G), afirman; Es la propaganda de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, que tiene como fin, el poder convencer, por medio de la comunicación de ideas, palabras e imágenes, al consumidor de comprar un bien productivo y no la competencia directa del mismo o uno sustituto.

La publicidad es una técnica de carácter comercial que nos permite conocer los distintos medios de publicidad para atraer a posibles compradores y consumidores del producto al momento de introducir un nuevo producto al mercado y hacer que los consumidores lo conozcan y lo adquieran.

2.2.5. PRODUCCIÓN

(PHILIP Kloter y Armstong G), afirma: “Productividad es una evaluación de la eficiencia del proceso de transformación de la organización para convertir los insumos en productos. Una mayor productividad proviene de tres fuentes primarias: Tecnología, habilidad administrativa, y esfuerzo humano, un

deterioro de cualquiera de estas fuentes tiene efectos adversos en la productividad”.

La producción es el proceso de transformación de una materia de origen natural a un producto terminado, utilizando la tecnología y la habilidad de sus trabajadores y el apoyo de sus principales directivos.

2.2.6. COMERCIALIZACIÓN

(<http://apuntesyama.galeon.com/comercializacion.html>).

expresa; “Conjunto de actividades que se realizan con el fin de canalizar el flujo de bienes y servicios desde la organización que los produce u ofrece hasta que llegan a los consumidores o usuarios. El rol consiste en conocer las características del mercado para adecuar a él los productos o servicios”.

La comercialización nos permite desarrollar un conjunto de funciones las cuales permiten que el producto salga de su lugar de origen hasta que llega al consumidor a la vez determinar los canales de comercialización existentes para la comercializar un producto.

2.2.7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

(Muñiz, González Rafael, 2010), define; “El canal de distribución, representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente”.

Los canales de comercialización son las rutas o vías que permite que los productos se dirijan desde el fabricante hasta los consumidores finales en un tiempo determinado.

2.3. ESTUDIO TECNICO

2.3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

Al ser un proyecto productivo, para establecer su tamaño se parte de la capacidad de producción en relación a las hectáreas donde se siembra el producto como en Bolívar y Montufar que son los sectores productores de la alverja. Con ello la participación del proyecto prevé cubrir la demanda insatisfecha.

2.3.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

(<http://es.scribd.com/doc/95784336/Macro-y-Micro-Localizacion-de-Planta>, 2012), define: “El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto”.

El proyecto se localizara en el centro de la ciudad de Ibarra el cual será un punto estratégico para la venta y distribución del producto localizado en las calles Bolívar y Colón.

2.3.3. MACROLOCALIZACIÓN

(<http://babyilove.bligoo.com.mx/cuadro-comparativo-micro-localizacion-y-macro-localizacion#.UaYdddgV-cA>), dice: “También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como. Mano de obra materiales primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida leyes y reglamentos, clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, zona francas. Condiciones, sociales y culturales.

2.3.4. MICROLOCALIZACIÓN

(SAPAG, Reinaldo , 2008), afirma: “La Mico Localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operara”.

La macrolocalización conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y relimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macrolocalización.

2.3.5. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

La infraestructura del proyecto está establecido de la mejor manera, con el espacio suficiente y adecuado para cumplir con todos los procesos para realizar el producto.



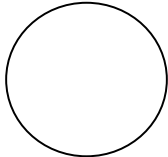

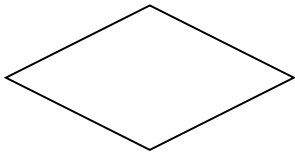

2.3.6. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

(AITECO CONSULTORES, 2012), explica: Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un proceso. Cada paso

del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso.

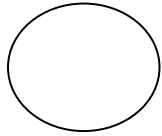
Un flujograma es la representación simbólica o gráfica de un procedimiento administrativo, el objetivo básico de un flujograma es la comunicación completa y sin errores debido a que identifica a las interrelaciones en un procedimiento a través de sus diferentes pasos.

2.3.6.1. SÍMBOLOS UTILIZADOS PARA ELABORAR LOS ESQUEMAS DEL FLUJOGRAMA

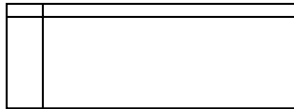
SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Inicio o fin del proceso
	Etapas del proceso (actividad a desarrollar)
	Entrada procedente de otro proceso
	Salida del proceso (evidencia documental)
	Decisión
	Proceso preestablecido



Elementos del entorno (normativas) a considerar para el desarrollo de una actividad.



Conector con otra etapa del proceso



Almacenamiento interno



Multidocumentos

2.4. ESTUDIO ECONÓMICO

2.4.1. CONTABILIDAD

(BRAVO VALDIVIESO, Mercedes), manifiesta: “registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable.”

La contabilidad una ciencia que forma parte fundamental de la administración sustentada en principios procesos y leyes que registra y controla las operaciones realizadas en la empresa encargada de analizar e interpretar los movimientos económicos y financieros para la toma de decisiones oportunas.

2.4.1.1. IMPORTANCIA

(CERBONI Y BESTA, Hermann), define: “La Contabilidad es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles

y financieras. Así obtendrá mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son imprescindibles para obtener información de carácter legal”. (pág. 61)

La contabilidad es un sistema que evidencia los hechos económicos que ocurren en las empresas o negocios, constituyéndose en una herramienta imprescindible en la toma de decisiones que conducirán a la obtención del máximo rendimiento económico.

2.4.2. CONTABILIDAD DE COSTOS

(ZAPATA, Pedro, 2011), dice: “Parte Fundamental de la Contabilidad General, cuyo objetivo fundamental es proporcionar los elementos necesarios para el cálculo, control y análisis de los costos de producción de un bien o servicio” (pág.6)

La contabilidad de Costos es una rama de la Contabilidad General que analiza y determina los gastos que incurre una empresa para determinar el costo real unitario de un bien o servicio terminado.

2.5. NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA (NIIF)

2.5.1. NIIF 1.- Adopción por primera vez de NIIF

Presenta una visión general para una empresa que adopte las NIIF por primera vez como base de presentación de sus estados financieros anuales con carácter general. Correspondientes al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 20xx. Exige:

- Seleccionar sus políticas contables en función de las NIIF

- Preparar al menos los estados financieros y rehacer a efectos comparativos con carácter retroactivo el balance de apertura

2.5.2. NIIF 2.- Pagos basados en acciones

Establece el tratamiento contable de una operación en que una sociedad reciba o adquiera bienes o servicios, ya sea en contraprestación por sus instrumentos de capital, o mediante la asunción de pasivos de importante equivalente al precio de las acciones de la sociedad o de otros instrumentos de capital de la sociedad.

2.5.3. NIIF 3.- Combinación de negocios

Dispone la información financiera que debe presentar una sociedad cuando lleva a cabo una combinación de negocios. El método de compra se utiliza para todas las combinaciones de negocios.

2.5.4. NIIF 4.- Contratos de seguros

Instituye los requisitos de información financiera aplicables a contratos de seguros, hasta el consejo de Normas Internacionales de contabilidad (IASB) termine la segunda fase de su proyecto sobre normas aplicables a las normas aplicables a los contratos de seguros.

2.5.5. NIIF 5.- Activos no corrientes mantenidos para la venta y explotaciones en interrupción definitiva.

Implanta el tratamiento contable de los activos mantenidos para la venta y los requisitos de presentación e información de explotaciones en interrupción definitiva. Introduce la clasificación “mantenido para la venta” y el concepto de conjunto de enajenación.

2.5.6. NIIF 6.- Exploración y evaluación de recursos minerales.

Define los requisitos de presentación de información financiera aplicables a la explotación y evaluación de recursos minerales. Una sociedad puede desarrollar su política contable para activos de exploración y evaluación de conformidad con las NIIF, sin considerar específicamente los requisitos recogidos en los párrafos 11 y 12 de la NIC 8, que establecen la jerarquía de las fuentes de PCGA según NIIF; a falta de una norma específica. Por ello, una sociedad que adopte la NIIF 6 podrá seguir utilizando sus políticas contables existentes.

2.5.7. NIIF 7.- Instrumentos financieros: información a revelar

Requiere a las entidades que, en sus estados financieros, revelen información que permita a los usuarios evaluar:

- La relevancia de los instrumentos financieros en la situación financiera y en el rendimiento de la entidad; y
- La naturaleza y el alcance de los riesgos procedentes de los instrumentos financieros a los que la entidad se haya expuesto durante el ejercicio y en la fecha de presentación, así como la forma de gestionar dichos riesgos.

2.5.8. NIIF 8.- Segmentos operativos

Exige que las entidades adopten “el enfoque de la dirección” al revelar la información sobre el resultado de sus segmentos operativos. En general, esta es la información que la dirección utiliza internamente para evaluar el rendimiento de los segmentos y decidir cómo asignar los recursos a los mismos.

2.5.9. NIIF 9.- Para PYMES

Es un compendio significado de las NIIF que pueden utilizar las pequeñas y medianas empresas PYMES. Para el caso de Ecuador, es un gran número de empresas podrían caer en esta definición y, por tanto, tendrían que utilizar la normativa de esta NIIF.

PYMES son aquellas empresas que no cotizan en la bolsa de valores o no están en proceso de registrar sus instrumentos de deuda o de capital y a empresas cuyo negocio principal no es la función fiduciaria. La NIIF para las PYMES no es aplicable por lo tanto a entidades tales como: bancos, aseguradoras, corredores de valores, fondos mutuales y bancos de inversión.

2.6. ESTADOS FINANCIEROS

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

En conclusión los estados financieros permiten obtener una información clara y precisa de la situación económica que la empresa presenta en un periodo de tiempo específico.

Reglas de presentación

En la presentación de los estados financieros se deben proporcionar algunos datos y seguir ciertas reglas generales como las siguientes:

- Nombre de la empresa o razón social, sea personal o jurídica
- Número de identificación tributaria, como por ejemplo el RUC
- Título del estado financiero

- Moneda en que se presenta el estado
- Fecha o periodo al cual pertenece la información
- Márgenes individuales que debe conservar cada grupo o clasificación
- Cortes de subtotales y totales claramente indicados
- Deberá cuidarse que la terminología empleada sea comprensible, tomando en cuenta quienes serán los lectores de los estados financieros.

2.6.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado.

- Activo

Es un recurso controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados, del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos.

- Pasivo

Es una obligación presente de la empresa, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, y para cancelarla, la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos.

- Patrimonio

Es la parte residual de los activos de la empresa, una vez deducidos todos sus pasivos.

2.6.2. ESTADO DE RESULTADOS

Informe contable básico que presenta de forma clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un periodo determinado.

- **Ingresos**

Son los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos o si bien como decremento de las obligaciones que dan como resultado un aumento al patrimonio neto.

- **Gastos**

Son los decrementos de los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien de aumento de los pasivos, que dan como resultado un decremento en el patrimonio neto

2.6.3. ESTADO DE EVOLUCIÓN DEL PATRIMONIO

Es preparado al final del periodo, con el propósito de demostrar objetivamente los cambios ocurridos en las partidas patrimoniales, de origen de dichas modificaciones y la posición actual del capital contable.

2.7. CONTRIBUYENTES

Son todos los ciudadanos y ciudadanas nacionales o extranjeros que realicen actividades económicas son contribuyentes y tienen obligaciones tributarias, existen tres tipos de contribuyentes:

2.7.1. PERSONAS NATURALES

Son todos los individuos nacionales o extranjeros que realicen actividades económicas en nuestro país y cuyos ingresos o capital son mayores a los establecidos por el Servicio de Rentas Internas.

2.7.2. PERSONAS NATURALES OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD.

Son todos los individuos nacionales y extranjeros que realizan actividades económicas en nuestro país y sus ingresos son mayores a \$100.000 al año, o su capital de trabajo sea mayor a los \$60.000, o los costos y gastos anuales hayan sido superiores a \$80.000 montos establecidos en la ley de Régimen Tributario Interno.

2.7.3. PERSONAS JURÍDICAS

A este grupo pertenecen las sociedades; las Instituciones del sector público, a las personas jurídicas bajo control de la Súper Intendencia de Compañías y de bancos, las organizaciones sin fines de lucro, los fideicomisos mercantiles, las sociedades de hecho y cualquier patrimonio independiente del de sus miembros.

2.7.4. R.U.C.

El RUC es el (registro único de contribuyentes) es el padrón se encuentran registrados todos los contribuyentes y contiene los siguientes datos:

- ✓ Nombre o razón social.
- ✓ Domicilio fiscal.
- ✓ Actividad económica.
- ✓ Números de teléfonos.
- ✓ Fecha de inicio de actividades.
- ✓ Responsables del cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- ✓ Otros.

2.7.5. IVA

El impuesto al valor agregado es un tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo y grava las entregas de bienes y las prestaciones de servicios efectuadas por empresarios y profesionales y las importaciones de bienes.

2.7.6. IMPUESTO A LA RENTA

Es el impuesto que se debe cancelar sobre los ingresos, producto de actividades personales, comerciales, industriales, agrícolas, en general, actividades económicas durante un año, luego de descontar los costos y gastos incurridos en un periodo determinado y se declara en el año siguiente en el primer trimestre.

2.7.7. Valor Actual Neto (VAN)

(CHIRIBOGA, Luis , 2010), dice: El cálculo del valor actual neto es necesario en la toma de decisiones financieras, en el tanto para el financiamiento, como para una inversión a futuro, no es otra cosa que la eliminación de las causas de distorsión del dinero a través del tiempo, mediante el cálculo de los flujos de fondos presentes y futuros, positivos y negativos en valores homogenizados o montos de igual valor.

Convirtiéndose en una de las herramientas indispensables de la Administración Financiera para la toma de decisiones tanto para el financiamiento, con el fin de calcular el costo real de financiamiento o para una inversión, con el fin de calcular el rendimiento real de la inversión y la forma como se recupera dicha inversión, así como el tiempo en el que se recupera. (Pág. 257)

El cálculo del VAN en nuestro estudio será muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos que apliquemos, si resultase un VAN alto sería una razón importante para nuestro ente productivo y en caso que resultase bajo deberíamos considerar diversas razones como podrían ser la imagen que le aportará a la empresa, por motivos estratégicos u otros motivos que en ese momento nos repercutan.

2.7.8. TASA INTERNA DE RETORNO

(COSTALES, Bolívar, 2008), dice: “La tasa interna de retorno se define como el valor de la tasa de actualización en que se iguala el valor actual de los ingresos con el valor actual de los egresos: para lo cual, es necesario calcular un CASH-FLOW resultante de la operación anual durante la vida útil del proyecto considerando además el valor residual o valor de salvamento de los activos” (Pág. 227)

Este indicador nos permitirá decidir sobre la aceptación o rechazo de nuestro proyecto inversión. Su tasa de interés calculada permitirá medir la recuperación de la inversión que le se dio al proyecto pudiéndonos endeudar adecuadamente y evitar pérdida alguna.

2.7.9. COSTO BENEFICIO

(COSTALES, Bolívar, 2008), manifiesta: “Costo Beneficio se sustenta en el principio de obtener y alcanzar niveles considerables de producción con la mínima utilización de recursos” (Pág. 230)

El coste-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana.

Se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos dónde los beneficios superan el coste son exitosos, caso contrario fracasan.

2.7.10. PUNTO DE EQUILIBRIO

(MALDONADO, H, 2007), manifiesta: “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde.” (Pág. 60)

El cálculo de punto de equilibrio en este estudio implica un proceso importante para varios factores, puesto que mediremos nuestra capacidad de producción, y a su vez, aprovecharemos cual es el tope en el que no tendremos ni pérdida ni ganancia y con ello tomar la mejor decisión, para producir.

2.7.11. PERIODO DE RECUPERACIÓN

(COSTALES, Bolívar, 2008), manifiesta: El conocimiento del periodo del tiempo necesario para recuperar la inversión, es un criterio tan importante como el de la rentabilidad, para inducir a realizar una inversión.

Toda opción de invertir está asociada a la posibilidad de comparar el costo de oportunidad del dinero con el riesgo de la inversión; por eso, los proyectos deben ser debidamente sustentados y atractivos en sus rendimientos para poder ser ejecutados. (Pág. 233)

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

En nuestro estudio nos permitirá medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de nuestra inversión se recuperen su costo o inversión inicial.

2.8. ESTRUCTURA ORGANICA

La estructura organizacional es el marco en el que se desenvuelva la organización con aspectos de situación legal, organizacional, misión, visión, objetivos y valores, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas para el logro de los objetivos, estableciendo niveles jerárquicos y de dirección de manera que dirijan bien la organización.

2.8.1. EMPRESA

(GABRIEL Leandro, 2008), determina: “Una empresa es una organización con fines de lucro que otorga un servicio o bien a la sociedad. Desde el punto de vista de la economía, una empresa es la encargada de satisfacer las demandas del mercado. Para lograr sus objetivos esta coordina el capital y el trabajo y hace uso de materiales pasivos tales como tecnología, materias primas”.

En conclusión una empresa es un organismo económico dedicado a una actividad económica de bienes o servicios que busca obtener una ganancia o utilidad en un determinado periodo con la utilización del: trabajo, capital y la tierra.

2.8.2. Clasificación

Las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

2.8.2.1. Según los sectores productivos

2.8.2.1.1. Sector Primario

Correspondientes a las actividades que utilizan recursos naturales tal como se obtienen de la tierra o empresas extractivas como las siguientes:

✓ **Empresa agrícola**

La empresa agraria es aquella entidad organizada, que utiliza los factores productivos (recursos naturales, capital y trabajo) y la tecnología, para crear bienes y servicios, maximizando los beneficios, referido a actividades agrarias y ligadas, en un proceso económico productivo”.

✓ **Empresa ganadera**

Son aquel tipo de empresa que se dedican a la crianza de ganado bovino para la producción de leche y las que se dedican al engorde de ganado bovino para la producción de carne”.

✓ **Empresa minera**

Son las empresas cuyo objetivo principal es la explotación de recursos que se encuentran en el subsuelo, como las empresas petroleras auríferas, de piedras preciosas y otros minerales.

2.8.2.1.2. Sector Secundario

Correspondientes a las actividades que transforman bienes entre ellas:

✓ **Empresas textiles**

La empresa textilera es aquella que se encarga de la transformación de fibras en hilo y tejido hasta la producción de una amplia gama de productos como hilo sintético de alta tecnología, artículos de lana, ropa de cama, filtros industriales, geotextiles, ropa y confección, etc”.

✓ **Empresas automotrices**

La industria automovilística se encarga del diseño, desarrollo, fabricación, ensamblaje, comercialización, reparación y venta de automóviles. Es una gran generadora de empleo ya que además de la mano de obra directa que requiere, genera toda una industria paralela de componentes, por lo que la mano de obra indirecta creada es sumamente grande también.

2.8.2.1.3. Sector Terciario

Correspondientes a actividades que proporcionan servicios como:

✓ **Bancos**

Los bancos son entidades que se organizan de acuerdo a leyes especiales y que se dedican a trabajar con el dinero, para lo cual reciben y tienen a su custodia depósitos hechos por las personas y las empresas, y otorgan préstamos usando esos mismos recursos, actividad que se denomina intermediación financiera.

✓ **Empresas de seguros**

Es aquella mediante la cual existe la obligación de prestar un servicio o el pago de una cantidad de dinero, en caso de que ocurra un acontecimiento futuro e incierto y que no dependa exclusivamente de la voluntad del beneficiario, a cambio de una contraprestación en dinero.

✓ **Empresas transportistas**

Son aquellas dedicadas al transporte de pasajeros, carga y/o correo, que efectúan servicios de transporte aéreo regulares, no regulares, nacionales e internacionales, con fines de lucro.

2.8.2.2. Según la Procedencia del capital

✓ Nacionales

Constituyen a una aportación local tanto en el capital como en la dirección de la empresa, mayor del ochenta por ciento (80%), es decir, en cifras redondas, el ochenta y uno por ciento (81%), y el resto puede corresponder al aporte del capital extranjero.

✓ Extranjeras

La empresa extranjera es aquella cuyo aporte nacional sea inferior al 51% del capital social. También en este caso, debería decirse el 50% de la participación nacional ya que su aumento hasta el 51% calificaría a la empresa con el carácter de mixta.

✓ Mixtas

La empresa mixta, está definida como aquella que tiene desde el 50 hasta el 80% del capital nacional, pues si la participación nacional en la empresa mixta excediera del 80 al 81%, la empresa pasaría a ser considerada como nacional de acuerdo con las definiciones que estamos comentando.

2.8.2.3. Por su constitución

✓ Nombre Colectivo

Es la que ha sido celebrada entre dos o varias personas, que responden personal y solidariamente de todo el pasivo social, y la cual se designa por medio de una razón social compuesta de los nombres de todos los

socios, o del de alguno de ellos seguido solamente de las palabras “y compañía.

✓ **Comandita Simple**

Está compuesta de uno o varios socios comanditados que únicamente responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales y de uno o varios socios comanditarios que únicamente responden hasta por el valor de sus aportaciones.

✓ **Responsabilidad Limitada**

Los socios pueden ser mínimo dos, máximo quince. El capital esta dividido en cuotas de igual valor. La razón social va acompañada de la palabra limitada o de su abreviatura Ltda.

✓ **Empresas Anónimas**

Se forma con un mínimo de cinco socios. El capital aportado esta representado en acciones. La razón social se forma con el nombre que caracteriza a la empresa seguido de la expresión S.A.

✓ **Economía Mixta**

Está formada por el Estado, las Municipalidades, los Consejos Provinciales, las Personas Jurídica de Derecho Público o las Personas Jurídicas Semi públicas, podrán participar conjunta-mente con el capital privado.

✓ **Comandita por Acciones**

Se constituye por uno o más socios con responsabilidad limitada. El capital está representado en títulos de igual valor.

2.8.3. MISIÓN

(VASQUEZ, Víctor, H., 2006), manifiesta; Es una declaración duradera de propósitos que distingue a una organización de otras similares, es un compendio de la razón de ser de una empresa, esencial para determinar objetivos y estrategias.

La misión está relacionada con la actualidad, pone énfasis en lo que ahora es la organización, por lo que debe ser construida en base a interrogantes como: ¿Quiénes somos hoy? ¿En qué negocio estamos? y ¿Para qué existe la organización?

2.8.4. VISIÓN

(JACOME, Walter, 2005), menciona; “La visión es el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad

La visión es un conjunto de ideas que identifican el estado deseado por una organización o empresa hacia el futuro, es el propósito de una organización en base a cierto tiempo determinado, en el cual lograra alcanzar los objetivos propuestos y obtener una imagen anhelada.

2.8.5. ORGANIGRAMA

Es la representación gráfica o esquema que muestra la estructura orgánica y administrativa interna de una empresa. Donde da a conocer sus relaciones, sus niveles jerárquicos, sus responsabilidades y las principales funciones de desarrollo, representándose por la unión de

rectángulos mediante líneas que indican los canales de autoridad y responsabilidad.

Los organigramas deben ser elaborados de una manera sencilla y práctica y debe mostrar el fiel reflejo de las jerarquías.

2.9. LA ARVEJA

(<http://www.saluddiaria.com/1508/propiedades-beneficios-consumir-arvejas/>,), define; “La alverja son semillas redondas, pertenecen a la familia de las legumbres, son de textura muy suave, y su color es verde brillante, por lo que le dan a nuestro organismo un gran poder nutritivo”.

En base a este concepto podemos definir que la alverja es una leguminosa que aporte muchos nutrientes para nuestra salud, de igual manera tiene varios beneficios que ayudaran a la salud de los consumidores.

2.9.1. Importancia de la arveja

Las arvejas como todas las legumbres son una importante fuente de fibra y, además, contienen fibra de los dos tipos: soluble e insoluble. Las arvejas son ricas en vitaminas del complejo B (tiamina, riboflavina, niacina y piridoxina); además contienen betacarotenos (precursores de la vitamina A), vitamina C y K.

2.9.2. Beneficios de la arveja

- a. Tienen proteínas, fibra, minerales y vitaminas del complejo B.
- b. son bajas en grasa.
- c. Su poder antioxidante permite proteger a la retina de la degeneración y de otras enfermedades como cataratas.

- d. Ayudan a controlar los niveles de glucosa en sangre y, por lo tanto, pueden ser un coadyuvante en el tratamiento de personas con diabetes.
- e. Su contenido de fibra soluble también permite controlar el colesterol elevado en sangre.

2.9.3. VARIEDADES

Proaño J (2007), establece en cuanto a variedades, que los genetistas y fitomejoradores han desarrollado un buen número de ellas, las cuales, desde el punto de vista agronómico y basado en sus características, son ubicadas en los siguientes tipos:

1. Periodo Vegetativo: *Precoces, intermedias, tardías.*
2. Color del grano seco: *amarillo, verde.*
3. Altura: *enredadera, intermedias, enanas.*
4. Hábito de crecimiento: *indeterminadas, determinadas.*
5. Superficie o testa de la semilla: *lisas, arrugadas.*
6. Uso: *industriales, consumo fresco.*

La arveja, (*Pisum sativum* L), es una especie dicotiledónea anual, perteneciente a la familia de las fabáceas. En esta especie es posible distinguir tres variedades botánicas, las cuales se describen a continuación:

a) *Pisum sativum* L. ssp. *Sativum* var. *Macrocarpon* ser.: es cultivada para el consumo de sus vainas; estas resultan comestibles por no presentar fibra en la unión de sus valvas (pericarpio) y por carácter de endocarpio; esta última estructura, conocida también como pergamino, corresponde a un tejido de fibras esclerenquimáticas ubicado en la cara interna de las valvas. Los cultivares pertenecientes a esta variedad botánica presentan, en su mayoría, flores de color blanco o púrpura.

Entre los nombres comunes más importantes que se utilizan para denominar a esta variedad, están los siguientes: comelotodo, arveja china, snow pea, china pea, pois mange-tout, etc. En Chile se le conoce también con el nombre de sinhila.

b) *Pisum sativum* L. ssp. *Sativum* var. *sativum*: es cultivada fundamentalmente para la obtención de granos tiernos inmaduros; estos pueden destinarse directamente al consumo humano o procesarse, ya sea para la obtención de producto congelado o enlatado. Los cultivares pertenecientes a esta variedad botánica presentan, en su mayoría, flores de color blanco. Entre los nombres comunes más importantes que se utiliza para denominar a esta variedad están los siguientes: arveja guisante, garden pea, green pea, canning pea, pois, etc.

c) *Pisum sativum* L. ssp. *Sativum* var. *arvense* (L) *poir.*: es cultivada fundamentalmente para la obtención de granos secos, los cuales pueden ser utilizados en alimentos humanos o en animal. Los cultivares usados con fines forrajeros corresponden también a esta variedad botánica. Las flores que presentan los cultivares de esta variedad son usualmente de color púrpura. Entre los nombres comunes más importantes a esta variedad, están los siguientes: arveja seca, arveja forrajera, field pea, etc.

2.9.4. Características agronómicas de las variedades evaluadas.

a) Quantum.- Planta de crecimiento semi indeterminado, con semilla arrugada, se caracteriza por tener un buen vigor de planta, produce tres vainas por racimo, de 7 a 8 granos excelente color de vaina y de granos buen rendimiento cascara / grano, buen llenado lo que la hace muy apetecida en el mercado. Muy precoz, su producción promedio es de 12.5 Tm / ha. Ideal para cultivos de verano.

b) Asthon.- Planta de crecimiento semi indeterminado con semilla arrugada, tres vainas por racimo, cascara muy fina lo que le da un

excelente rendimiento en granos, vainas con 8 a 9 granos con un buen color es resistente a mildiu veloso y polvoso, producción 12 tm /ha. Ideal para cultivos de invierno.

c) Semi verde.- Planta de crecimiento indeterminado con semilla lisa, de color verde. Produce dos vainas por racimo, cáscara fina, 7 a 8 granos por vaina, estos son uniformes y su tamaño es muy bueno. En la actualidad la semilla de esta variedad es una de las más costosas. Por la poca semilla existente ya que es una semilla muy resistente.

2.9.5. DERIVADOS DE LA ARVEJA

2.9.5.1. HARINA DE ARVEJA

La harina de arveja es un producto de procesamiento natural que proporciona muchos beneficios: los productos de panadería se mantienen blandos más tiempo, la masa se trabaja mejor mecánicamente y reduce el tiempo de amasadura. Las arvejas se pulverizan hasta el tamaño ideal de partícula de horneado para producir harina. Las harinas de legumbres tienen un alto contenido proteínico, por lo cual se incluyen en muchos refrigerios. Existen dos clases de harina de arvejas: la de arvejas verdes y amarilla.

2.9.5.2. MILLOKIN

Se dejan remojando las arvejas secas. Al día siguiente se pelan y se cuecen, una vez que estén blandas se sacan y se muelen en la piedra de moler, se les agrega manteca en el centro de las bolitas y se doran en las brasas, luego se entierran y se espera que estén doradas para servir las con mate o se sirven con alguna salsa o pebre.



Milloquin

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es una herramienta importante para el desarrollo de un proyecto ya que nos permite ver la factibilidad del mismo y saber cuál es nuestro segmento de mercado. Para diseñar un proyecto es indispensable realizar un estudio de mercado, con el fin de determinar las variables: oferta, demanda, mercado, comercialización, precio y producto; basado en la investigación de campo.

Por ende efectuar las proyecciones para la vida útil del proyecto, destacando el comportamiento de las variables presentes en el mercado de enconfitados en el entorno geográfico y social.

Es necesaria también la cuantificación de la demanda insatisfecha y buscar el espacio de mercado del producto que se pretende elaborar y poner a disposición de los consumidores. En esta parte del proyecto también se hará un análisis de la competencia y los posibles canales de distribución del bien a fabricar.

3. ANTECEDENTES

Para determinar el mercado donde se va a ubicar el producto se aplicó los instrumentos de investigación (encuestas), en tiendas y supermercados, de la ciudad de Ibarra, para determinar la demanda insatisfecha que existe.

Para la recopilación de la información las técnicas de encuestas mismas que fueron aplicadas a propietarios de tiendas y supermercados del cantón Ibarra.

3.1. Objetivos del estudio de mercado

3.1.1. Objetivo general

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de los consumidores de enconfitados de alverja en el cantón de Ibarra.

3.1.2. Objetivos específicos

- Determinar la aceptación del producto
- Examinar los precios de productos idénticos al nuestro.
- Analizar y proyectar la oferta de snack de la alverja.
- Investigar y proyectar la demanda de snack de la alverja.
- Identificar los canales de comercialización del producto.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.2.1. POBLACIÓN

Para el presente estudio la población identificada son los dueños de tiendas y supermercados de la ciudad de Ibarra los cuales nos permitirán tener una visión clara para el desarrollo del proyecto.

Por otro lado este proyecto investigará a los consumidores quienes los ubicaremos en los lugares mencionados anteriormente. Por lo cual calcularemos el tamaño de la muestra tomando como referencia la población económica activa.

3.2.2. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Se utilizara los siguientes parámetros:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

δ = Varianza = 0.25

Z = Nivel de confianza (95% dos colas) = 1.96

E = Nivel de error (5% para la población finita hasta 1000, 3% para la población infinita más de 1000)

3.2.3. FORMULA DE CÁLCULO

La fórmula de cálculo es la siguiente:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.05)^2 1106}{0.0025(1106 - 1) + (1.96)^2 (0.05)^2}$$

$$n = 167$$

La muestra de la población del cantón Ibarra es de 167 locales, entre tiendas y supermercados que serán encuestados de la población de 1106.

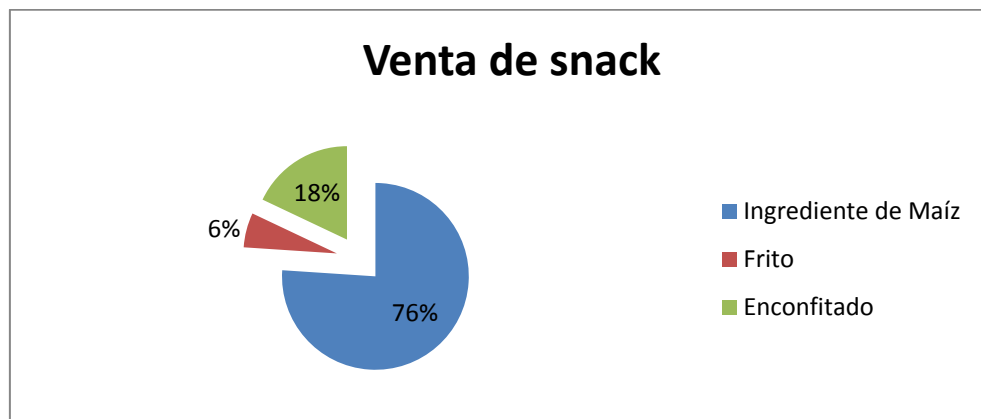
3.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

3.3.1. RESULTADOS DE ENCUESTA APLICADA A TIENDAS, Y SUPERMERCADOS

1. ¿Qué tipo de snack vende?

CUADRO # 4
Venta de snack

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Ingrediente de Maíz	127	76%
Frito	10	6%
Enconfitado	30	18%
TOTAL	167	100%



Fuente: Encuestas a tiendas y supermercados

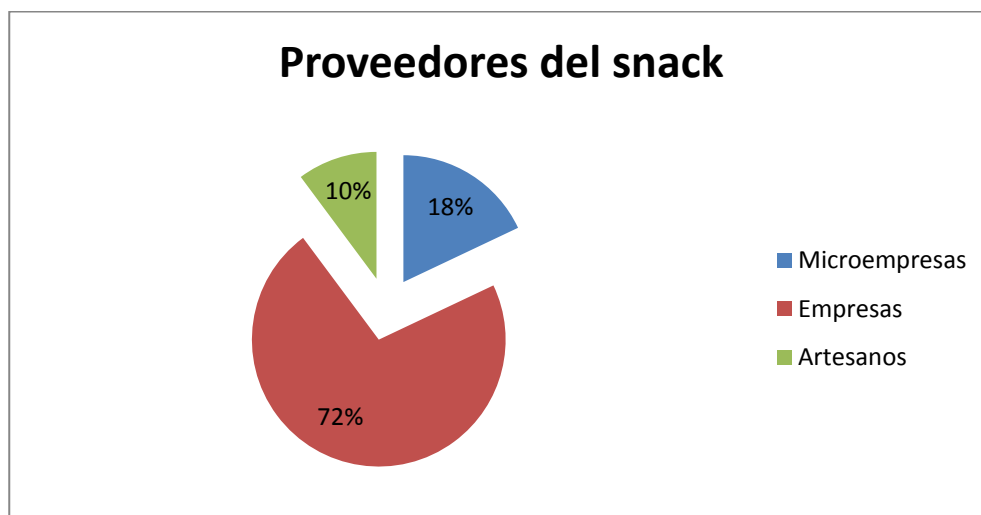
Elaborado: Autor del trabajo

Análisis: El mayor porcentaje nos indica que los dueños de tiendas y supermercados venden más snack con ingredientes de maíz, ya que en la actualidad las personas no tienen una educación alimenticia la cual les ayude a elegir alimentos nutritivos.

2. ¿Cuáles son sus proveedores de los snack?

Cuadro # 5
Proveedores del snack

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Microempresas	30	18%
Empresas	120	72%
Artesanos	17	10%
TOTAL	167	100%



Fuente: Encuestas a tiendas y supermercados

Elaborado: Autor del trabajo

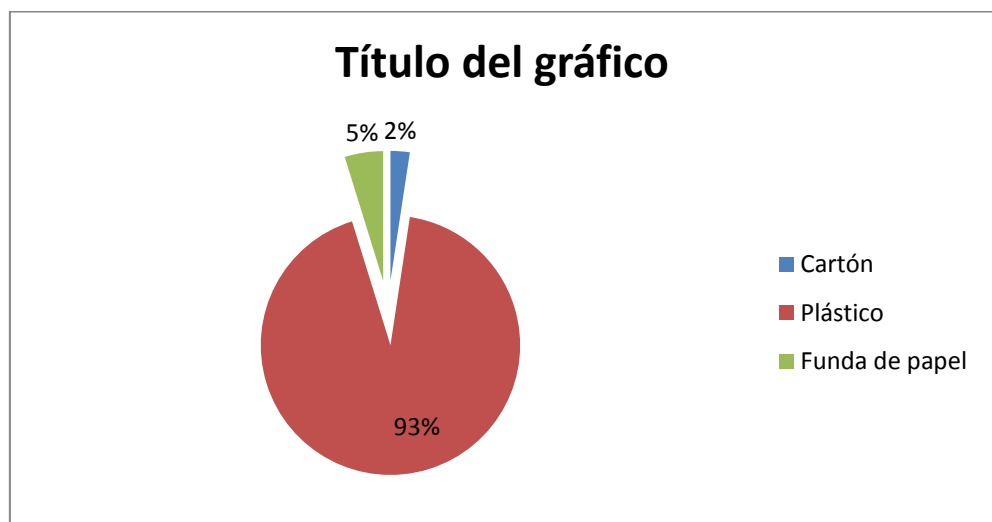
Análisis: Los proveedores de las tiendas y supermercados son las empresas ya que esta opción obtuvo el mayor porcentaje para lo cual hay tan solo un 10% de aceptabilidad para los artesanos los cuales pueden distribuir a un precio menor que dichas empresas.

3. ¿En qué presentaciones vienen estos productos?

CUADRO # 6

Presentación de los productos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cartón	4	2%
Plástico	155	93%
Funda de papel	8	5%
TOTAL	167	100%



Fuente: Encuestas a tiendas y supermercados

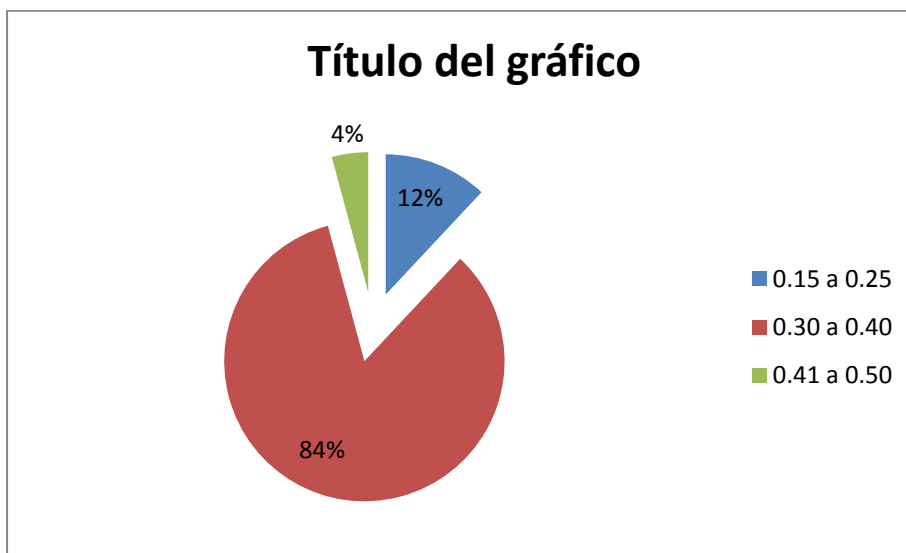
Elaborado: Autor del trabajo

Análisis: Tomando en cuenta la opinión de los encuestados dicen que los productos vienen en envases de plástico porque tienen mayor durabilidad y protegen al producto.

4. ¿Cuáles son los precios de los productos mencionados anteriormente?

CUADRO # 7
Precios de los snack

Opción	Frecuencia	Porcentaje
0.15 a 0.25	20	12%
0.30 a 0.40	140	84%
0.41 a 0.50	7	4%
TOTAL	167	100%



Fuente: Encuestas a tiendas y supermercados

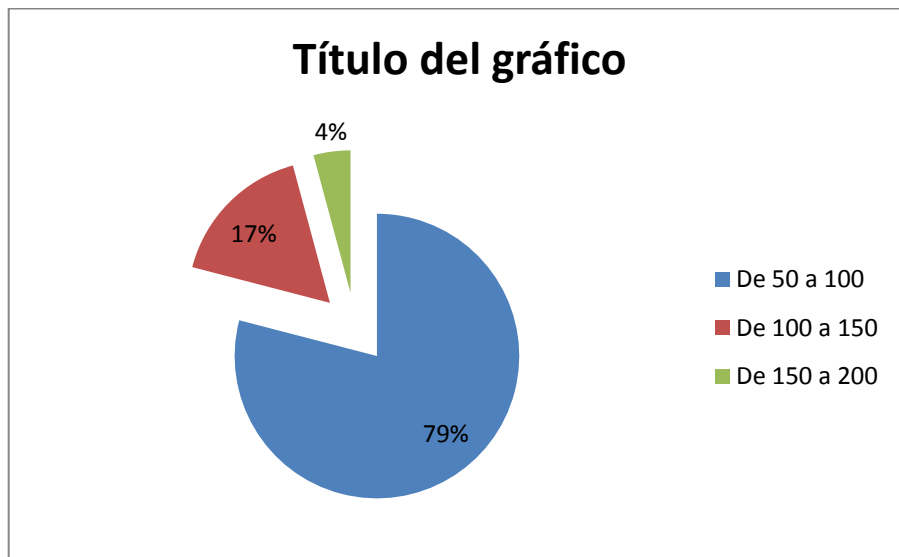
Elaborado: Autor del trabajo

Análisis: El precio de los snack que se distribuyen en la tiendas y supermercados de la ciudad de Ibarra dijeron que el precio está entre 0.30 y 0.40 ya que es la opción de mayor porcentaje.

5. ¿Qué cantidad de producto adquiere Ud. mensualmente?

CUADRO # 8
Cantidad mensual de productos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
De 50 a 100	132	79%
De 100 a 150	28	17%
De 150 a 200	7	4%
TOTAL	167	100%



Fuente: Encuestas a tiendas y supermercados

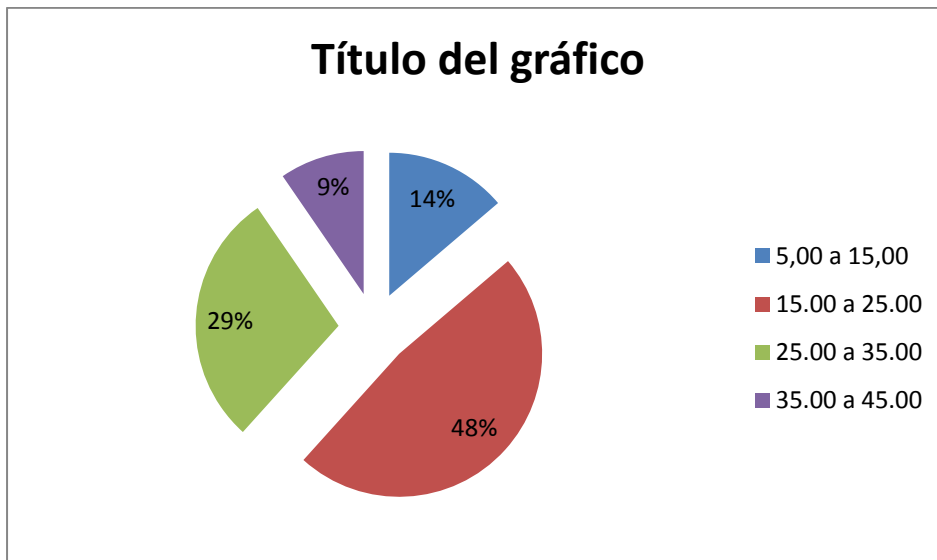
Elaborado: Autor del trabajo

Análisis: Los dueños de tiendas y supermercados mencionaron que mensualmente adquieren entre 50 a 100 unidades al mes ya que los proveedores van a dejarles los productos cada semana los cuales van adquiriendo según las ventas que van teniendo.

6. ¿Cuáles son los precios que paga por estos productos?

CUADRO # 9
Precios por productos mensuales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
5,00 a 15,00	23	14%
15.00 a 25.00	80	48%
25.00 a 35.00	48	29%
35.00 a 45.00	16	10%
TOTAL	167	100%



Fuente: Encuestas a tiendas y supermercados

Elaborado: Autor del trabajo

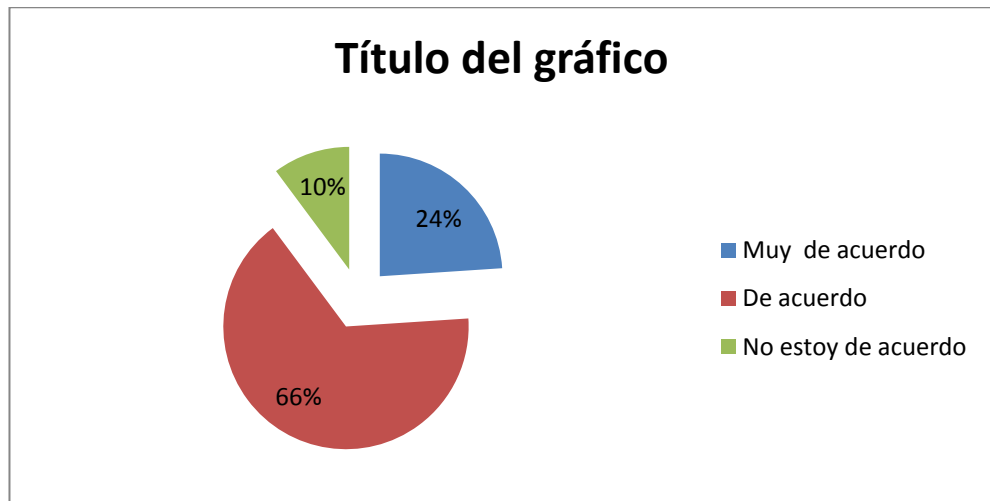
Análisis: Los precio que pagan los dueños de tiendas y supermercados al momento de adquirir los snack esta entre 15.00 y 25.00 puesto que es la opción de mayor porcentaje y los productos no son adquiridos en mayor porcentaje.

7. ¿Le gustaría que se cree una empresa de producción y comercialización de alverjas enconfitadas?

CUADRO # 10

Aceptación de creación de nueva empresa

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	40	24%
De acuerdo	110	66%
No estoy de acuerdo	17	10%
TOTAL	167	100%



Fuente: Encuestas a tiendas y supermercados

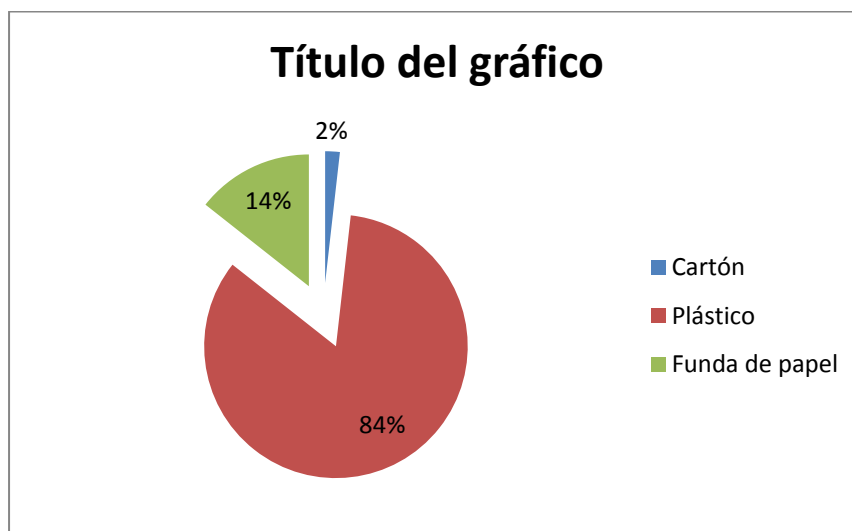
Elaborado: Autor del trabajo

Análisis: El mayor porcentaje estarían de acuerdo con la creación de una nueva empresa de lácteos en un 89%, la diferencia determina que no. El positivismo de la población genera expectativas de crecimiento y aceptación ya que la creación de nuevas unidades productivas generará fuentes de trabajo y mejora la calidad de vida de los miembros de la sociedad.

8. ¿En qué presentación a Ud. le gustaría que se comercialice este producto?

CUADRO # 11
Presentación del nuevo producto

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cartón	3	2%
Plástico	140	84%
Funda de papel	24	14%
TOTAL	167	100%



Fuente: Encuestas a tiendas y supermercados

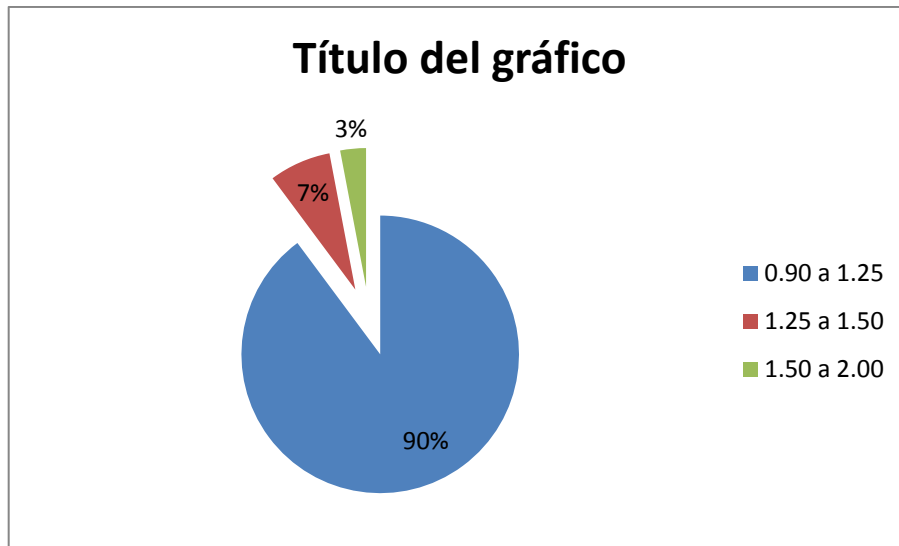
Elaborado: Autor del trabajo

Análisis: La mayoría opinaron que para la presentación de este nuevo producto el envase sea de plástico el cual ayuda a mantener el producto fresco y que dure más.

9. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por este producto?

CUADRO # 12
Precio del nuevo producto

Opción	Frecuencia	Porcentaje
0.90 a 1.25	150	90%
1.25 a 1.50	12	7%
1.50 a 2.00	5	3%
TOTAL	167	100%



Fuente: Encuestas a tiendas y supermercados

Elaborado: Autor del trabajo

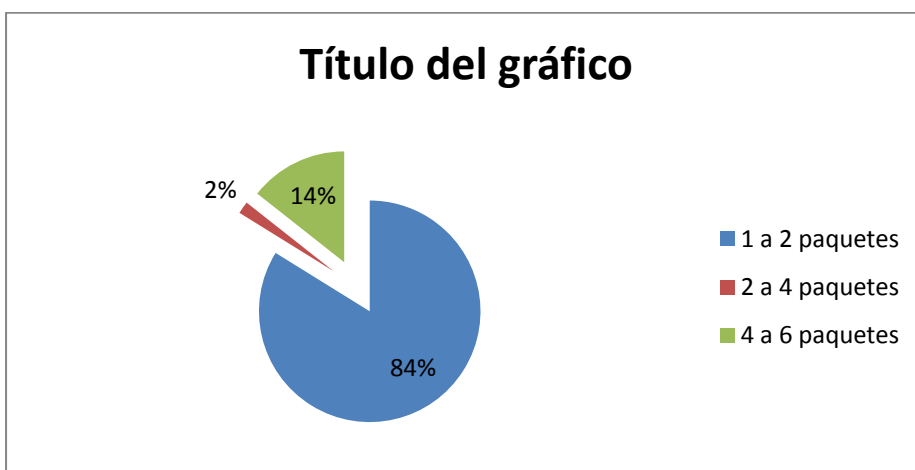
Análisis: El precio del nuevo snack que se distribuirá en la tiendas y supermercados de la ciudad de Ibarra tendrá un precio que estará entre 0.90 a 1.25 la cual obtuvo la mayor aceptabilidad.

10. ¿Qué cantidad Ud. podría comercializar de las alverjas enconfitadas?

CUADRO # 13

Cantidad a comercializar del nuevo producto

Opción	Frecuencia	Porcentaje
12 a 24 unid.	140	84%
24 a 48 unid.	3	2%
48 a 60 unid.	24	14%
TOTAL	167	100%



Fuente: Encuestas a tiendas y supermercados

Elaborado: Autor del trabajo

Análisis: La cantidad que están dispuestos a comercializar los dueños tiendas y supermercados son entre 12 a 24 unidades cada semana lo cual se demuestra que si hay aceptabilidad hacia este nuevo producto.

3.4. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

3.4.1. El Producto a ofertar

El enconfitado de alverja es un producto que al consumir garantiza la salud humana, ya que aportará nutrientes que ayudan al organismo a funcionar de manera correcta, de manera que los consumidores tengan seguridad del producto que están consumiendo ya que otros productos afectan a los organismos del cuerpo humano.

De los resultados del trabajo de campo realizado, cuyos datos e información se la expuso en páginas anteriores, se desprende varias de las características y condiciones que debe reunir el producto a ofertar a los consumidores; mismas que se resumen en los siguientes aspectos: precio, calidad, tipo de envase, contenido de envase, período de abastecimiento a locales de expendio y formas de pago.

3.4.2. Segmentación de Mercado

Prácticamente para este tipo de producto no existe un rango de edades, niveles o estratos sociales de consumo, por cuanto la alverja enconfitada, por ser un producto exquisito y accesible para todas las personas, este producto será consumido sin distinción de grupos.

De allí que la nueva empresa tendrá que dirigir sus ventas a todos los segmentos poblacionales, condiciones sociales y económicas.

Sin embargo, según estudios realizados, el público objetivo de este producto, son los niños y jóvenes entre los 7 a 40 años, tanto hombres como mujeres que se preocupan a cuidar su salud y consumir alimentos naturales.

3.5. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

3.5.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El consumo de snack que contienen ingredientes artificiales aumenta en un 76%, a pesar de que estos productos contienen ingredientes artificiales los cuales son malos para la salud de los seres humanos.

Esencialmente, el cuerpo necesita que nos alimentemos de manera correcta y consumiendo productos que aporten nutrientes y vitaminas a nuestro organismo. Para satisfacer esta necesidad diaria, hemos visto la necesidad de aportar un producto que nos brinde estos beneficios. Los alimentos que se consumen ayuda al organismo a poseer más vitalidad y fuerza. Para eso debemos de tener en cuenta cuales son los procesos e ingredientes que poseen estos alimentos. En algunos casos las personas pueden llegar a gastar más dinero en alimentos chatarra los cuales no ayudan a nuestro organismo sino que destruye defensas

La industria de alimentos y snacks en el país está experimentando un crecimiento en su demanda del 10% durante este año, según indicaron fuentes cercanas al sector. Por ello, el área ha tenido que implementar nuevas líneas de producción. Estas nuevas metodologías incrementan la capacidad de producción al menos 40%, según indicó Antonio Escalona, gerente de Pepsico Alimentos para la región Andino Sur.

Cuadro N° 14
Demanda Anual

Año	Nro. de tiendas y micro mercados	Cantidad de compra semanal	Cantidad de compra mensual	Cantidad de compra anual
2013	167	1543	10800	518400

FUENTE: Encuesta a Comercializadores

ELABORACIÓN: La Autora

Ecuador es un mercado emergente, donde los productos Premium y los snacks orientados a la salud se elaboran a nivel local. La compañía ecuatoriana de snacks Inalprocess se conoce en la industria de snacks mundial como un ejemplo de “expansión inversa” de los países emergentes hacia los mercados desarrollados.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda de arveja enconfitada se utilizó datos del consumo del snack. Según cifras existentes, para el año 2012 la oferta que satisfacía la demanda naciente para el año siguiente será 895.000 unidades anuales de snack. Se partirá de este dato para efectuar la proyección de la oferta y demanda. Para realizar la proyección de la demanda se tomara en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra que para el 2013 es del 2.36% según la proyección poblacional por cantones.

Cuadro N° 15

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE SNACK

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2013		518.400
2014	1,68%	527.109
2015	1,68%	535.965
2016	1,68%	544.969
2017	1,68%	554.124

FUENTE: Banco central del Ecuador

ELABORACIÓN: La Autora

Del estudio realizado se determinó que el crecimiento del consumo de snack está al mismo nivel de la tasa crecimiento poblacional debido a que son productos de consumo diario.

3.6 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

3.6.1 ANÁLISIS DE OFERTA

En la actualidad existen un sinnúmero de empresas productoras y comercializadoras de snack que controlan el mercado de dicho producto el volumen de ventas de snack en el año 2002 era del 35%, para el 2010 la cifra había aumentado a 45%. Según Frito Lay, en los próximos años el crecimiento del sector deberá oscilar entre un 3% y un 5% al año y el mercado deberá multiplicarse en el 2013.

3.6.2 DEMANDA INSATISFECHA

De acuerdo a los datos obtenidos de estudios realizados a nivel mundial por Frito Lay se deduce que la demanda insatisfecha es del 4% lo que demuestra la ubicación segura del producto.

Se puede deducir que existe mercado para nuevas empresas de enconfitados, considerando que el consumo sigue en aumento y no existe la suficiente producción. Señalando que las cifras son un simple referente, ya que la realidad del mercado es cambiante en pequeños períodos de tiempo.

Cuadro N° 16
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA A SATISFACER
2013	0	518.400	-518.400
2014	0	527.109	-527.109
2015	0	535.965	-535.965
2016	0	544.969	-544.969
2017	0	554.124	-554.124

FUENTE: Encuesta a Comercializadores

ELABORACIÓN: La Autora

3.7 ANÁLISIS DE PRECIOS

Corresponde ahora efectuar un análisis de precios de las arvejas enconfitadas, para lo cual se recurrió a la información primaria recopilada. Para efectuar la proyección se toma en cuenta el índice inflacionario a Mayo del 2013, que es de 3.01 % anual según el Banco Nacional del Ecuador.

Cuadro N° 17
PROYECCION DE PRECIOS DEL SNACK

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	PRECIO PROYECTADO 40g
2013	3.01%	0,30
2014	3.01%	0,31
2015	3.01%	0,32
2016	3.01%	0,33
2017	3.01%	0,34

FUENTE: Encuesta a Comercializadores

ELABORACIÓN: La Autora

Se considera que la microempresa a instalarse generará su producción en envases plásticos, pues esta es el pronunciamiento de los encuestados. Además se inclinará por envases de 40 gramos ya que según la información primaria recogida la preferencia por envases cuyo contenido sea de 40 gramos.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El nivel de competencia en este negocio es grande en el país, existen aproximadamente 87 empresas legalmente establecidas dedicadas a la producción y comercialización de snack, cabe destacar de estas empresas algunas son transnacionales que ha cautivado el mercado nacional y

mundial. En el área que se pretende ubicar el producto por parte de la nueva empresa, al menos se tiene que enfrentar la competencia como a Frito Lay, marca que en nuestro estudio logramos encontrar en el mercado de la zona.

A diferencia del producto a procesar por la nueva empresa a instalarse en la ciudad de Ibarra, a diferencia de otras empresas que utilizan al menos la tercera parte de ingredientes artificiales.

3.8 MARKETING PARA LA NUEVA EMPRESA

Se pretende realizar ventas diarias, debido a que la empresa se la plantea con una producción constante, tomando en cuenta la existencia de una importante competencia que buscará la mínima oportunidad para ubicar más el producto.

3.8.1. ESTRATEGIAS DE PRECIO

- El precio no será mayor que el de la competencia, manteniéndolos competitivos y atractivos a los clientes.
- Se establecerán precios y formas de pago de acuerdo al volumen de ventas.
- Se establecerán promociones de acuerdo al margen de ventas.

3.8.2. ESTRATEGIA DE VENTA

- Tener como misión la producción enmarcada en los parámetros de calidad.
- Entregar productos de cortesía en instituciones especialmente educativas en el cantón.
- Mantener oficinas y locales de distribución en el cantón.
- Mantener ventajas competitivas frente a otras empresas similares.

3.8.3. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

- Contratar en el departamento de ventas un funcionario especializado en marketing.
- Llevar a cabo una campaña publicitaria por medios de comunicación locales.
- Llevar un registro de sugerencias de los clientes internos y externos.
- Llevar una promoción de ventas orientada al consumidor.
- Mantener un sistema de capacitación sobre atención al cliente.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico nos permita la identificación de requerimientos y elementos técnicos para implementar la Empresa, señalando cuáles son los factores principales de su tamaño, ubicación, equipo adecuado y la distribución del espacio, es decir, todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad física del proyecto. A continuación, se describe los procesos que se van a usar, y cuál será el costo del proyecto, lo que se necesita para producir y vender. En conclusión, se pretende resolver las interrogantes pertinentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir el producto que se desea fabricar, por lo que el aspecto técnico nos permitirá comprender todo aquello que tenga relación con la actividad del proyecto.

4.1. MACROLOCALIZACIÓN

La empresa estará ubicada en la República del Ecuador, Región Sierra, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra. Las vías de acceso a este lugar son de primer orden y con toda la infraestructura necesaria.

Grafico N° 11

Macrolocalización de Ibarra

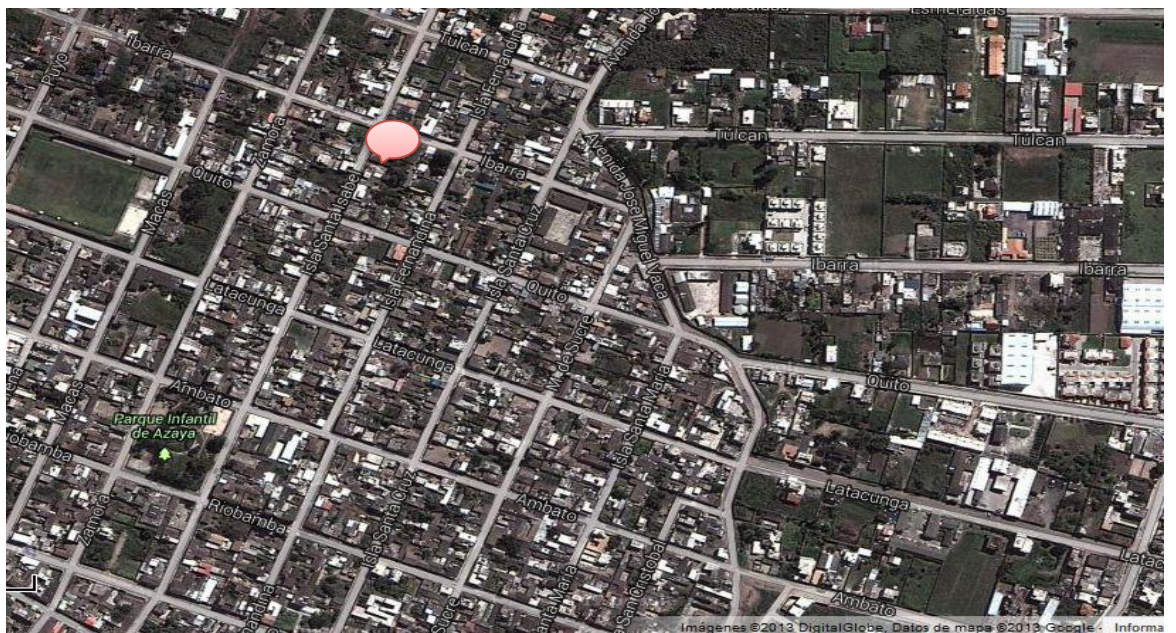


4.2. MICROLOCALIZACIÓN

En la Microlocalización, la planta ubicará sus instalaciones en el cantón Ibarra, parroquia el sagrario, barrio azaya, en las calles isla santa Isabel e Ibarra N° 4-26, el cual se encuentra ubicado a 15 minutos del centro de Ibarra.

Grafico N° 12

Microlocalización de la empresa



La ciudad de Ibarra, se encuentra, entre las coordenadas $00^{\circ} 20' 00''$ y $78^{\circ} 06' 00''$, ubicada a 2.228 metros s.n.m; está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, Capital de la República a 126 Km, a 135 Km, de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico. Tiene una superficie de 1.162,22 km², con una densidad de 131,87 hab/km² en el cantón, 2.604 hab/km² en el área urbana y 39,91 hab/km² en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km², la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 km².

Los factores que se tomaron en cuenta para la ubicación de la planta en este lugar son: ambientales, disponibilidad de servicios básicos, vías de acceso.

4.3. TAMAÑO O CAPACIDAD PRODUCTIVA DEL PROYECTO

Al ser un proyecto económico productivo, para establecer su tamaño se parte de la capacidad de producción que alcance a cubrir una parte de la demanda insatisfecha, determinada en el estudio de mercado.

Para el tamaño del proyecto tomaremos en cuenta ciertos factores que permitan determinar una perspectiva clara con respecto a cuan viable o riesgoso resulta la implementación del proyecto. Las perspectivas en este sentido dan la pauta de atractivo o no al inversionista.

Para determinar la capacidad del proyecto, se parte del planteamiento de cuatro aspectos:

- Disponibilidad de recursos financieros
- Materias primas e insumos
- La tecnología a utilizar
- Fijación de la capacidad de la empresa.

4.4. ANÁLISIS TÉCNICO

Para proceder con el proceso de fabricación de enconfitados de alverja en primer lugar se escogerá a los productores que nos entreguen materia prima de calidad, luego se considerara las características de la misma, la cual va hacer utilizada para la elaboración del producto, verificando la calidad, pues con esto permitirá, obtener un aspecto claro de la materia prima que se va utilizar la empresa. Para determinar las propiedades de la materia prima se tomara en cuenta analizar: color, consistencia, textura y peso.

4.4.1. CICLOS DE FABRICACIÓN

✓ Acopio de la arveja

El ciclo inicia desde la recepción de la arveja proveniente de los sectores de bolívar, y San Gabriel ya que en estos sectores se produce este producto. Pero para poder receptor la materia prima esta debe de cumplir con ciertos requerimientos y aspectos los cuales son indispensables al momento de la elaboración del producto. Para realizar el producto se necesitara adquirir 30 costales cada quince días ya que este producto es muy perecible los cuales serán desgranados cada día 2 costales.

✓ Elaboración de la arveja enconfitada

La fabricación de este producto consiste en aportar un producto natural el cual contribuirá a nuestra alimentación, pero tiene que someterse a un tratamiento para su elaboración y destruir los microorganismos que este producto tiene, sin eliminar su color y textura.

• Eliminación de impurezas

Después de que la materia prima haya sido desgranada toca eliminar las impurezas como cascaras, pelos, suciedades de la planta de arveja mediante el lavado de la arveja en coladores menos que tienen orificios por donde caerán parte de estos desechos, para luego pasar al siguiente proceso de elaboración del producto.

• Dorar la materia prima

Una vez que se haya eliminado las impurezas de la materia prima se procederá a dorar la arveja a una temperatura normal en aceite.

- **Adición de aditivos**

Luego que haya sido dorada la arveja le sacamos en un recipiente le agregamos sal y dejamos que se enfríe, para proceder al envasado.

- **Envasado**

Para que el producto sea envasado debe de estar frío para que en el envase no se dañe y que listo para seguir con el ciclo de elaboración del producto.

- **Almacenado**

Una vez empacado el producto procedemos almacenarlo en un lugar fresco y seco adecuado para la conservación del producto.

Figura N° 13

Diagrama de Proceso de Adquisición de la Materia Prima

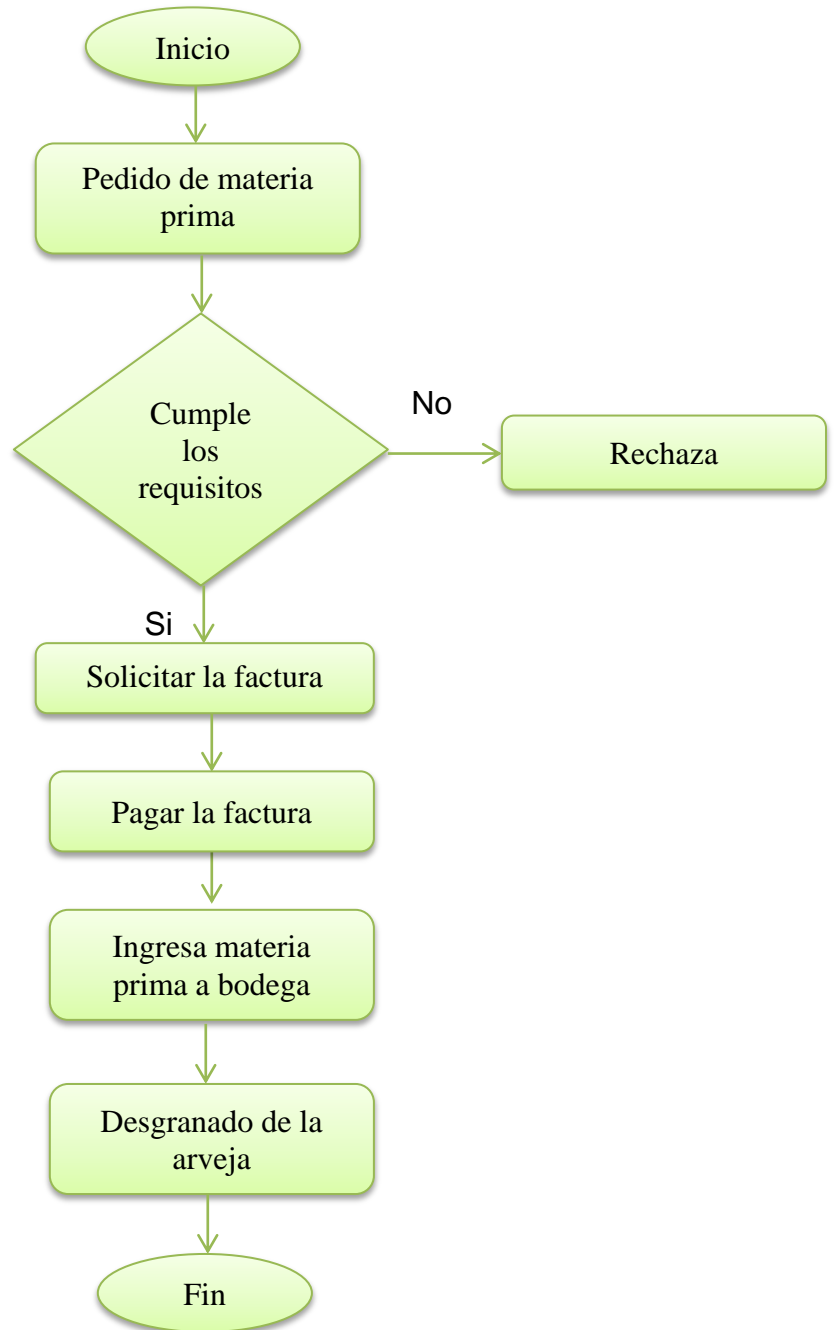


Figura N° 14

Diagrama de Proceso de Elaboración de Arveja Enconfitada.

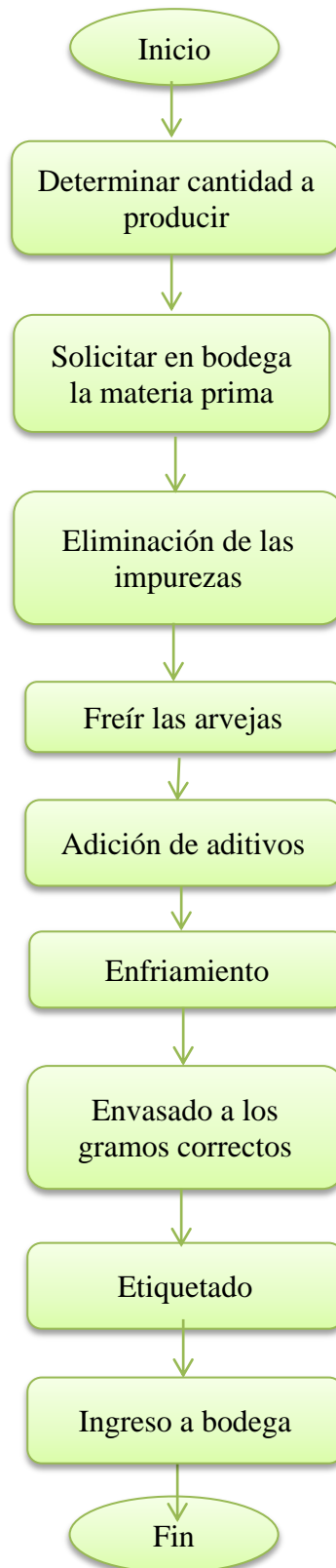
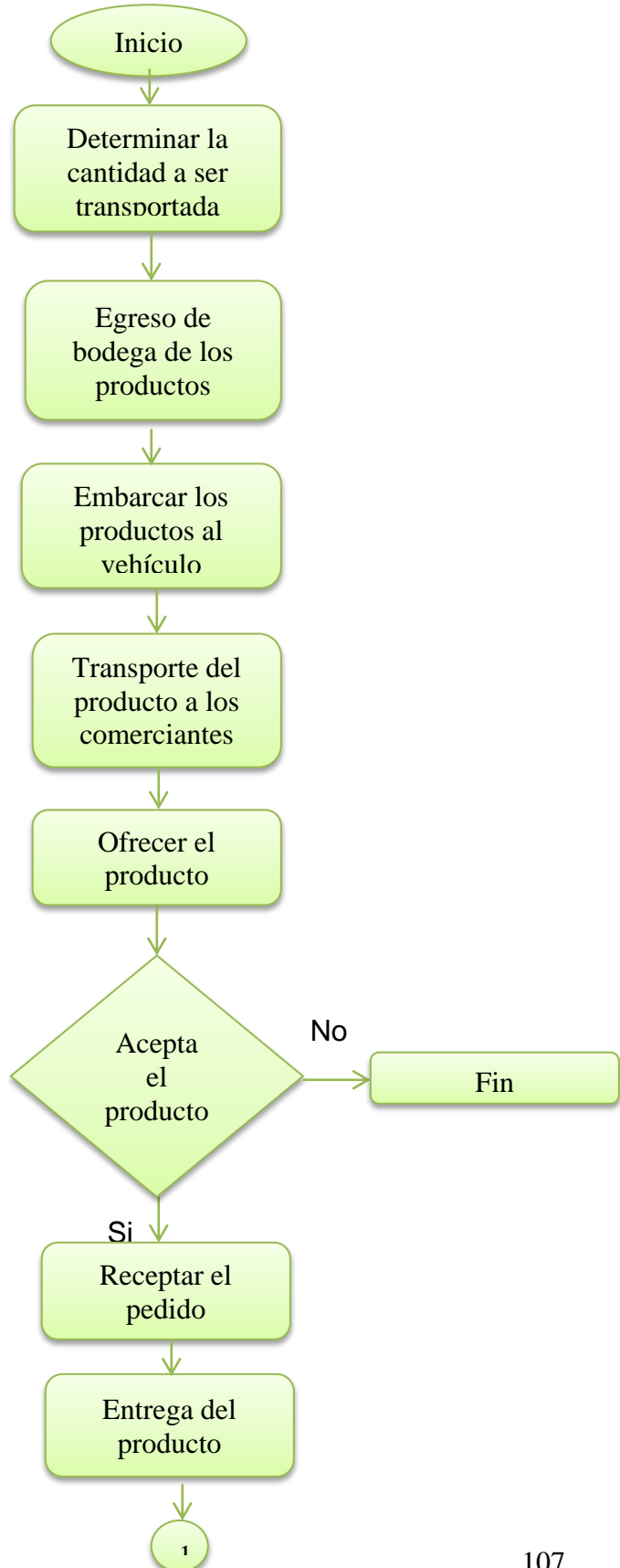


Figura N° 15

Diagrama de Proceso de la comercialización de Arveja Enconfitada.





4.4.2. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Cuadro N°18

Símbolo	Actividad
▽ ○ ⇒ □ D ◎	Selección de materia prima
▽ ○ ⇒ □ D ◎	Compra de materia prima
▽ ○ ⇒ □ D ◎	Colocar materia prima a la bodega
▽ ○ ⇒ □ D ◎	Desgranado de la arveja
▽ ○ ⇒ □ D ◎	Solicitar en bodega la materia prima
▽ ○ ⇒ □ D ◎	Eliminación de impurezas
▽ ○ ⇒ □ D ◎	Freír la arveja
▽ ○ ⇒ □ D ◎	Adición de aditivos
▽ ○ ⇒ □ D ◎	Envasado del producto de acuerdo a los gramos
▽ ○ ⇒ □ D ◎	Etiquetado
▽ ○ ⇒ □ D ◎	Ingreso a bodega del producto terminado

4.5. DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS

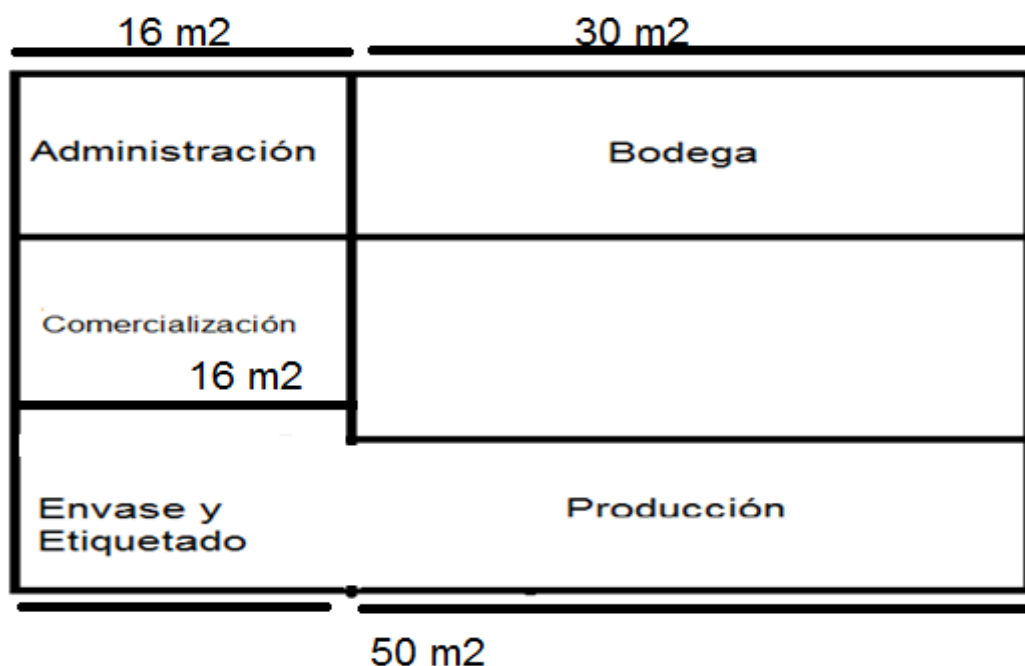
Cuadro N° 19

Distribución de áreas

AREA	ESPACIO	VALOR	TOTAL
ADMINISTRATIVA	16 m ²	10	160.00
PRODUCCIÓN	50m ²	10	500.00
COMERCIALIZACIÓN	16m ²	10	160.00
BODEGA	30m ²	10	300.00
		TOTAL	\$ 1120.00

Grafico N° 16

Distribución de áreas



Fuente: Croquis de la empresa

Elaborado por: La autora

4.6. PRESUPUESTO TÉCNICO

Para la elaboración de la arveja enconfitada tenemos que realizar una inversión adecuada la cual nos permita llevar a cabo el desarrollo del proyecto.

4.6.1. INVERSIONES FIJAS

✓ Infraestructura

La infraestructura será arrendada, la cual cuenta con los servicios básicos y vías de acceso factibles para desarrollar el presente proyecto.

✓ Muebles y enseres, Equipo de computación, Maquinaria y equipo, y Equipo de oficina

Estos activos ayudaran a la empresa a empezar sus actividades son los siguientes:

Cuadro N° 20
Detalle de inversión fija

ACTIVOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Muebles y Enseres	Escritorio Ejecutivo	2	320,00	640,00
	Escritorio Ejecutivo Gerente	1	450,00	450,00
	Silla ejecutiva giratoria	2	62,00	124,00
	Silla giratoria gerente	1	195,00	195,00
	Mesas	2	40,00	80,00
	Sillas	15	22,00	330,00
	Archivador	1	180,00	180,00
				TOTAL
Equipo de computación	COREi3 capacidad de disco duro de 500 Gb. Con accesorios	3	980	2940,00
			TOTAL	\$ 2.940,00

Maquinaria y equipo	Selladora	1	950,00	950,00
	Etiquetadora	1	1050,00	1050,00
	Cilindros de gas	6	50,00	300,00
	Guantes	8	10,00	80,00
	Utensilios de cocina	1	350,00	350,00
	Cocina industrial	1	255,00	255,00
	Gavetas	3	20,00	60,00
	Balanzas	2	50,00	100,00
	Perchas metálicas	3	75,00	225,00
			TOTAL	\$ 3.370,00
Equipo de oficina	Teléfonos	3	45,00	135,00
	Calculadoras Casio Fr-2650	4	40,00	160,00
	Grapadoras	3	4,00	12,00
	Caja de grapadoras	3	4,00	12,00
	Perforadoras	3	1,45	4,35
	Sellos	5	20,00	100,00
				TOTAL
Vehículo	Vehículo	1	12000,00	12000,00
			TOTAL	\$ 12.000,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA				\$ 20.732,35

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

4.6.2. INVERSIÓN DIFERIDA

Nuestra inversión diferida está contemplando todos los documentos legales que la empresa necesita para iniciar sus actividades que se los tendrá en una sola partida: Gastos de constitución, la cual tendrá como subpartidas los siguientes elementos: permiso municipal, bomberos,

registros sanitarios, Registro Único de Contribuyentes, Patente e Impuestos Prediales.

4.6.3. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los factores que intervienen en los costos de producción son los siguientes:

❖ **Materia Prima Directa**

Para la elaboración del producto solo tomaremos en cuenta dos elementos que son de vital importancia para su elaboración.

CUADRO N° 21

Materia Prima Directa e Insumos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arveja	56,00	672,00	85,00	5100,00	57120,00
Aceite	56,00	672,00	3,00	180,00	2160,00
			TOTAL	\$ 5.280,00	\$ 59.280,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

❖ **Mano de Obra Directa**

La mano que se utilizara para la fabricación debe de tener conocimientos necesarios para la elaboración del producto en el primer año.

CUADRO N° 22
Mano de Obra Directa

DESCRIPCIÓN	N°	MENSUAL	ANUAL	TOTAL
Salario básico	2	350,00	4200,00	8400,00
Aporte Patronal	2	42,53	510,30	1020,60
Fondos de Reserva	2	0,00	0,00	0,00
Vacaciones	2	0,00	0,00	0,00
13° Sueldo	2	29,17	350,00	700,00
14° Sueldo	2	26,50	318,00	636,00
	SUBTOTAL	\$ 448,19	\$ 5.378,30	\$ 10.756,60

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

CUADRO N° 23
Mano de Obra Indirecta

DESCRIPCIÓN	N°	MENSUAL	ANUAL	TOTAL
Salario básico	2	340,00	4080,00	8160,00
Aporte Patronal	2	41,31	495,72	991,44
Fondos de Reserva	2	0,00	0,00	0,00
Vacaciones	2	0,00	0,00	0,00
13° Sueldo	2	28,33	340,00	680,00
14° Sueldo	2	26,50	318,00	636,00
	TOTAL	\$ 436,14	\$ 5.233,72	\$ 10.467,44

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

❖ **Gasto de producción**

CUADRO N° 24
Jefe de producción

Descripción	Mensual	Anual
Sueldo Básico Unificado	450,00	5.400,00
Aporte Patronal	78,98	947,70
Fondo de reserva	0,00	0,00
Vacaciones	0,00	0,00
Décimo Tercer Sueldo	37,50	450,00
Décimo Cuarto Sueldo	26,50	318,00
TOTAL	\$ 592,98	\$ 7.115,70

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

❖ **Gastos de administración**

CUADRO N° 25
Gasto administrativo

FUNCION	SALARIO	13VO	14VO	F. RESERVA	A. PATRONAL	TOTAL
GERENTE	800	66,67	26,50	0,00	97,20	990,37
SECRETARIA	500	41,67	26,50	0,00	60,75	628,92
CONTADORA	650	54,17	26,50	0,00	78,975	809,64
GUARDIA	350	29,17	26,50	0,00	42,53	448,19
SUBTOTAL	2300	191,67	106,00	0,00	279,45	2877,12
TOTAL	27600	2300	1272	0	3353,4	\$ 34.525,40

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 26
Servicios Básicos Administrativos

Descripción	Mensual	Anual
Energía Eléctrica	120,00	1.440,00
Servicio Telefónico	50,00	600,00
Agua Potable	100,00	1.200,00
Internet	25,00	300,00
TOTAL	295,00	3.540,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Suministros de Oficina

El presente gasto de suministros de oficina está considerado para un mes, tomado como base las diferentes dependencias.

Cuadro N° 27
Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	Precio	Mensual	Anual
		Unitario		
Papel bon (resma)	2,00	3,00	6,00	72,00
Tinta para impresora	2,00	20,00	40,00	480,00
Carpetas	4,00	3,00	12,00	144,00
Esferos	12,00	0,25	3,00	36,00
		TOTAL	61,00	732,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

❖ **Gasto de venta**

CUADRO N° 28

Gasto de Venta

Descripción	Mensual	Anual
Sueldo Básico Unificado	450,00	5.400,00
Aporte Patronal	78,98	947,76
Fondo de reserva	0,00	0,00
Vacaciones	0,00	0,00
Décimo Tercer Sueldo	37,50	450,00
Décimo Cuarto Sueldo	26,50	318,00
TOTAL	\$ 592,98	\$ 7.115,76

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Gasto Publicidad

El gasto de publicidad, se realizara difusión en radio y diarios de la localidad para dar conocimiento del nuevo producto.

Cuadro N° 29

Gasto Publicidad

Descripción	Mensual	Anual
Publicidad	150,00	1.800,00
Diario	150,00	1.800,00
TOTAL	300,00	3.600,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

❖ **Costos Indirectos de Fabricación**

CUADRO N° 30

Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Mensual	Anual
Materia Prima Indirecta	239,00	2.508,00
Fundas de plástico	150,00	1.440,00
Sal	9,00	108,00
Etiqueta	80,00	960,00
Mano de Obra Indirecta	1029,12	12349,48
Jefe de Producción	592,98	7115,76
Empacadores	436,14	5233,72
Otros CIF	67,63	937,00
Depreciación de maquinarias	17,63	337,00
Servicios Básicos	50,00	600,00
TOTAL	1335,75	15794,48

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

4.6.4. Capital de Trabajo

Para la determinación del capital de trabajo se determinará un mes, esto de acuerdo al tiempo de la primera producción y comercialización

Cuadro N° 31
Capital de Trabajo

Descripción	Valor	
	Mensual	Anual
Materia Prima Directa	5.280,00	59.280,00
Mano de obra Directa	896,38	10.756,60
Costos Indirectos de Fabricación	1.335,75	15.794,48
Gastos Administrativos		
Gastos de constitución	1.850,00	0,00
Sueldo Personal Administrativos	2.877,12	34.525,40
Gasto arriendo	100,00	1.200,00
Suministros de Oficina	61,00	732,00
Servicios Básicos	295,00	3.540,00
Gastos de Ventas		
Sueldo Personal Ventas	592,98	7.115,76
Publicidad	300,00	3.600,00
SUBTOTAL	13.588,23	136.544,24
Imprevistos 5%	679,41	6.827,21
TOTAL	14.267,65	143.371,45

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

El presente estudio financiero tiene como finalidad analizar la existencia de un mercado potencial al cual vamos a ofertar un producto nuevo, para el desarrollo de este proyecto productivo, este estudio económico y financiero busca los recursos necesarios que sustente la factibilidad y viabilidad del mismo en un futuro.

El estudio financiero y el estudio económico, es importante ya que nos permite llevar un control apropiado del movimiento económico y contable del proyecto, pues con la aplicación de los indicadores económicos nos permitirán llevar una distribución adecuada de los recursos; así como determinar en forma clara el comportamiento del proyecto a desarrollarse.

Aquí en este capítulo se presentarán las proyecciones de los Estados financieros, así como también, los índices financieros que nos ayudaran a medir la rentabilidad del proyecto y el periodo de la recuperación de la inversión en el mismo.

5. INVERSIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto tendrá una inversión de acuerdo al estudio técnico realizado el cual se detallara a continuación:

Cuadro N° 32

Resumen de la Inversión del Proyecto

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Inversión Diferida	\$ 0,00
Inversión Fija	\$ 20.732,35
Capital de Trabajo	\$ 14.267,65
TOTAL	\$ 35.000,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.1. INGRESO POR VENTAS

5.1.1. VOLUMEN DE VENTAS (EN UNIDADES)

La empresa tiene una capacidad de producción significativa, con la cual se pudo determinar el volumen de ventas que se tendrá anualmente, puesto que la materia prima si tenemos disponible para realizar el producto ya que la producción se la hace por periodos y sin duda abastecerá a la producción.

5.1.2. PRECIO DE VENTA UNITARIO

Para determinar el precio del producto nos basamos en el estudio de mercado realizado, también en los precios de la competencia y para los años siguientes se tendrá un crecimiento del 3.01% anual que es el índice inflacionario a Mayo del 2013.

5.1.3. VENTAS NETAS

Las ventas netas que la empresa estima es la siguiente:

Cuadro N° 33

Ventas Netas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Volumen	518400	527109	535965	544969	554124
PV proyectado	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34
Total	\$ 155.520,00	\$ 162.892,53	\$ 170.614,56	\$ 178.702,66	\$ 187.174,18

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Para la elaboración del producto para el presente proyecto los costos de producción se detallan a continuación:

Cuadro N° 34
Costos de Producción
\$USD dólares americanos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MPD	\$ 59.280,00	\$ 62.244,00	\$ 65.356,20	\$ 68.624,01	\$ 72.055,21
MOD	\$ 10.756,60	\$ 13.250,69	\$ 14.443,26	\$ 15.743,15	\$ 17.160,03
CIF	\$ 15.794,48	\$ 17.061,33	\$ 18.435,99	\$ 19.927,83	\$ 21.547,09
TOTAL	\$ 85.831,08	\$ 92.556,03	\$ 98.235,44	\$ 104.294,99	\$ 110.762,34

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.2.1. Materia Prima Directa

Cuadro N° 35
Materia Prima Directa

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arveja	57120,00	59976,00	62974,80	66123,54	69429,72
Aceite	2160,00	2268,00	2381,40	2500,47	2625,49
TOTAL	59280,00	62244,00	65356,20	68624,01	72055,21

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.2.2. Mano de Obra Directa

La mano de obra necesaria para el inicio de la empresa está constituida por dos trabajadores los cuales se encargaran de la elaboración del producto y sus sueldos básicos proyectados para los cinco años son los siguientes:

Cuadro N° 36
Mano de Obra Directa

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario básico	\$ 8.400,00	\$ 9.156,00	\$ 9.980,04	\$ 10.878,24	\$ 11.857,29
Aporte Patronal	\$ 1.020,60	\$ 1.112,45	\$ 1.212,57	\$ 1.321,71	\$ 1.440,66
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 763,00	\$ 831,67	\$ 906,52	\$ 988,11
Vacaciones	\$ 0,00	\$ 763,00	\$ 831,67	\$ 906,52	\$ 988,11
13° Sueldo	\$ 700,00	\$ 763,00	\$ 831,67	\$ 906,52	\$ 988,11
14° Sueldo	\$ 636,00	\$ 693,24	\$ 755,63	\$ 823,64	\$ 897,77
TOTAL	\$ 10.756,60	\$ 13.250,69	\$ 14.443,26	\$ 15.743,15	\$ 17.160,03

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.2.3. Costos Indirectos de Fabricación

Para este rubro tómanos en cuenta todos los factores que integran directamente el producto, así como también la mano de obra indirecta la cual nos permitirá terminar el producto para su venta.

Cuadro N° 37
Costos Indirectos de Fabricación

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Indirecta	2.508,00	2.633,40	2.765,07	2.903,32	3.048,49
Fundas de plástico	1.440,00	1512,00	1587,60	1666,98	1750,33
Sal	108,00	113,40	119,07	125,02	131,27
Etiqueta	960,00	1008,00	1058,40	1111,32	1166,89
Mano de Obra Indirecta	12349,48	13460,93	14672,42	15992,93	17432,30
Jefe de Producción	7115,76	7756,18	8454,23	9215,12	10044,48
Empacadores	5233,72	5704,75	6218,18	6777,82	7387,82
Otros CIF	937,00	967,00	998,50	1031,58	1066,30
Depreciación de maquinarias	337,00	337,00	337,00	337,00	337,00
Servicios Básicos	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
TOTAL	15794,48	17061,33	18435,99	19927,83	21547,09

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.3. GASTOS OPERACIONALES

5.3.1. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos que la empresa va a incurrir son los siguientes:

Cuadro N°38
Gasto Sueldos Administrativos
\$ USD dólares americanos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario básico	\$ 27.600,00	\$ 30.084,00	\$ 32.791,56	\$ 35.742,80	\$ 38.959,65
Aporte Patronal	\$ 3.353,40	\$ 3.655,21	\$ 3.984,17	\$ 4.342,75	\$ 4.733,60
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 2.507,00	\$ 2.732,63	\$ 2.978,57	\$ 3.246,64
Vacaciones	\$ 0,00	\$ 2.507,00	\$ 2.752,94	\$ 3.021,01	\$ 3.313,21
13° Sueldo	\$ 2.300,00	\$ 2.507,00	\$ 2.732,63	\$ 2.978,57	\$ 3.246,64
14° Sueldo	\$ 1.272,00	\$ 1.386,48	\$ 1.511,26	\$ 1.647,28	\$ 1.795,53
TOTAL	\$ 34.525,40	\$ 42.646,69	\$ 46.505,19	\$ 50.710,97	\$ 55.295,26

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.3.2. Suministros de Oficina

Cuadro N° 39
Suministros de Oficina

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Papel bon (resma)	\$ 72,00	\$ 75,60	\$ 79,38	\$ 83,35	\$ 87,52
Tinta para impresora	\$ 480,00	\$ 504,00	\$ 529,20	\$ 555,66	\$ 583,44
Carpetas	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76	\$ 166,70	\$ 175,03
Esferos	\$ 36,00	\$ 37,80	\$ 39,69	\$ 41,67	\$ 43,76
TOTAL	\$ 732,00	\$ 768,60	\$ 807,03	\$ 847,38	\$ 889,75

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.3.3. Servicios Básicos

Cuadro N° 40
Servicios Básicos

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	1.440,00	1512,00	1587,60	1666,98	1750,33
Servicio Telefónico	600,00	630,00	686,70	748,50	815,87
Agua Potable	1.200,00	1260,00	1373,40	1497,01	1631,74
Internet	300,00	315,00	343,35	374,25	407,93
TOTAL	3.540,00	3.717,00	3.991,05	4.286,74	4.605,87

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.3.4. Gastos de Venta

Los gastos de venta están constituidos por la publicidad y los sueldos que se pagan a los empleados encargados de la distribución del producto a los ofertantes.

Cuadro N° 41
Gasto Sueldos de Venta
\$ USD dólares americanos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario básico	\$ 5.400,00	\$ 5.886,00	\$ 6.415,74	\$ 6.993,16	\$ 7.622,54
Aporte Patronal	\$ 947,76	\$ 1.033,06	\$ 1.126,03	\$ 1.227,38	\$ 1.337,84
Fondos de Reserva		\$ 490,50	\$ 534,65	\$ 582,76	\$ 635,21
Vacaciones		\$ 490,50	\$ 538,62	\$ 591,07	\$ 648,24
13° Sueldo	\$ 450,00	\$ 490,50	\$ 534,65	\$ 582,76	\$ 635,21
14° Sueldo	\$ 318,00	\$ 346,62	\$ 377,82	\$ 411,82	\$ 448,88
TOTAL	\$ 7.115,76	\$ 8.737,18	\$ 9.527,50	\$ 10.388,95	\$ 11.327,92

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.3.5. Publicidad

Cuadro N° 42

Publicidad

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	1.800,00	1890,00	1984,50	2083,73	2187,91
Diario	1.800,00	1890,00	1984,50	2083,73	2187,91
TOTAL	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.3.6. Total gasto de ventas

Cuadro N° 43

Total Gastos de Ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto Sueldo	\$ 7.115,76	\$ 8.737,18	\$ 9.527,50	\$ 10.388,95	\$ 11.327,92
Publicidad	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
TOTAL	\$ 10.715,76	\$ 12.517,18	\$ 13.496,50	\$ 14.556,40	\$ 15.703,75

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.3.7. Depreciación

Cuadro N° 44

Depreciación

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	\$ 199,90	\$ 199,90	\$ 199,90	\$ 199,90	\$ 199,90
Equipo de Computación	\$ 979,90	\$ 979,90	\$ 979,90		
Renovación Eq. Comp.				\$ 983,24	\$ 983,24
Maquinaria y Equipo	\$ 337,00	\$ 337,00	\$ 337,00	\$ 337,00	\$ 337,00
Equipo de Oficina	\$ 42,34	\$ 42,34	\$ 42,34	\$ 42,34	\$ 42,34
Vehículo	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
TOTAL	\$ 3.959,14	\$ 3.959,14	\$ 3.959,14	\$ 3.962,47	\$ 3.962,47

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

5.4. Balance de arranque

Este estado representa la situación financiera y económica del proyecto, registrando fuentes de activos corrientes y no corrientes que la empresa posee y el patrimonio con el que cuenta para el inicio de las actividades.

Cuadro N° 45
Estado de Situación Financiera
Año cero
\$USD dólares americanos

ACTIVOS:		PASIVOS:	
ACTIVOS DISPONIBLES	14267,65		
		Obligaciones a corto plazo	0,00
Capital de trabajo	14267,65	Obligaciones a largo plazo	0,00
		TOTAL PASIVOS	0,00
PROPIEDAD DEL PROYECTO	20732,35	PATRIMONIO	
Maquinaria y equipo	3370,00	Capital social	35.000,00
Muebles y enseres	1999,00		
Equipo de computación	2940,00		
Equipo de oficina	423,35		
Vehículo	12000,00		
TOTAL ACTIVOS	35.000,00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	35.000,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La autora

5.5. Estado de resultados

El estado de resultado muestra la gestión de la empresa para verificar si al final de un periodo se obtiene utilidades o pérdidas en cada uno de los años proyectados del proyecto.

Cuadro N° 46
Estado de resultados
\$USD dólares americanos

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	155.520,00	162.892,53	170.614,56	178.702,66	187.174,18
(-) Costos de Producción	85.831,08	92.556,03	98.235,44	104.294,99	110.762,34
Utilidad Bruta en Ventas	69.688,92	70.336,50	72.379,12	74.407,67	76.411,85
(-) Gastos Administrativos	34.525,40	42.646,69	46.505,19	50.710,97	55.295,26
(-) Gastos de Ventas	7.115,76	8.737,18	9.527,50	10.388,95	11.327,92
Utilidad Operativa	28.047,76	18.952,64	16.346,43	13.307,76	9.788,66
(-) Depreciaciones	3.959,14	3.959,14	3.959,14	3.962,47	3.962,47
Utilidad Neta antes del 15% Part. Trabajadores	24.088,62	14.993,50	12.387,29	9.345,29	5.826,19
(-) 15 % Part Trabajadores	3.613,29	2.249,03	1.858,09	1.401,79	873,93
Utilidad antes de Impuestos	20.475,33	12.744,48	10.529,20	7.943,49	4.952,26
(-) 22% Impuesto a la Renta	4.504,57	2.803,79	2.316,42	1.747,57	1.089,50
Utilidad Neta	15.970,76	9.940,69	8.212,77	6.195,92	3.862,76

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La autora

5.6. Flujo de caja

El flujo de caja muestra los excedentes de dinero que se obtienen al restar los ingresos proyectados con los egresos operacionales del proyecto.

Cuadro N° 47
Flujo de caja
\$USD dólares americanos

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	-35.000,00					
Utilidad Neta Proyectada		15.970,76	9.940,69	8.212,77	6.195,92	3.862,76
Valor de Rescate						21.000,00
Depreciación		3.959,14	3.959,14	3.959,14	3.962,47	3.962,47
TOTAL INGRESOS		19.929,89	13.899,83	12.171,91	10.158,39	28.825,23
EGRESOS						
Reinversión equipo computación		0,00	0,00	0,00	983,24	983,24
Diferidos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS		0,00	0,00	0,00	983,24	983,24
FLUJO NETO	-35.000,00	19.929,89	13.899,83	12.171,91	9.175,16	27.842,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La autora

5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.7.1. Costo de oportunidad del proyecto

Cuadro N° 48
Costo de oportunidad

Descripción	Valor	Porcentaje	Tasa de ponderación	Valor ponderado
Inversión propia	35000,00	100	8	800
Total	35000,00	100		800

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La autora

5.7.2. Costo de capital

El costo de capital se basa en el cálculo del costo de oportunidad del proyecto, ya que se toma en cuenta el valor ponderado y el porcentaje.

$C_k = \text{valor ponderado} / \text{porcentaje}$

$C_k = 800/100$

Ck= 8

El 8% es el valor mínimo de rendimiento que debe tener el proyecto en condiciones ideales sin que haya cambios en el precio.

5.7.3. Tasa de rendimiento o de redescuento medio

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK}) (1 + \text{INF}) - 1$$

$$\text{TRM} = 0.134$$

$$\text{TRM} = 13.40\%$$

EL 13.40% es el rendimiento mínimo real que el proyecto tendrá para que sea viable.

5.7.4. Valor actual neto

Cuadro N° 49
Valor actual neto

Años	Flujos Netos	Flujos Actualizados
0	-35.000,00	-35.000,00
1	19.929,89	17574,86
2	13.899,83	10808,95
3	12.171,91	8346,79
4	9.175,16	5548,32
5	27.842,00	14846,88
		57.125,80

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La autora

$$\text{VAN} = -\text{Inversión} + \text{Flujos netos actualizados}$$

$$\text{VAN} = -35000,00 + 57125,80$$

$$\text{VAN} = 22125,80$$

Los 22125,80 es el valor neto del proyecto, es decir que la creación de la empresa es factible.

5.7.5. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno del proyecto deberá ser mayor que la tasa de descuento para que sea factible.

TIR= 37%

El TIR del proyecto es alto en relación a la tasa de descuento por lo que el proyecto es factible.

5.7.6. Periodo de recuperación

En el presente proyecto se recuperará la inversión en un año y tres meses como debe ser, entonces estamos demostrando que es factible el proyecto.

Cuadro N° 50
Periodo de recuperación

Años	Flujos Netos	Recuperación del Capital	Tiempo de Recuperación
1	19.929,89	19.929,89	1 año
2	13.899,83	33.829,72	2 años
3	12.171,91	1.170,28	1 mes

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La autora

5.7.7. Costo-beneficio

Es la división entre los ingresos deflactados y los egresos deflactados.

$C/B = \text{Ingresos deflactados} / \text{Egresos deflactados}$

$C/B = 58244,69 / 1118,89$

$C/B = 52.06$

Esto significa que por cada dólar que se invierte se recuperará el 0.06 dólares de utilidad

5.7.8. Punto de equilibrio

$PE = \text{Inversión fija} + \text{Costos fijos} / \text{Margen de contribución}$

$$PE = 20.732,35 + 10.756.60 / 0.18$$

$$PE = 174938 \text{ unidades}$$

5.8. Resumen de los evaluadores financieros

El propósito de realizar este resumen de los indicadores es para obtener una perspectiva general de las condiciones de factibilidad del proyecto.

Cuadro N° 51

Resumen de evaluadores financieros

Indicador	Resultado	Conclusión
VAN	57125,80	Factible
TIR	37%	Viable
COSTO/BENEFICIO	52.06	Viable
Punto de Equilibrio	174.938	Viable
Periodo de Recuperación	2.1	Factible

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La autora

CAPITULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

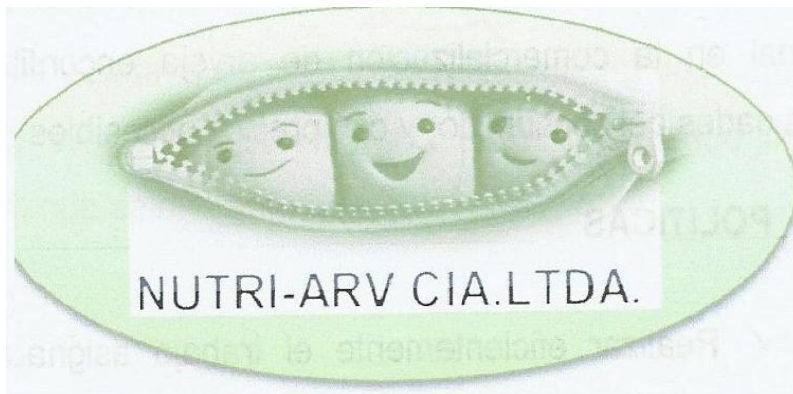
En el presente capitulo se dará a conocer la estructura organizacional y funcional de la empresa ya que es compañía limitada, en la cual incluye todo lo relacionado con lo legal, como también a la estructura de los cargos, manuales de funciones y los debidos procedimientos para su funcionamiento.

6. DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA

6.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

La empresa para el presente proyecto se denominará **“NUTRI-ARV” CIA. LTDA.**, la cual estará ubicada en la Parroquia El Sagrario, Cantón de Ibarra, provincia de Imbabura.

6.1.1. Logotipo



6.1.2. Etiqueta



6.2. NATURALEZA LEGAL

La empresa pertenecerá a las compañías de responsabilidad limitada ya que tendrá socios los cuales aportarán con el capital necesarios lo que permitirá iniciar las actividades.

6.3. ELEMENTOS ADMINISTRATIVOS ESTRATEGICOS

6.3.1. MISIÓN

“**NUTRI-ARV** es una empresa pionera en la comercialización de arveja enconfitada, encaminada a ofrecer un producto de calidad, y competitividad para satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de los clientes”.

6.3.2. VISIÓN

“**NUTRI-ARV** en el 2017 será una empresa líder a nivel regional en la comercialización de arveja enconfitada cumpliendo con las exigencias del consumidor y mejorando continuamente para el bienestar de los clientes y de la empresa”.

6.3.3. POLITICAS

- Realizar eficientemente el trabajo asignado a cada puesto de acuerdo con lo que establece el reglamento interno, tomando en cuenta los planes operativos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético
- Guardar respeto y consideración en el trato con sus superiores, y compañeros.
- La falta de puntualidad o inasistencia injustificada, serán sancionados y podrán dar lugar a la pérdida de la remuneración correspondiente.

6.3.4. VALORES ETICOS

- **Honestidad**

Trabajo con honestidad, equidad y transparencia reflejada día a día en cuanto a la elaboración del producto y cada uno de los empleados de la misma.

- **Creatividad**

La capacidad de crear nuevas ideas, proyectos para beneficio de la empresa

- **Ética**

Elaborar todas y cada una de las actividades dentro de la empresa como hacia el cliente, con transparencia y rectitud, siendo justo en cada decisión que se presente.

- **Calidad**

En el desempeño administrativo, organizacional ya que esto se refleja en el producto y en la satisfacción del cliente.

6.4. REQUISITOS LEGALES PARA SU FUNCIONAMIENTO

6.4.1. Registro Único de Contribuyente (RUC)

Los requisitos indispensables para obtener el RUC son los siguientes:

- Cédula del Representante legal
- Copia del certificado de votación
- Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde desarrolla su actividad económica.
- Recibo de un servicio básico (luz eléctrica, agua, teléfono).

6.4.2. Patente Municipal

El obtener el permiso municipal es un requisito obligatorio, al iniciar las diferentes actividades económicas, se debe obtener hasta después de treinta días de haber iniciado las actividades de la nueva unidad productiva, tomando en cuenta que debe ser actualizado al iniciar cada año. Los requisitos son:

- Recibo del último pago del impuesto predial de la ubicación de la planta.
- Copia del RUC.
- Documentos personales básicos del representante legal.

6.4.3. Permiso Sanitario de Funcionamiento

El permiso sanitario de funcionamiento es otro de los requisitos indispensables que se debe obtener para la constitución de la nueva unidad productiva. Los requerimientos para este trámite son:

- Cédula
- Fotografías tamaño carne
- Solicitud de permiso de funcionamiento
- Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios, para su adecuado funcionamiento.
- Informe final
- Permiso de funcionamiento.

6.5. FORMACIÓN DE LA EMPRESA

Para la formación de la compañía se desarrollará los aspectos fundamentales de la entidad legal y la elaboración de la escritura de constitución.

Entidad legal.- Se constituirá como compañía de responsabilidad limitada.

Socios.- La compañía se conformará con cinco socios los mismos que aportarán con su parte del capital y constaran los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad, etc.

Cuadro N° 52
Nómina de socios

Nombres	Apellidos	Estado civil	Nacionalidad	Dirección
Julio Cesar	Pasquel Guevara	Soltero	Ecuatoriano	Ibarra, barrio azaya
Walter Andrés	Montes Rivadeneira	Casado	Ecuatoriano	San Antonio de Ibarra
Fabiola Marlene	Puma Guamán	Casada	Ecuatoriana	Ibarra, barrio azaya
María Lourdes	Centeno Ávila	Casada	Ecuatoriana	Ibarra, barrio azaya
Edison Javier	Pupiales Montenegro	Casado	ecuatoriano	Alpachaca

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: La autora

Obligaciones Sociales.- Los socios responderán individualmente hasta por el monto de sus aportaciones; en este caso es de 6500.00 dólares cada socio.

Desarrollo de las Actividades.- Las actividades de producción y comercialización del producto de la compañía se desarrollaran con el nombre de “NUTRI-ARV”

Objetivo social.- Producir y comercializar arveja enconfitada de buena calidad.

Capital.- Las aportaciones de cada uno de los socios serán de \$7000, dando un total de capital social de USD \$35000,00 los mismos que serán divididos en aportaciones de US\$ 700,00 dólares cada una, por lo tanto el capital social se conformará de 50 participaciones.

Suscripción y pago de las aportaciones.- Los socios suscribirán 5 participaciones cada uno y el pago se realizará en efectivo, en el momento de la conformación de la compañía.

Tiempo para la que se constituye.- La compañía tendrá una duración de 50 años.

Domicilio.- EL domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia El Sagrario, barrió Azaya, sector rural.

Cuenta Bancaria.- Se abrirá una cuenta bancaria a nombre de la compañía en formación;

Fondo de reserva.- Se creará un fondo de reserva de hasta el 15% del capital social;

Participación de los socios.- Es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social

Las deliberaciones se realizarán democráticamente, dando oportunidad de expresarse a todos los accionistas y las decisiones se tomarán por mayoría, las convocatorias a Junta General de Accionistas se realizará por escrito por parte del gerente con 5 días de anticipación, pudiendo ser convocatorias ordinarias o extraordinarias.

La creación de la compañía se realizará por medio de una escritura pública, en la cual se establecerá todo lo expuesto en los puntos anteriores y todo lo que obligue la ley de Compañías para este tipo de empresa;

Esta escritura será aprobada por el Superintendente de Compañías y se publicará el extracto de la escritura en un periódico de la ciudad de Ibarra;

Inscripción en el Registro Mercantil.- Con la autorización del Superintendente se procederá a inscribir legalmente la compañía;

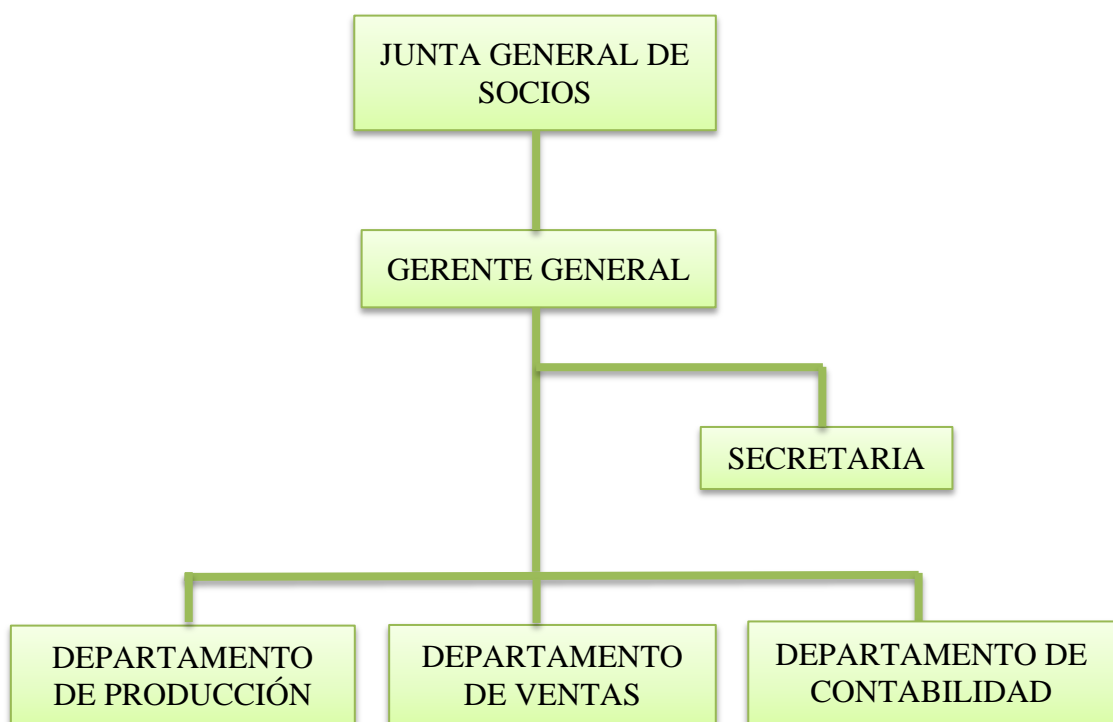
Estatutos.- Con la aprobación y la inscripción de la escritura se procederá a elaborar los estatutos de la compañía para la aprobación respectiva de la Superintendencia de Compañías; y los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

6.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura de la empresa será vertical, ya que es una manera fácil y clara de evidenciar las líneas de mando, medios de control y dirección, con lo cual se establecerá un manual de funciones para cada cargo.

Organigrama Estructural

Figura N° 17



6.7. MANUAL DE FUNCIONES

Las funciones específicas para cada uno de los puestos son las siguientes:

6.7.1. Nivel Directivo

Descripción	Funciones
Junta general de socios	<ul style="list-style-type: none">-Designar y remover al gerente y fijar su remuneración;-Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente;-Resolver la forma de reparto de utilidades;-Resolver la amortización de los aportes sociales;-Convenir en la cesión de los aportes sociales y en la admisión de nuevos socios;-Decidir el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;-Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;-Resolver la disolución anticipada de la compañía;-Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley que son las siguientes:<ul style="list-style-type: none">- El socio administrador que se sirve de la firma o de los capitales sociales en provecho propio; o que comete fraude en la administración o en la contabilidad; o se ausenta y, requerido, no vuelve ni justifica la causa de su ausencia;- El socio que interviniera en la administración sin estar autorizado por el contrato de la compañía;- El socio que constituido en mora no hace el pago de su cuota social.- El socio que quiebra; y,- En general, los socios que falten gravemente al cumplimiento de sus obligaciones sociales.- El socio excluido no queda libre del

	<p>resarcimiento de los daños y perjuicios que hubiere causado.</p> <ul style="list-style-type: none">-Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra del gerente;-En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra;-Las demás funciones que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otro organismo;-Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas y responsabilizar al gerente por su ejecución;-Autorizar la celebración de actos y contratos relativos al giro de la compañía cuya cuantía no exceda de 20.000 dólares;-Autorizar la venta o hipoteca de bienes de la compañía; <p>Interpretar o reformar el estatuto y resolver aumentos o disminuciones de capital social, de acuerdo con las disposiciones legales pertinentes; y,</p> <ul style="list-style-type: none">-Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, etc.
--	---

6.7.2. Nivel ejecutivo

Descripción	Funciones	Requisitos
<p>Gerente General</p>	<p>*Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía;</p> <p>*Convocar a las sesiones de Junta General de Socios y actuar como secretario;</p> <p>*Formular los planes y programas que debe cumplir la compañía y someterlos a aprobación de La Junta General de Socios;</p> <p>*Dirigir y coordinar las actividades de la compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma;</p> <p>*Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación de La Junta General de Socios;</p> <p>*Gestionar préstamos y efectivizarlos, previo la autorización de La Junta General de Socios;</p> <p>*Seleccionar, contratar y remover al personal de la compañía previo conocimiento de La Junta General de Socios;</p> <p>*Coordinar los programas de</p>	<p>*Poseer título en administración, Economía, o finanzas.</p> <p>*Experiencia de 3 años en cargos similares.</p> <p>*Poseer las siguientes competencias: ambición profesional, flexibilidad, sociabilidad, dinamismo, pensamiento estratégico y crítico.</p> <p>*Manejo de recursos financieros.</p> <p>*Buen juicio y toma de decisiones.</p> <p>*Monitoreo y control.</p>

	<p>capacitación del personal;</p> <p>*Presentar con la oportunidad del caso, los estados financieros a La Junta General de Socios para su aprobación y luego enviar a la Superintendencia de Compañías;</p> <p>*Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la compañía;</p> <p>*Supervisar que se realicen los pagos de impuestos en los plazos establecidos;</p> <p>*Supervisar permanentemente las instalaciones de la compañía que se mantengan en excelentes condiciones de funcionamiento.</p>	
--	--	--

6.7.3. Nivel de apoyo

Descripción	Funciones	Requisitos
Secretaria General	<p>*Velar por el orden, seguridad y privacidad de los documentos de la compañía;</p> <p>*Preparar la documentación y los informes que correspondan a la gerencia;</p> <p>*Recibir las llamadas telefónicas y correos</p>	<p>*Poseer título en secretariado, relaciones públicas.</p> <p>*Conocimientos de secretariado.</p> <p>*Experiencia en el cargo mínimo 2 años.</p>

	<p>electrónicos e informar al gerente; así como realizar las llamadas telefónicas institucionales;</p> <p>*Redactar documentos complejos, con solo indicaciones de su contenido, preparándolos para su firma y salida.</p> <p>*Se responsabilizará de la agenda de trabajo de la Gerencia General</p> <p>*Archivar correctamente la documentación;</p> <p>*Orientar a los clientes que acuden a la gerencia, con buen trato y calidez;</p> <p>*Mantener de forma ordenada el archivo de contabilidad; y,</p> <p>*Otras funciones que se le encomiende.</p>	<p>*Comprensión escrita y oral.</p>
	<p>*Elaboración y presentación de estados financieros.</p>	<p>*Poseer título de Ingeniería en Contabilidad.</p>

<p>Contador General</p>	<ul style="list-style-type: none"> *Control y administración de Caja Chica. *Agilización y proceso de cobros. *Realizar pagos de Planillas *Llevar un estricto control y registro de todas las actividades fiscales y contables de la empresa. *Apego a normas internacionales de contabilidad y a leyes fiscales y laborales. *Cumplir con las obligaciones fiscales de la empresa en el tiempo estipulado. *Mantener actualizados y al día los registros contables. 	<ul style="list-style-type: none"> *Manejo de paquetes utilitarios: Windows y Microsoft Office: Word, Excel y PowerPoint. *Experiencia de 1 a 2 años en cargos similares. *Trabajar en equipo bajo presión. *Edad de 25 a 35 años
--------------------------------	--	---

6.7.4. Nivel operativo

Descripción	Funciones	Requisitos
Comercialización	<p>Atender pedidos de clientes en oficina</p> <p>Visitar y ofrecer productos a clientes específicos y a posibles clientes potenciales.</p> <p>Incrementar y actualizar cartera de clientes.</p> <p>Incrementar el nivel de ventas y cartera de clientes.</p> <p>Atender necesidades y exigencias de los clientes.</p> <p>Apego a políticas y reglas de ventas del Centro Comercial.</p> <p>Entrega de informes de clientes visitados y ventas realizadas.</p>	<p>Poseer título en ingeniería en: Marketing.</p> <p>Experiencia en el manejo de términos publicitarios.</p> <p>Experiencia de 1 a 2 años en cargos similares.</p> <p>Poseer las siguientes competencias: sociabilidad, y dinamismo.</p> <p>Edad de 20 a 30 años.</p>
Producción	Capacidad de	Experiencia por lo

	<p>identificar, preparar y diseñar diferentes procedimientos acordes con las metas propuestas por la compañía.</p> <p>Supervisar el seguimiento de las actividades por parte del personal a su cargo</p> <p>Tiene la capacidad de orientar y controlar los procesos de fabricación de los diferentes productos, llevando un registro.</p> <p>Responsabilidad de realizar, comunicar y controlar los procesos de fabricación de los productos.</p> <p>Optimización de los recursos en el desarrollo de la producción.</p> <p>Capacidad de asegurar que los productos estén hechos de acuerdo con las</p>	<p>menos de 1 año.</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Capacidad de cumplir los procesos de producción.</p> <p>Facilidad de comunicación.</p>
--	---	---

	<p>especificaciones de la compañía con la documentación correspondiente.</p>	
<p>Operadores</p>	<p>Conocer sobre los estándares estipulados por la organización.</p> <p>Saber las especificaciones de llenado y empaque del producto.</p> <p>Tiene la capacidad de envasar correctamente las cantidades adecuadas, cumpliendo esto con las especificaciones que la compañía tiene para cada producto.</p> <p>Tiene la capacidad de revisar y asegurar que el envasado y empaque del producto final.</p> <p>Conocimiento y habilidad para manipular herramientas o</p>	<p>Educación básica</p> <p>Tener conocimiento en sanidad, seguridad industrial, etc.</p> <p>Experiencia en la producción.</p> <p>Inspección de productos o servicios</p>

	<p>equipos industriales que faciliten el desempeño laboral.</p> <p>Los trabajadores deben tener conocimiento de los diferentes equipos utilizados en el envasado y su adecuado mantenimiento.</p> <p>Tiene la capacidad de realizar el proceso de aseo y desinfección de acuerdo a la programación de tareas para cada puesto de trabajo.</p> <p>Verificar que el producto cumpla con la calidad establecida.</p> <p>Etiquetar</p> <p>Embalar en grupos de 12 unidades</p> <p>Almacenar.</p>	
--	--	--

CAPÍTULO VII

ESTUDIO DE IMPACTOS

En este capítulo se analizará los posibles impactos que representan efectos y consecuencias existentes en la investigación realizada del proyecto, dentro de los ámbitos: económico, social, empresarial, y ambiental.

Con la finalidad de efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo se ha realizado una matriz de valoración, instrumento con el cual analizaremos individualmente a cada impacto para luego concluir con un análisis general.

Cuadro N° 53

Matriz de Valoración

VALORACIÓN	NIVEL DE IMPACTO
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Aplicando el siguiente procedimiento se analizaron los impactos con la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{sumatoria}}{\text{numero de indicadores}}$$

7.1. Matriz de Impacto Social

Cuadro N° 54
Matriz de Impacto Social

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Calidad de vida						X		2
Estabilidad económica						X		2
Equidad social							X	3
TOTAL						4	3	7

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{\text{sumatoria}}{\text{numero de indicadores}} = \frac{7}{3} = 2,33$$

Análisis:

Al realizar la matriz del impacto social nos indica que se encuentra en un nivel medio positivo ya que la empresa nos permitirá satisfacer las necesidades del trabajador, la estabilidad económica y la equidad que habrá en la institución.

La creación de la empresa nos permite aportar directamente con una fuente de trabajo y de forma indirecta para la población de la zona influenciada.

7.2. Matriz de Impacto Económico

Cuadro N° 55
Matriz de Impacto Económico

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de empleo						X		2
Nivel de ingresos						X		2
Desarrollo del sector							X	3
TOTAL						4	3	7

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\text{sumatoria}}{\text{numero de indicadores}} = \frac{7}{3} = 2,33$$

Análisis:

El nivel para el impacto económico es medio positivo ya que la empresa generará nuevas fuentes d trabajo lo cual aportara a la economía de la ciudad como del país, pues los ingresos que se otorgarán a las personas que trabajen en la empresa será lo justo y equitativo.

Así como también habrá un avance en lo económico del sector donde se encuentre la empresa ya que podremos ayudar a que la economía laboral del sector crezca.

7.3. Matriz de Impacto Ambiental

Cuadro N° 56

Matriz de impacto ambiental

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Contaminación del ambiente			X					-1
Producción natural							X	3
Tratamiento de desechos						X		2
Infraestructura			X					-1
TOTAL			-2			2	3	3

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{\text{sumatoria}}{\text{numero de indicadores}} = \frac{3}{4} = 0,75$$

Análisis:

El impacto ambiental tiene un nivel de bajo positivo ya que no podremos mitigar totalmente con los desechos pero eso si podremos tratarles para que el efecto que cause sea el mínimo.

La empresa fabricará un producto totalmente natural ya que no se le añadirá ningún ingrediente artificial lo que nos ayudará a tener menores desechos.

7.4. Matriz de Impacto Empresarial

Cuadro N° 57
Matriz de impacto empresarial

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Imagen empresarial							X	3
Calidad del servicio							X	3
Atención personalizada						X		2
Competencia						X		2
TOTAL						4	6	10

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{\text{sumatoria}}{\text{numero de indicadores}} = \frac{7}{3} = 2,33$$

Análisis:

La empresa tendrá un impacto empresarial medio positivo ya que contará con una imagen empresarial, la cual se difundirá a nivel provincial, el servicio y atención al cliente y la calidad del servicio son factores claves empresariales.

Nuestra empresa podrá competir lealmente con la competencia ya que nuestro producto se caracterizara por ser natural.

7.5. Matriz General de Impactos

Cuadro N° 58
Matriz General de Impactos

INDICADORES	SUMATORIAS
Impacto Social	2.33
Impacto Ambiental	0.75
Impacto Económico	2.33
Impacto Empresarial	5
TOTAL	10.41

$$\text{Nivel de Impacto Global} = \frac{10.41}{34} = 2,60$$

ANÁLISIS GENERAL

Una vez realizado los respectivos cálculos se procedió a sumar el total de la matriz de impactos dando una sumatoria de 10.41 y dividiendo para el número de indicadores dando como resultado 2.60 esto quiere decir, que es medio positivo y establece como prioridad cada uno de los diferentes impactos, generando fuentes de empleo y mejorando las condiciones de vida del sector en donde se pretenderá instalar la empresa, ya que cumple con los requisitos para tal fin.

CONCLUSIONES

- Una vez realizado el análisis del diagnóstico situacional se pudo conocer la situación actual de los productores arveja ,donde se evidencia la intervención de intermediarios ya que la comercialización no lo hacen los propietarios del producto, también se pudo constatar que existe suficiente materia prima que puede ser utilizada para el proyecto.
- Se determinó que la ciudad de Ibarra es un lugar estratégico para la implantación del proyecto, lo cual garantiza una rápida distribución del producto, ya que se encuentra cerca de vías de primer orden.
- La empresa contara con una buena estructuración para su funcionamiento tanto en aspectos legales, administrativos con el que nos permitirá desempeñar de manera eficiente sus diferentes funciones.
- Se establece que la inversión para el proyecto es de 35000.00 dólares, al aplicar los evaluadores clásicos financieros confirman la factibilidad del proyecto en los escenarios estudiados.
- El impacto general del proyecto se encuentra en un nivel medio positivo, ya que se toma en cuenta los indicadores que van de acuerdo al proyecto, como; él ámbito social, económico, empresaria ambiental.

RECOMENDACIONES

- Los agricultores pueden asociarse y buscar mercado, satisfaciendo al consumidor, y por ende lograr que exista mayor demanda de su producto, para que no existan intermediarios.
- Captar el mercado con el producto natural y de calidad, diseñado un plan de estrategias de comercialización acorde a las expectativas de los consumidores finales.
- Aprovechar que el Cantón Ibarra .tiene varios sitios turísticos, los cuales nos permitirán efectuar una distribución masiva del producto.
- Facilitar para que el proyecto se realice, ya que los resultados del análisis de los índices financieros su factibilidad, por lo tanto las inversiones tendrán rentabilidad.
- Estar siempre en alerta por posibles afectaciones que puedan surgir por la implementación del proyecto, para aplicar los posibles planes de contingencia.

BIBLIOGRAFÍA

AITECO CONSULTORES (2012)

AGESTIC, (2009)

American Marketing Association (A.M.A.)

ARBOLEDA, German, (2008), Metodología de la Investigación Científica, Loja-Ecuador, 2da edición, editorial Consistencia LTDA.

BONTA, Patricio y Mario Farber,
BRAVO, Mercedes, (2008), Contabilidad General, Quito-Ecuador, 7ma edición, editorial Nuevo Día.

(CERBONI Y BESTA, Hermann)

(CHIRIBOGA, Luis , 2010)

COSTALES, Bolívar (2008)

GÓMEZ, Guillermo, (2007), Planificación y Organización de Empresas, Quito-Ecuador, 8va. Edición, editorial Nuevo Día.

JACOME Walter V; “Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión”. 1ra. Edición, Editorial Universitaria, Ibarra 2005.

MALDONADO, H, (2007), Manual de Contabilidad, Quito-Ecuador, 3ra. Edición, editorial Consistencia LTDA.

MUÑIZ, González Rafael, (2010), Marketing en el siglo XXI, Tercera Edición

PHILIP Kloter y Armstong G, Fundamentos de Marketing, Sexta Edición

SAPAG, Reinaldo (2008) “Introducción a la ingeniería de los alimentos”, Editorial Acribia S.A., Primera Edición, 2008

- THOMPSON, Mónica, (2009), “Fundamentos de la Administración Financiera”, Editorial Cengage Learning, Edición 14°, México 2009.
- TORRES, Silvia, (2012), Normas A.P.A. para citar información bibliográfica, Buenos Aires, 3ª edición, editorial Relym.
- (VASQUEZ, Víctor, H., 2006)
- ZAPATA, Pedro, (2008), Contabilidad General, DF. México, 4ta. Edición, editorial Pearson Educación.
- ZAPATA, Pedro, (2011), Principios de la Administración Financiera, DF. México, 4ta. Edición, editorial Pearson Educación.

LINKOGRAFIA

(<http://apuntesyama.galeon.com/comercializacion.html>)

(<http://babyilove.bligoo.com.mx/cuadro-comparativo-micro-localizacion-y-macro-localizacion#.UaYdddgV-cA>)

(<http://definicion.de/precio/#ixzz2kaHL10la>, 2008)

(<http://es.scribd.com/doc/95784336/Macro-y-Micro-Localizacion-de-Planta>, 2012)

(<http://www.saluddiaria.com/1508/propiedades-beneficios-consumir-arvejas/>,)

Anejos



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

ENCUESTA DIRIGIDA A: Los dueños de tiendas y supermercados de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

OBJETIVO: Saber si el estudio de factibilidad de la creación de una empresa de producción y comercialización de enconfitados de alverja, en la ciudad de Ibarra es conveniente realizarlo.

INSTRUCCIONES:

- Sírvase contestar el siguiente cuestionario con la mayor seriedad y sinceridad, esta encuesta es de carácter anónima.
- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
- Marque una sola X dentro del rectángulo según corresponda su respuesta.

11. ¿Usted vende snack de que tipo?

Con ingrediente de Maíz
Frito
Enconfitado

12. ¿Cuáles son los proveedores de los snack que usted vende?

Microempresas
Empresas
Artesanos

13. ¿En qué presentaciones vienen estos productos?

Cartón
Plástico
Funda de papel

14. ¿Cuáles son los precios de los productos mencionados anteriormente?

0.15 a 0.25
0.30 a 0.40
0.41 a 0.50

15. ¿Qué cantidad de producto adquiere Ud. mensualmente?

De 50 a 100

De 100 a 150

De 150 a 200

16. ¿Cuáles son los precios que paga por estos productos?

5.00 A 15.00

15.00 a 25.00

25.00 a 35.00

35.00 a 45.00

17. ¿Le gustaría que se cree una empresa de producción y comercialización de alverjas enconfitadas?

Muy de acuerdo

De acuerdo

No estoy de acuerdo

18. ¿En qué presentación a Ud. le gustaría que se comercialice este producto?

Cartón

Plástico

Funda de papel

19. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por este producto?

0.90 a 1.25

1.25 a 1.50

1.50 a 2.00

20. ¿Qué cantidad Ud. podría comercializar de las alverjas enconfitadas?

12 a 24 unid.

24 a 48 unid

48 a 60 unid

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN