



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y**  
**AUDITORÍA**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS ELABORADOS A  
BASE DE INSUMOS TRADICIONALES, EN LA CIUDAD DE  
IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

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

**AUTORA: IPIALES, CH. JENNY A.**

**DIRECTOR: ING. CÉSAR PINTO**

**IBARRA, DICIEMBRE 2013.**

## RESUMEN EJECUTIVO

La ciudad de Ibarra es uno de los atractivos más importantes de la provincia de Imbabura; por su ubicación cuenta con un clima y paisajes especiales, únicos en la región. El Crecimiento Poblacional y la globalización con su apertura económica ha traído consigo la introducción al país de una serie de productos y establecimientos comerciales que mezclan la cultura local con costumbres y hábitos de otros lugares, venden una gran variedad de alimentos y productos nuevos, muchos de los cuales entran en la categoría de "comidas rápidas / chatarras". Una población que envejece, por el consumo de comida rápida, la obesidad y el estilo de vida cada vez más sedentario que lleva la gente, son los factores clave del aumento alarmante de enfermedades a causa de una alimentación deficiente. La Empresa "LO TRADICIONAL DE ALEJITA" dedicada a la Elaboración y comercialización de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales en la Ciudad de Ibarra, se creará, por la experiencia personal y familiar en el área gastronómica, tiene como propósito elaborar alimentos como quimbolitos, humitas, tamales, morocho con leche, tortillas de tiesto y arroz de cebada con leche, entre otros. Con altos contenidos proteínicos y nutricionales, considerando la manera cómo ha evolucionado la situación de la salud en nuestro país en las últimas décadas, existe un aumento muy significativo de enfermedades cardiovasculares, obesidad, hipertensión arterial, diabetes se debe principalmente a los malos hábitos de alimentación. La Empresa iniciara con el fin de rescatar la buena cultura alimenticia de la población.



## EXECUTIVE SUMMARY

Ibarra city is one of the most important attractions of the province of Imbabura; its location has a special climate and landscapes, unique in the region. Population Growth and globalization with economic liberalization has brought into the country in a series of products and merchants that blend local culture with customs and habits of other places, selling a wide variety of food and new products, many of which fall into the category of “fast foods / junk “. An aging population, by eating fast food, obesity and lifestyle increasingly sedentary people wear is key factors alarming increase in disease due to poor nutrition. The company "THE TRADITIONAL ALEJITA" dedicated to the processing and marketing of food prepared from traditional inputs in the city of Ibarra is created, by personal experience and family in the dining area, aims to make food as quimbolitos, humitas, tamales, morocho with milk, tortillas pot barley and rice pudding, among others. With high protein and nutrient content, considering the way the situation has evolved health in our country in recent decades, there is a very significant increase in cardiovascular disease, obesity, hypertension arterial, diabetes is mainly due to poor eating habits. The company started with the aim of rescuing good food culture of the population.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**

**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100320456-5		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Ipiales Chicaiza Jenny Alejandra		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Ibarra, Alpachaca calle Machala y Canario 2-46		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:Aleja100788@gmail.com">Aleja100788@gmail.com</a>		
<b>TELÉFONO:</b>	062-952-634	TELÉF. MOVIL	0979984449

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.”
<b>AUTOR:</b>	Ipiales Chicaiza Jenny Alejandra
<b>FECHA:</b>	09 de Diciembre 2013.
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA</b>	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
<b>ASESOR / DIRECTOR:</b>	Ing. César Pinto

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Jenny Alejandra Ipiates Chicaiza, con cédula de identidad Nro. 100320456-5, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, 09 de Diciembre del 2013

#### EL AUTOR

(Firma).....  
Nombre: Jenny Alejandra Ipiates Ch.  
C.C. 100320456-5

#### ACEPTACIÓN

(Firma).....  
Nombre: Betty Chávez  
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario.....



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

Yo, Jenny Alejandra IpiALES Chicaiza, con cédula de ciudadanía Nro. 100320456-5, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

(Firma): ..... 

**Nombre:** Jenny Alejandra IpiALES Ch.


**Cédula:** 100320456-5

Ibarra, 09 de Diciembre del 2013

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR DEL TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada, JENNY ALEJANDRA IPIALES CHICAIZA, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA., cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el mencionado trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra, 09 de Diciembre del 2013.

  
**ING. CÉSAR PINTO**  
C.C. 100152757-9

## DEDICATORIA

*A mi Madre Gladys Ipiales, quien me enseñó desde pequeña a luchar por mis metas, alcanzar mis objetivos y por ser un ejemplo a seguir, y siembra en mí la semilla de la sensibilidad y la comprensión, su cariño, amor y por enseñarme a que debo tener la fortaleza de continuar hacia adelante no importa las circunstancias que la vida nos presenta. Sé que desde donde está siempre me ayuda con su protección y bendición.*

*Mi triunfo es la de mi madre, ¡La amo!*

**JENNY ALEJANDRA IPIALES CHICAIZA.**



## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento especialmente a Dios quien ha sabido guiarme y llenarme de bendiciones en todo el transcurso de mi vida.

A mi Madre y a mis abuelitos porque gracias a su cariño, guía y apoyo he cumplido la más grande de mis metas, a quienes con su apoyo alguno, han sacrificado gran parte de su vida para formarme y educarme.

A mis tíos y tías por estar en todo momento a mi lado por darme las fuerzas para seguir adelante y por el apoyo incondicional.

A mis amigos por todo lo que me han brindado por estar en las buenas y en las malas.

Agradezco especialmente a mi Director Ing. César Pinto, por su apoyo, guía en el desarrollo de este proyecto.

**JENNY ALEJANDRA IPIALES CHICAIZA.**

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”, se desarrolló bajo la modalidad de proyecto. Para que lo investigado sea de fácil comprensión, se utilizó un lenguaje claro y sencillo, el informe de trabajo de grado se encuentra estructurado en siete capítulos, los mismos que han sido organizados siguiendo una secuencia lógica.

El primer capítulo abarca el denominado diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra, el cual contiene antecedentes de los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales como son: quimbolitos, humitas, tamales, morocho con leche, tortillas de tiesto, y el arroz de cebada con leche, en el mercado local, datos estadísticos de la población de Ibarra del sector urbano, se determinó la población económicamente activa en base a los datos proporcionados por el INEC del censo del 2010, se pudo establecer las oportunidades y riesgos en relación a la creación de la empresa de elaboración de alimentos a base de insumos tradicionales.

El capítulo dos, hace referencia el marco teórico en base a una investigación bibliográfica- documental, por medio de conceptos y teorías referentes a la temática del trabajo de investigación así: La empresa, fundamentos de administración, producción, estudio de mercado, comercialización, antecedentes del maíz, del trigo, el morocho, los alimentos, costos, entre otros.

El capítulo tres corresponde al estudio de mercado, dentro del cual se determinó la muestra poblacional a quienes fueron aplicados los diferentes instrumentos de investigación, para luego determinar la población demandante, así como también la oferta, la demanda y consecuentemente

el cálculo de la demanda insatisfecha, para determinar y conocer los requerimientos y expectativas en lo referente a una alimentación saludable.

En el capítulo cuatro se determina el estudio técnico en el constan la macro localización y micro-localización del proyecto, la ubicación de la empresa, el diseño y distribución de las instalaciones, diagramas y cuadro de proceso, requerimientos de la empresa y la valoración de las inversiones fijas, así como también su financiamiento.

En el quinto capítulo se encuentra detallada la evaluación económica y financiera, para lo tanto se registró todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la empresa como son inversiones, presupuesto de ingresos, costos, gastos, y el correspondiente análisis financiero para determinar si el proyecto es o no viable. Además se analiza la ventaja económica que se obtendrá del proyecto.

En el sexto capítulo se plantea la estructura organizacional y funcional que tendrá la empresa “**LO TRADICIONAL DE ALEJITA**”, en donde se hace constar aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, políticas, principios, valores, objetivos, organigrama estructural, manual de funciones y los requerimientos del personal.

En el séptimo capítulo se ha determinado los Impactos que se generará con la puesta en marcha del proyecto en el ámbito económico, social, cultural, ético, educativo, ambiental -ecológico.

Y para finalizar se sacaron las conclusiones después de haber cumplido con las etapas del proceso de investigación, luego de ello se formulan varias recomendaciones que serán de importancia para la buena marcha de la nueva empresa.

## JUSTIFICACIÓN

Las razones por las cuales se ha escogido este tema son las siguientes:

La investigación se dio por motivo que en Ibarra no existe un lugar donde se especialicen en la elaboración de alimentos a base de insumos tradicionales con insumos naturales.

La elaboración de alimentos a base de insumo tradicionales de manera 100% natural son escasos no son aprovechados al máximo por esta razón se quiere rescatar la buena alimentación de la población ofreciendo alimentos con insumos tradicionales ricos y al alcance de todos.

Un factor relevante para la creación de este proyecto es el crecimiento poblacional en la Ciudad de Ibarra, el cual está proporcionando un crecimiento comercial y social en la zona, abriendo oportunidades de negocios y de trabajo, las mismas que buscan satisfacer una de las necesidades básicas de las personas como es la alimentación.

En la Ciudad de Ibarra se creará la empresa dedicada a la elaboración y comercialización de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales con altos valores nutritivos enfocados a satisfacer las necesidades de, adultos, jóvenes y los niños que se transforman en nuestros futuros clientes potenciales intentando rescatar una buena cultura alimenticia.

Este proyecto con la elaboración de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales, se posicionara en el mercado con nuevos productos, y servicios de buffet a domicilio, creando fuentes de trabajo, mejorando la calidad de vida de los habitantes de la ciudad de Ibarra.

La Empresa estará ubicado muy cerca del contorno urbano de la ciudad de Ibarra donde existe un fácil acceso de turistas que podrían visitar y degustar los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales.

Existe la posibilidad de obtener un crédito en el Banco Produbanco el cual brinda créditos a los pequeños productores con una ayuda denominada 5-5-5 que significa que se realizarán préstamos de USD. 5.000 dólares, al 5% de interés durante 5 años.

La Empresa será organizada y administrada por la propietaria quien tiene conocimientos sobre administración, finanzas, contabilidad, marketing, entre otros.

## **OBJETIVOS:**

### **GENERALES**

- Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### **ESPECIFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra, mediante la matriz AOOD.
- Elaborar un marco teórico que sustente el proyecto, a través de la investigación bibliográfica y documental.
- Determinar el Estudio del mercado: Oferta y Demanda.
- Realizar el Estudio Técnico para analizar la factibilidad del proyecto su localización, dimensión y equipamiento e identificar aspectos técnicos relacionados con los alimentos elaborados a base de Insumos Tradicionales.
- Elaborar la Estructura Organizacional que identifique las funciones y las políticas de la Empresa de Elaboración y comercialización de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales.
- Realizar el estudio Económico Financiero para la creación de la empresa de elaboración y comercialización de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales, mediante el análisis de costos.
- Determinar los principales impactos que producirá el proyecto, mediante investigación de campo

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
EXECUTIVE SUMMARY .....	iii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN .....	iv
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD .....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR DEL TRABAJO DE GRADO .....	vii
DEDICATORIA .....	viii
AGRADECIMIENTO .....	ix
INTRODUCCIÓN .....	x
JUSTIFICACIÓN .....	xii
OBJETIVOS:.....	xiii
ÍNDICE GENERAL.....	xiv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xx
ÍNDECE DE GRÁFICOS.....	xxiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xxv
CAPÍTULO I .....	26
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	26
ANTECEDENTES .....	26
OBJETIVOS:.....	28
VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	28
INDICADORES.....	29
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	31
MATRIZ AOR (ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos....	32
DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN.....	33
CAPÍTULO II.....	34
MARCO TEÓRICO .....	34
LA EMPRESA.....	34
Objetivo .....	34

Importancia.....	34
Clasificación de Empresa .....	35
Personas .....	35
Personas jurídicas.....	35
Operaciones Comerciales.....	36
Propiedad o Derechos de las Empresas .....	36
ADMINISTRACIÓN.....	36
Procesos administrativos de la empresa.....	37
Organización.....	37
Estructura organizacional .....	38
El Organigrama.....	38
Clases de Organigramas .....	39
Tipo de Estructura Organizacional .....	39
Características de la organización funcional: .....	40
Dirección .....	40
Control .....	40
ELABORACIÓN.....	40
Producto .....	40
Ciclo de vida del producto.....	41
Etapas del Ciclo de Vida del Producto: .....	41
Tipos de Procesos Productivos.....	44
ESTUDIO DE MERCADO.....	45
Investigación de mercado .....	45
Producto .....	45
Mercado Meta.....	45
Segmento de Mercado .....	45
Demanda .....	46
Oferta .....	46
Precio .....	46
Comercialización .....	47
Canales de distribución .....	48
Promoción y Publicidad.....	48
EL MAÍZ .....	49

Definición. ....	49
Características del maíz.....	50
Propiedades y Beneficios de la Harina de Maíz para La salud: .....	51
TRIGO .....	52
Definición .....	53
Clasificación de los trigos .....	53
Composición Química. ....	53
LA CEBADA .....	54
Definición .....	54
Propiedades y usos de la cebada.....	54
Características nutricionales .....	55
EL MOROCHO .....	56
Definición .....	56
Propiedades y usos de la Morocho .....	57
Características nutricionales .....	57
LOS ALIMENTOS .....	58
Quimbolitos .....	58
Humitas .....	59
Morocho con leche.....	59
Tortilla de tiesto .....	59
COSTOS .....	60
Estudios financieros.....	60
Elementos de costo de producción .....	61
Costo de Distribución.....	62
Clasificación del costo .....	63
CONTABILIDAD .....	63
Clasificación de Cuentas.....	64
Plan General de Cuentas.....	65
El ciclo financiero de las operaciones.....	65
NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERAS .....	66
Estados Financieros .....	66
Clases de Estados Financieros: .....	67
CAPÍTULO III .....	69



ESTUDIO DE MERCADO.....	69
INTRODUCCIÓN .....	69
OBJETIVOS .....	70
GENERAL .....	70
ESPECÍFICOS.....	70
MECÁNICA OPERATIVA .....	71
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN .....	71
CÁLCULO DE LA MUESTRA .....	71
EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	73
ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE IBARRA, POTENCIALES CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS ...	73
ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS.....	90
DESCRIPCIÓN DEL ALIMENTO .....	100
Características del Alimento.....	101
LOS QUIMBOLITOS.....	101
HUMITAS .....	102
TAMAL .....	103
MOROCHO CON LECHE .....	104
TORTILLA DE TUESTO .....	104
ARROZ DE CEBADA CON LECHE .....	105
OFERTA .....	108
Oferta Actual .....	108
Oferta Potencial.....	108
Oferta Proyectada .....	109
DEMANDA.....	111
Demanda Actual .....	111
Demanda Potencial.....	113
Demanda Proyectada.....	114
BALANCE OFERTA- DEMANDA .....	116
PRECIOS .....	121
PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.....	122
Distribución .....	122
Publicidad .....	123

Marcas .....	127
COMPETENCIA .....	129
CONCLUSIONES.....	130
CAPÍTULO IV.....	131
ESTUDIO TÉCNICO.....	131
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	131
Macro-localización .....	131
Microlocalización .....	132
UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....	134
DISEÑO DE LA REMODELACIÓN DE LA INSTALACIÓN.....	135
INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	135
FLUJOGRAMAS DEL PROCESO.....	135
PRESUPUESTO DEL PROYECTO .....	152
Inversiones Fijas.....	152
Inversiones Diferidas .....	155
Capital de Trabajo.....	155
Inversión Total del Proyecto .....	156
Financiamiento .....	156
Talento Humano.....	157
CAPÍTULO V.....	158
ESTUDIO FINANCIERO .....	158
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	158
PRESUPUESTO DE INGRESO .....	159
PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	160
COSTOS DE ELABORACIÓN.....	161
MANO DE OBRA .....	176
GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	182
PRÉSTAMO BANCARIO .....	184
TABLA DE AMORTIZACIÓN .....	184
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS .....	185
ESTADOS FINANCIEROS .....	189
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA .....	191
ESTADO DE RESULTADOS .....	192

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO.....	193
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	194
TASA DE REDESCUENTO.....	194
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	195
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	197
RELACIÓN COSTO – BENEFICIO.....	200
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	201
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DELA INVERSIÓN.....	204
CAPÍTULO VI.....	207
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	207
CONSTITUCIÓN JURÍDICA.....	207
BASE LEGAL.....	209
FILOSOFÍA INSTITUCIONAL.....	214
MISIÓN.....	214
VISIÓN.....	215
VALORES.....	215
OBJETIVOS.....	216
POLÍTICAS.....	216
ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	217
ESTRUCTURA FUNCIONAL.....	217
CAPÍTULO VII.....	220
IMPACTOS.....	220
IMPACTO SOCIAL.....	221
IMPACTO ECONÓMICO.....	222
IMPACTO AMBIENTAL.....	223
IMPACTO CULTURAL.....	224
IMPACTO TECNOLÓGICO.....	225
IMPACTO EMPRESARIAL.....	226
IMPACTO GLOBAL.....	227
CONCLUSIONES.....	228
RECOMENDACIONES.....	230
BIBLIOGRAFÍA.....	232
LINCOGRAFÍA.....	234

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS .....	35
Tabla 2.- PROPIEDADES DEL MAÍZ .....	52
Tabla 3.- CLASIFICACIÓN DEL TRIGO .....	53
Tabla 4.- POR 100 GR. DE CEBADA CONTIENE: .....	55
Tabla 5.- GÉNERO DE LOS POTENCIALES CONSUMIDORES .....	73
Tabla 6.- POTENCIALES CONSUMIDORES DE IBARRA .....	74
Tabla 7.- LOS ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES .....	75
Tabla 8.- VENTAJAS DE LOS ALIMENTOS TRADICIONALES .....	76
Tabla 9.- IMPORTANCIA DE DEGUSTAR LOS ALIMENTOS .....	77
Tabla 10.- FRECUENCIA DE CONSUMIR LOS ALIMENTOS .....	78
Tabla 11.- LOS LUGARES QUE CONSUMEN LOS ALIMENTOS .....	79
Tabla 12.- LA MANERA DE PREFERENCIA DE LOS ALIMENTOS .....	80
Tabla 13.- PRODUCTO PARA ACOMPAÑAR LOS ALIMENTOS SALUDABLES .....	81
Tabla 14.- EMPAQUE PARA LOS ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES .....	82
Tabla 15.- HORARIO DE PREFERENCIA DE CONSUMIR LOS ALIMENTOS ..	83
Tabla 16.- RAZÓN AL COMPRAR LOS ALIMENTOS .....	84
Tabla 17.- PRECIO QUE PAGARÍA POR LOS ALIMENTOS TRADICIONALES	85
Tabla 18.- CUMPLEN EXPECTATIVAS LOS ALIMENTOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES .....	89
Tabla 19.- TIEMPO DE ACTIVIDAD .....	90
Tabla 20.- ALIMENTOS QUE ELABORA .....	91

Tabla 21.- INSUMOS PARA LA PRODUCCIÓN .....	92
Tabla 22.- PRÉSTAMO .....	93
Tabla 23.- MERCADO QUE UBICA EL PRODUCTO .....	94
Tabla 24.- MEDIO DE COMUNICACIÓN .....	95
Tabla 25.- LA DISTRIBUCIÓN DEL ALIMENTO .....	96
Tabla 26.- LOS CLIENTES SON FIJOS.....	97
Tabla 27.- FACTOR QUE AFECTA LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS .....	98
Tabla 28.- POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE IBARRA 2010 .....	107
Tabla 29.- OFERTA ACTUAL .....	108
Tabla 30.- OFERTA POTENCIAL.....	108
Tabla 31.- PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN CANTIDAD DE ALIMENTO ....	110
Tabla 32.- TAMAÑO DE LA DEMANDA HISTORICA.....	111
Tabla 33.- PERSONAS QUE LES AGRADA LOS ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES .....	112
Tabla 34.- PERSONAS QUE CONSUMEN LOS ALIMENTOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES.....	112
Tabla 35.- DEMANDA POTENCIAL.....	114
Tabla 36.- DEMANDA POTENCIAL ACTUAL.....	114
Tabla 37.- PROYECCIÓN DE LA DEMANDA A CINCO AÑOS.....	115
Tabla 38.- DEMANDA INSATISFECHA ALIMENTO: QUIMBOLITO.....	116
Tabla 39.- DEMANDA INSATISFECHA ALIMENTO: HUMITAS.....	117
Tabla 40.- DEMANDA INSATISFECHA ALIMENTO: TAMALES .....	117
Tabla 41.- DEMANDA INSATISFECHA ALIMENTO: MOROCHO CON LECHE .....	117
Tabla 42.- DEMANDA INSATISFECHA ALIMENTO: TORTILLA DE TIESTO ..	118
Tabla 43.- DEMANDA INSATISFECHA ALIMENTO: ARROZ DE CEBADA.....	118

Tabla 44.- CANTIDAD PROYECTADA DE CADA ALIMENTO .....	119
Tabla 45.- PROYECCIÓN DEL PRECIO .....	122
Tabla 46.- PROYECCIÓN DE VENTAS.....	122
Tabla 47.- PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA .....	129
Tabla 48.- EDIFICIO .....	152
Tabla 49.- REMODELACIÓN Y ADECUACIÓN DEL EDIFICIO .....	152
Tabla 50.- MAQUINARIA Y EQUIPOS DE ELABORACIÓN.....	153
Tabla 51.- MUEBLES Y ENSERES .....	153
Tabla 52.- EQUIPOS DE OFICINA .....	154
Tabla 53.- EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....	154
Tabla 54.- VEHÍCULO .....	154
Tabla 55.- RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA.....	155
Tabla 56.- INVERSIONES DIFERIDAS.....	155
Tabla 57.- CAPITAL DE TRABAJO.....	156
Tabla 58.- INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO .....	156
Tabla 59.- FINANCIAMIENTO .....	157
Tabla 60.- TALENTO HUMANO .....	157
Tabla 61.- VALORACIÓN DE IMPACTOS.....	220
Tabla 62.- IMPACTO SOCIAL .....	221
Tabla 63.- IMPACTO ECONÓMICO .....	222
Tabla 64.- IMPACTO AMBIENTAL.....	223
Tabla 65.- IMPACTO CULTURAL .....	224
Tabla 66.- IMPACTO TECNOLÓGICO.....	225
Tabla 67.- IMPACTO EMPRESARIAL.....	226
Tabla 68.-IMPACTO GLOBAL .....	227

## ÍNDECE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.- PROCESO ADMINISTRATIVO.....	37
Gráfico 2 .- EL CICLO FINANCIERO.....	66
Gráfico 3.- GÉNERO DE LOS POTENCIALES CONSUMIDORES.....	73
Gráfico 4.- POTENCIALES CONSUMIDORES DE IBARRA .....	74
Gráfico 5.- LOS ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMO TRADICIONALES .....	75
Gráfico 6.- VENTAJAS DE LOS ALIMENTOS TRADICIONALES.....	76
Gráfico 7.- LA IMPORTANCIA DE DEGUSTAR LOS ALIMENTOS.....	77
Gráfico 8.- FRECUENCIA DE CONSUMIR LOS ALIMENTOS .....	78
Gráfico 9.- LOS LUGARES QUE CONSUME ALIMENTOS .....	79
Gráfico 10.- LA MANERA DE PREFERENCIA DE LOS ALIMENTOS.....	80
Gráfico 11.- PRODUCTO PARA ACOMPAÑAR LOS ALIMENTOS SALUDABLES .....	81
Gráfico 12.- EMPAQUE PARA LOS ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES.....	82
Gráfico 13.- HORARIO DE PREFERENCIA DE CONSUMIR LOS ALIMENTOS	83
Gráfico 14.- RAZÓN AL COMPRAR LOS ALIMENTOS.....	84
Gráfico 15.- PRECIO QUE PAGARÍA POR LOS ALIMENTOS TRADICIONALES .....	86
Gráfico 16.- CUMPLEN EXPECTATIVAS LOS ALIMENTOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES.....	89
Gráfico 17.- TIEMPO DE ACTIVIDAD .....	90
Gráfico 18.- ALIMENTOS QUE ELABORA.....	91
Gráfico 19.- INSUMOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	92
Gráfico 20.- PRÉSTAMO .....	93

Gráfico 21.- MERCADO QUE UBICA EL PRODUCTO .....	94
Gráfico 22.- MEDIO DE COMUNICACIÓN .....	95
Gráfico 23.- LA DISTRIBUCIÓN DEL ALIMENTO.....	96
Gráfico 24.- LOS CLIENTES SON FIJOS.....	97
Gráfico 25.- FACTOR QUE AFECTA LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS .....	98
Gráfico 26.-COMERCIALIZACIÓN DE LOS ALIMENTOS.....	123
Gráfico 27.- MAPA DE MACROLO-CALIZACIÓN.....	131
Gráfico 28.- IBARRA.....	133
Gráfico 29.- UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....	134
Gráfico 30.- FLUJOGRAMA DE PROCESOS DE LOS ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES.....	142
Gráfico 31.- FLUJOGRAMA DE LOS QUIMBOLITOS.....	146
Gráfico 32.- FLUJOGRAMA DE LOS HUMITAS. ....	147
Gráfico 33.- FLUJOGRAMA DE LOS TAMALES.....	148
Gráfico 34.- FLUJOGRAMA DE LOS MOROCHO CON LECHE.....	149
Gráfico 35.- FLUJOGRAMA DE LOS TORTILLAS DE TIESTO.....	150
Gráfico 36.- FLUJOGRAMA DE ARROZ DE CEBADA CON LECHE.....	151
Gráfico 37.- ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	217



## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.- EL MAÍZ .....	49
Ilustración 2.- EL TRIGO.....	52
Ilustración 3.- LA CEBADA .....	54
Ilustración 4.- EL MOROCHO .....	56
Ilustración 5.- DIFERENTES ALIMENTOS .....	101
Ilustración 6.- QUIMBOLITOS.....	101
Ilustración 7.- HUMITAS .....	102
Ilustración 8.- TAMAL .....	103
Ilustración 9.- MOROCHO CON LECHE.....	104
Ilustración 10.- TORTILLA DE TIESTO.....	104
Ilustración 11.- ARROZ DE CEBADA CON LECHE .....	105
Ilustración 12.- ANUNCIO PUBLICITARIO .....	124
Ilustración 13.- DÍPTICO CARA 1 .....	125
Ilustración 14.- DÍPTICO CARA 2.....	126
Ilustración 15.- MARCA .....	127
Ilustración 16.- ETIQUETA 1 .....	127
Ilustración 17.- ETIQUETA 2 .....	128
Ilustración 18.- MAQUINARÍA Y EQUIPO.....	140
Ilustración 19.- EQUIPOS DE COCINAS .....	141
Ilustración 20.- PROCESO DE ELABORACIÓN DE MASAS PARA EL QUIMBOLITO, HUMITAS Y TAMALES. ....	143
Ilustración 21.-PROCESO DE ELABORACIÓN DE MASAS PARA LAS TORTILLAS DE TIESTO .....	144
Ilustración 22.- PROCESO DE ELABORACIÓN DEL MOROCHO CON LECHE Y ARROZ DE CEBADA CON LECHE.....	145

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. ANTECEDENTES**

Imbabura es una provincia de la Sierra Norte de Ecuador, conocida como la "provincia de los lagos. Es la provincia más turística del Ecuador. La capital de la provincia es Ibarra y las principales ciudades son: Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui, Urcuquí. Es también conocida por sus contrastes poblacionales es así que la población está marcada por diferentes factores demográficos, además desde siempre ha sido núcleo de artesanías, cultura y gastronomía.

Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Imbabura pertenece a la zona 1, compuesta por las provincias del Carchi, Imbabura Sucumbíos y Esmeraldas.

Ibarra (Villa de San Miguel de 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; "la bohemia del norte" por su gente conservadora, amable, abierta al arte y a la música, y tan creyente de la religión; y "Cupido del Ecuador" por el enorme significado del amor y el romance para sus habitantes". Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia y especialmente por su tradición de platos típicos.

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.

Fue fundada por el español Cristóbal de Troyal, el 28 de septiembre de 1606 por orden de Miguel de Ibarra.

Para realizar el estudio de los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales se inició de la realidad según las investigaciones de campo son realizadas acerca de las propiedades del maíz, el morocho, el trigo y la cebada y se determina que son alimentos con el 100% natural, es decir son nutrientes, proteínicos y saludables. Por sus proteínas y propiedades se puede prever de enfermedades malignas como la obesidad, el estilo de vida y los dietéticos, entre otros.

Una población que envejece, por el consumo de comida rápida, la obesidad y el estilo de vida cada vez más sedentario que lleva la gente, son los factores clave del aumento alarmante de enfermedades a causa de una alimentación deficiente.

Ibarra goza de paisajes innumerables, un simple vistazo para disgustar los alimentos por lo que se pretende en este proyecto elaborar alimentos a base de insumos tradicionales como unas ricas tortillas de tiesto, los quimbolitos, los tamales, el morocho con leche, el arroz de cebada conforman una experiencia muy agradable, con un clima mediterráneo continentalizado que es acogedor, cálido y fresco.

La elaboración de alimentos serían eso que llaman intuición, olfato o corazonada, jugando un papel importante esas ganas de realizarnos como emprendedores e innovadores, escogiendo estos alimentos; ya que se puede decir que se conoce y se sabe su desenvolvimiento en el mercado, escogido no solo por ser alimenticio, sino por llevar a cabo diversas campañas de salud y crear una cultura de alimentarnos sanamente, nutritivos y proteínicos.

## **1.2. OBJETIVOS:**

### **GENERAL**

- Establecer un diagnostico situacional para realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, con la finalidad de contribuir al desarrollo económico.

### **ESPECÍFICOS**

- ✓ Realizar un Diagnostico situacional de la ciudad de Ibarra e identificando el volumen de elaboración de los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales.
- ✓ Investigar los sistemas de comercialización de los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales en la ciudad de Ibarra.
- ✓ Determinar la calidad y disponibilidad del talento humano existente en la elaboración de los alimentos a base de insumos tradicionales en la ciudad de Ibarra.
- ✓ Analizar los sistemas de organización y Administración de los comerciantes.
- ✓ Examinar los sistemas de control económico – financiero para construir proyectos de financiamiento.

## **1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

- Análisis del Entorno y Elaboración
- Comercialización
- Talento humano
- Organización Y Administración
- Sistema Económico Financiero

## **1.4. INDICADORES**

### **ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ELABORACIÓN**

- Formas de producción
- Volumen de producción
- Calidad del alimento
- Tecnología
- Mano de obra
- Productividad

### **COMERCIALIZACIÓN**

- Oferta
- Demanda
- Competencia
- Fijación de precios
- Tipos de mercado
- Canal de distribución
- Publicidad y promoción

### **TALENTO HUMANO**

- Experiencia de trabajo
- Capacitación
- Tradición

### **ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN**

- Nivel de Organización
- Formas de Cultura
- Políticas y normas de control interno

## **SISTEMASECONÓMICO FINANCIERO**

- Inversión
- Financiamiento
- Manejo de Costo y gastos
- Flujo de caja
- Proyección de Ventas
- Determinación del precio de venta
- Estados financieros
- Rentabilidad

## 1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Realizar un Diagnostico situacional de la ciudad de Ibarra e identificando el volumen de elaboración de los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales.	Análisis del Entorno Y Elaboración	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formas de producción</li> <li>• Volumen de producción</li> <li>• Calidad del alimento</li> <li>• Tecnología</li> <li>• Mano de obra</li> <li>• Productividad</li> </ul>	Primaria	Investigación bibliográfica Observación directa Encuesta	Expertos chefs y productores
Investigar los sistemas de comercialización de los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales en la ciudad de Ibarra.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta</li> <li>• Demanda</li> <li>• Competencia</li> <li>• Fijación de precios</li> <li>• Tipos de mercado</li> <li>• Canal de distribución</li> <li>• Publicidad y promoción</li> </ul>	Primaria Y Secundaria	Encuesta Investigación bibliográfica.	Productores y consumidores
Determinar la calidad y disponibilidad del talento humano existente en la elaboración de los alimentos a base de insumos tradicionales en la ciudad de Ibarra.	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de trabajo</li> <li>• Capacitación</li> <li>• Tradición</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Productores Habitantes de la ciudad de Ibarra.
Analizar los sistemas de organización y Administración de los comerciantes.	Organización y Administración.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de Organización</li> <li>• Formas de Cultura</li> <li>• Políticas y normas de control interno</li> </ul>	Primaria Y Secundaria	Encuesta Investigación bibliográfica. Observación Directa	Directivos.
Examinar los sistemas de control económico – financiero para construir proyectos de financiamiento.	Sistema Económico Financiero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión</li> <li>• Financiamiento</li> <li>• Manejo de Costo y gastos</li> <li>• Flujo de caja</li> <li>• Proyección de Ventas</li> <li>• Determinación del precio de venta</li> <li>• Estados financieros</li> <li>• Rentabilidad</li> </ul>	Primaria	Opiniones de expertos Encuesta Observación Directa	Asesores financieros, contadores y productores.

ELABORADO POR: La Autora

## **1.6. MATRIZ AOOR (ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos)**

### **ALIADOS**

- ✓ Mano de Obra disponible.
- ✓ Materia prima que proporciona varios proveedores.
- ✓ Producto de origen Natural y Tradicional
- ✓ .Calidad y Variedad en el alimento.
- ✓ Variedad de los alimentos.
- ✓ Alto valor nutricional en los insumos como: maíz, morocho, trigo y la cebada.

### **OPONENTES**

- ✓ La aparición de nuevos competidores de mayor cobertura en la ciudad de Ibarra
- ✓ No existe tradición y cultura en la elaboración de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales.
- ✓ El producto no tenga la suficiente acogida en el mercado.
- ✓ No existe costumbre de consumir alimentos saludables, nutritivos.

### **OPORTUNIDADES**

- ✓ Gran aceptación del alimento en el mercado.
- ✓ Fomenta la buena cultura alimenticia rescatando la buena salud.
- ✓ Mejorar sus ingresos de las familias.
- ✓ Nueva alternativa para fomentar fuentes de trabajo.
- ✓ Fijación de precios moderados y adecuados
- ✓ Bajo uso de consumo de químicos en los alimentos.
- ✓ Introducción de nuevos alimentos en el mercado.

### **RIESGOS**

- ✓ Competencia de alimentos sustitutos.
- ✓ Competencia fuerte en el mercado.
- ✓ La migración por falta de empleo en la ciudad de Ibarra.
- ✓ Elevación de precios de la materia prima por la inflación.



## 1.7. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN.

Después de haber realizado el diagnóstico situacional en la ciudad de Ibarra, utilizando las variables que se definen en el estudio de factibilidad se ha determinado que hoy en día la poca oferta de estos productos en lugares de expendio ha dado como resultado la pérdida de la **cultura alimenticia**, referente a alimentos elaborados a base de insumos tradicionales (quimbolitos, humitas, tamales, morocho con leche, tortillas de tiesto y el arroz de cebada con leche de dulce, entre otros).

La problemática no radica únicamente en el consumo de los alimentos nuevos, sino en las repercusiones que estos pueden traer al momento de transformarlos en hábitos alimenticios, sustituyendo las bases principales de una dieta.

El consumo excesivo de comida rápida produce factores de riesgo en la salud de la población entera, lo cual representa un problema cultural de gran importancia.

La historia se repite en todo el mundo los estilos de vida y los patrones dietéticos están cambiando, por la comida rápida como (hamburguesas, papas fritas, hot dog, pizzas, pollo frito por mencionar algunos), como también nuestra población está siendo saturada por alimentos que pierden su valor nutritivo, por su forma acelerada de ser producidos; razón por la cual nos enfocamos en la investigación de necesidades y problemas sociales, detectando oportunidades de negocios que aún no se las está aprovechando oportunamente.

Este proyecto conservará un modelo de elaboración con un alto contenido nutricional propio de nuestra cultura, adaptándolos a los gustos y costumbres de la población, a través de innovación de nuevos alimentos que mejore la calidad de la alimentación para todos los ciudadanos de Ibarra y en general.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. LA EMPRESA

**Zapata Sánchez, Pedro,(2011), Pág. 5, manifiesta:** “La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y la Sociedad en general.”

##### 2.1.1. Objetivo

- Definir la misión, es necesario establecer unos objetivos concretos a alcanzar, que deben tener las siguientes características:
- Cuantificables
- Medibles
- Redactados de forma breve, concisa y clara.
- Alcanzables
- Tener un responsable único
- Controlados periódicamente

##### 2.1.2. Importancia

Incrementar constante de la productividad: organización eficiente de los factores productivos.

Proveer de bienes a la sociedad: incrementar la producción para satisfacer las necesidades de los demandantes.

### 2.1.3. Clasificación de Empresa

Zapata Sánchez, Pedro,(2011), Pág. 5,presenta: La clasificación de las empresas se realiza bajo los siguientes criterios:

**Tabla 1.- CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS**

Según su Naturaleza	Según el sector a la procedencia del Capital	Según la integración del Capital o número de Socios
<p><b>Industriales:</b> Transforman en materias primas en nuevos productos.</p> <p>Comerciales:</p> <p><b>Comerciales:</b> compra y venta de productos, intermediarias entre productores y compradores.</p> <p><b>Servicios:</b> Generación y venta de productos Intangibles. (Venta de servicios a la colectividad).</p>	<p><b>Públicas:</b> El capital pertenece al sector público (Estado).</p> <p><b>Privadas:</b> El capital pertenece al sector privado (personas Naturales o Jurídicas)</p> <p><b>MIXTAS:</b> El capital es Público y Privado (Personas Jurídicas)</p>	<p><b>Unipersonal:</b> El capital es el aporte de una sola persona Natural.</p> <p><b>Sociedades:</b> Aporte de capital por personas Jurídicas o Naturales.</p> <p>Sociedad de Personas.</p> <p>Sociedad de Capital.</p>

FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

### 2.1.4. Personas

En el Código Civil se define como personas a todos los individuos de la especie humana, cuales quiera que sean su edad, sexo o condición.

### 2.1.5. Personas jurídicas

Es la reunión de dos o más Personas Naturales que legalmente constituidas obtienen personería jurídica. Es un ente ficticio con capacidad

para contraer obligaciones y ejercitar derechos. Funciona bajo una Razón Social.

### **2.1.6. Operaciones Comerciales**

Son todas las transacciones mercantiles, constituyen el intercambio de bienes, valores y servicios entre dos partes, con el objeto de satisfacer las necesidades de la colectividad.

Este intercambio requiere una constancia la misma que se refleja en la documentación fuente que constituye la base de los registros contables.

### **2.1.7. Propiedad o Derechos de las Empresas**

**Según Bravo Valdivieso, Mercedes, (2011) Define** Propiedad o derechos de las Empresas.

**Activo.-** Son todos los valores, bienes y derechos de propiedad de la empresa.

**Pasivo.-** Son todas las obligaciones o deudas de la empresa con terceras personas o los derechos de terceras personas sobre la propiedad o activo de la empresa.

**Patrimonio.-** Es el derecho del propietario o propietarios sobre el activo de la empresa.

## **2.2. ADMINISTRACIÓN**

**Sergio Hernández y Rodríguez. (2008), Pág. 3, manifiesta:**  
“Administración es Ciencia compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo corporativo, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que no se pueden lograr individualmente en los organismos sociales.”

### 2.2.1. Procesos administrativos de la empresa

Las funciones o áreas de actividad de la empresa cumplen el papel de indicar dónde se aplican los esfuerzos, en qué campos trabajar, además resuelve el problema de cómo hacer las cosas o las tareas en cada una de estas áreas para lograr los objetivos predeterminados

El proceso administrativo se define mediante las cuatro funciones: Planificación, organización, dirección, control.

**Gráfico 1.- PROCESO ADMINISTRATIVO**



FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

### 2.2.2. Organización.

Según Iván Thompson (2007)

<http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-organizacion.html>. Menciona:

“Organización es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que

los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines, los cuales pueden ser de lucro o no. se refiere al resultado de coordinar, disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias, de tal manera que se logren los fines propuestos.”

### **2.2.3. Estructura organizacional**

“La estructura organizacional puede ser como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos”.

Es decir que la estructura organizacional tiene que ver diferentes aspectos: situación legal, organización, Misión, Visión, Políticas, Objetivos Valores, con la organización estructural de una empresa.

### **2.2.4. El Organigrama**

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>, (2013) El Organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización. Representan las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización.

El Organigrama es un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea uniforme acerca de una organización. Si no lo hace con toda fidelidad, distorsionaría la visión general y el análisis particular, pudiendo provocar decisiones erróneas a que lo utiliza como instrumento de precisión.

El Organigrama tiene doble finalidad:

- ✓ Desempeña un papel informativo, al permite que los integrante de la organización y de las personas vinculadas a ella conozcan, a nivel global, sus características generales.
- ✓ De instrumentos para análisis estructural al poner de relieve, con la eficacia propia de las representaciones gráficas, las particularidades esenciales de la organización representada.

### 2.2.5. Clases de Organigramas

**Vertical:** Muestra las jerarquías según una pirámide, de arriba a abajo.

**Horizontal:** Muestra las jerarquías de izquierda a derecha.

**Mixto:** Es una combinación entre el horizontal y el vertical.

**Circular:** La autoridad máxima está en el centro, alrededor de él se forman círculos concéntricos donde se nombran a los jefes inmediatos.

**Escalar:** Se usan sangrías para señalar la autoridad, cuanto mayor es la sangría, menor es la autoridad de ese cargo.

**Tabular:** Es prácticamente escalar, solo que mientras el escalar lleva líneas que unen los mandos de autoridad el tabular no.

### 2.2.6. Tipo de Estructura Organizacional

La organización por funciones reúne, en un departamento, a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, que se denominan funciones. Es el tipo de estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea. Es probable que la organización funcional sea la forma más lógica y básica de división por departamentos. La emplean esencialmente las pequeñas empresas que ofrecen una línea limitada de productos porque posibilita aprovechar con eficiencia los recursos especializados. Facilita considerablemente la supervisión porque cada gerente sólo debe ser experto en un área limitada de conocimientos y habilidades. Además, facilita el movimiento de los conocimientos y habilidades especializadas para su uso en los puntos donde más se necesitan.

### **2.2.7. Características de la organización funcional:**

Autoridad funcional o dividida. Es una autoridad que se sustenta en el conocimiento.

Ningún superior tiene autoridad total sobre los subordinados, sino autoridad parcial y relativa.

Línea directa de comunicación. Directa y sin intermediarios, busca la mayor rapidez posible en las comunicaciones entre los diferentes niveles.

Descentralización de las decisiones. Las decisiones se delegan a los órganos cargos especializados.

Énfasis en la especialización. Especialización de todos los órganos a cargo.

### **2.2.8. Dirección**

El propósito fundamental de esta función es impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro y grupo que integran la empresa, con el fin de que las actividades en conjunto se lleven a cabo conforme a los planes establecidos.

### **2.2.9. Control**

Es el proceso que permite garantizar que las actividades reales se ajusten a las actividades proyectadas. El control sirve a los gerentes para monitorear la eficacia de sus actividades, de planificación, organización y dirección.

## **2.3. ELABORACIÓN**

### **2.3.1. Producto**

**Según Córdoba, Marcial, (2006), Pág. 256, Manifiesta:** “Producto es la idea de que los consumidores prefieren los productos que ofrecen la mejor calidad, desempeño y características, y de que por tanto la organización debe dedicar su energía a mejorar continuamente sus productos”.



Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción.

### 2.3.2. Ciclo de vida del producto

Según IvánThomp, (2006), <http://www.promonegocios.net/producto/ciclo-vida-producto.html> define: El ciclo de vida del producto es una herramienta de administración de la mercadotecnia que permite conocer y rastrear la etapa en la que se encuentra una determinada categoría o clase de producto, lo cual, es un requisito indispensable para fijar adecuadamente los objetivos de mercadotecnia para un "x" producto, y también, para planificar las estrategias que permitirán alcanzar esos objetivos.

### 2.3.3. Etapas del Ciclo de Vida del Producto:

Diversos expertos en temas de mercadotecnia coinciden en señalar que son cuatro las etapas que conforman el *ciclo de vida del producto*: A) Introducción, B) Crecimiento, C) Madurez y D) Declinación.

#### A. Introducción:

Esta primera etapa del *ciclo de vida del producto*, se inicia cuando se lanza un nuevo producto al mercado, que puede ser algo innovativo o puede tener una característica novedosa que dé lugar a una nueva categoría de producto.

Esta etapa se caracteriza por presentar el siguiente escenario:

- Las ventas son bajas.
- No existen competidores, y en el caso que los haya son muy pocos.
- Los precios suelen ser altos en esta etapa, debido a que existe una sola oferta, o unas cuantas.

- Los gastos en promoción y distribución son altos.
- Las actividades de distribución son selectivas.
- Las utilidades son negativas o muy bajas.
- El objetivo principal de la promoción es informar.
- Los clientes que adquieren el producto son los innovadores.

## **B. Crecimiento:**

Si una categoría de producto satisface al mercado y sobrevive a la etapa de introducción, ingresa a la segunda etapa del *ciclo de vida del producto* que se conoce como la etapa de crecimiento; en la cual, las ventas comienzan a aumentar rápidamente.

Esta etapa suele presentar el siguiente escenario:

- Las ventas suben con rapidez.
- Muchos competidores ingresan al mercado.
- Aparecen productos con nuevas características (extensiones de producto, servicio o garantía).
- Los precios declinan de manera gradual como un esfuerzo de las empresas por incrementar las ventas y su participación en el mercado.
- La promoción tiene el objetivo de persuadir para lograr la preferencia por la marca.
- La distribución pasa de ser selectiva a intensiva.
- Las utilidades aumentan, a medida que los costos unitarios de fabricación bajan y los costos de promoción se reparten entre un volumen más grande.
- Los clientes que adquieren el producto en esta etapa son los adoptadores tempranos.

### **C. Madurez:**

Es en esta tercera etapa del ciclo de vida del producto, el crecimiento de las ventas se reduce y/o se detiene.

Las características que distinguen esta etapa son las siguientes:

- En una primera etapa, las ventas siguen aumentando, pero a ritmo decreciente, hasta que llega el momento en que se detiene.
- La competencia es intensa, aunque el número de competidores primero tiende a estabilizarse, y luego comienza a reducirse.
- Las líneas de productos se alargan para atraer a segmentos de mercado adicionales. El servicio juega un papel muy importante para atraer y retener a los consumidores.
- Existe una intensa competencia de precios.
- Existe una fuerte promoción (cuyo objetivo es persuadir) que pretende destacar las diferencias y beneficios de la marca.
- Las actividades de distribución son aún más intensivas que en la etapa de crecimiento.
- Las ganancias de productores y de intermediarios decaen principalmente por la intensa competencia de precios.
- Los clientes que compran en esta etapa son la mayoría media.

### **D. Declinación:**

En esta cuarta etapa del *ciclo de vida del producto*, la demanda disminuye, por tanto, existe una baja de larga duración en las ventas, las cuales, podrían bajar a cero, o caer a su nivel más bajo en el que pueden continuar durante muchos años.

Las características que permiten identificar esta etapa, son las siguientes:

- Las ventas van en declive.
- La competencia va bajando en intensidad debido a que el número de competidores va decreciendo.
- Se producen recortes en las líneas de productos existentes mediante la discontinuación de presentaciones.
- Los precios se estabilizan a niveles relativamente bajos. Sin embargo, puede haber un pequeño aumento de precios si existen pocos competidores (los últimos en salir).
- La promoción se reduce al mínimo, tan solo para reforzar la imagen de marca o para recordar la existencia del producto.
- Las actividades de distribución vuelven a ser selectivos. Por lo regular, se discontinúan los distribuidores no rentables.
- Existe una baja en las utilidades hasta que éstos son nulos, e incluso, se convierten en negativos.
- Los clientes que compran en esta etapa, son los rezagados.

#### **2.3.4. Tipos de Procesos Productivos**

**Tecnología.-** Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

**Inversión.-** Es un término económico, con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo.

## **2.4. ESTUDIO DE MERCADO Investigación de mercado**

Es una herramienta necesaria para el ejercicio del marketing. Este tipo de investigación parte del análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores.

### **2.4.2. Producto**

Un producto es un bien con características físicas (peso, tamaño) con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes; como también hace referencia a lo que el cliente percibe de él (calidad, durabilidad, entre otros).

### **2.4.3. Mercado Meta**

**Según Klottler, Armstrong. (2007), Pág. 207 menciona:** “Las características del cliente objetivo: cuáles son sus hábitos de consumo, cuales es su estilo de vida, cuáles son sus preferencias”.

Conjunto de transacciones que se realizan entre los compradores y vendedores de un bien o servicio; vale decir, es el punto de encuentro entre los agentes económicos que actúan como oferentes y demandantes de bienes y servicios.

En mi consideración el mercado meta se relaciona con las necesidades de la empresa de seleccionar de un segmento de mercado, la población o consumidores los cuales se quiere llegar.

### **2.4.4. Segmento de Mercado**

El segmento de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

#### **2.4.5. Demanda**

**Núñez, Z. Rafael,(2007), Pág. 27, Define** “La demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”.

La determinación de la demanda está basada de acuerdo a las necesidades del mercado, es decir en la cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo.

Es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicios. Para su estudio, es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y así mismo, conocer la tendencia que muestra el bien y/o servicio que se va a comercializar y con base en esta información, poder proyectar el comportamiento futuro de la demanda.

#### **2.4.6. Oferta**

La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.

En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado.

#### **2.4.7. Precio**

**Según Germán, Arboleda, (2004), Pág. 175, Considera:** “El Precio es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es

uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”.

**Según <http://es.thefreedictionary.com/precio>, (2009), afirma:** El precio es la expresión del valor de cambio de una mercancía expresado en unidades monetarias. El precio está en función de la oferta y demanda: aumenta en correlación con el aumento de la demanda y la disminución de la oferta y viceversa.

El precio es la cantidad de dinero que se necesita para adquirir en intercambio de un producto y/o servicio.

Pero también depende de factores monetarios en virtud de su poder adquisitivo. Así, un aumento del doble de la cantidad de dinero, manteniéndose constantes el resto de variables, provoca la duplicación de todos los precios.

**Precio de competencia** Precio que se forma en un mercado de competencia perfecta.

**Precio de costo {o} de producción** El valor intrínseco de una mercancía determinado únicamente por el costo de producirla.

**Precio de mercado** Precio que consigue un producto en un momento determinado; depende de las oscilaciones de la oferta y de la demanda.

**Precio público** Precio que se fija para la prestación de determinados servicios públicos.

#### **2.4.8. Comercialización**

**Según Baca Urbina. Gabriel, (2010) Pág. 4, Define:** “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

**Según <http://definicion.de/comercializacion/>, (2013),** Comercialización es la acción y afecto de comerciar es decir poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.

Es posible asociar a la distribución o logística, que se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final.

El objetivo de la comercialización, en este sentido, es ofrecer el producto en el lugar y momento en que el consumidor desea adquirirlo.

#### **2.4.9. Canales de distribución**

Es la administración del o los canales a través de los cuales la propiedad de los productos se transfiere, de los fabricantes al comprador o en muchos casos las formas mediante las cuales los bienes se llevan del lugar de producción al punto de compra por parte del cliente final.

#### **2.4.10. Promoción y Publicidad**

**Juan Antonio Flores Uribe (2010); manifiesta** la promoción de productos es un medio de darlo a conocer y así incentivar las ventas. La forma más usual es la de hacer degustaciones o entrega de productos en sobres de tamaño de muestra gratis para que lo utilicen y si les gusta, lo compre.



La promoción se puede definir como un conjunto de actividades de corta duración dirigidas a los distribuidores, vendedores y consumidores a través de incentivos económicos y propuestas afines.

**Juan Antonio Flores Uribe (2010)**; afirma los medios publicitarios a utilizar, dependen en gran medida, del presupuesto que se disponga para dar a conocer el producto.

## 2.5. EL MAÍZ

### Ilustración 1.- EL MAÍZ



FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

#### 2.5.1. Definición.

Según <http://www.buenastareas.com/ensayos/Antecedentes-DelMaiz/1918758.html>, (2013) Define: El maíz es un tipo de cereal, también conocido como elote o choclo, que en la mayoría de los casos es de color amarillo aunque también existen rojos, negros, marrones y naranjas. La planta de este cereal se caracteriza por contar con hojas gruesas y alargadas y su tallo es cilíndrico.

Los nutrientes que contienen los productos con sustancias presentes en los alimentos que nos proporcionan la energía que necesitamos para nuestras actividades diarias, ayudan a nuestro cuerpo a crecer y a mantenerse sano, y también sirve para fortalecer las defensas contra las enfermedades, con componentes como calcio y vitaminas, bajo en grasas, los cuales ayudarán a una estabilidad alimenticia del cuerpo.

## 2.5.2. Características del maíz.

**Según dirección eletrônica:** <http://dacsa.com/spa/mundo-maiz/caracteristicas-y-tipos-de-maiz/caracteristicas-generales-del-maiz.html>,(2011), **afirma que:** El Maíz constituye un alimento muy completo, que aporta numerosos elementos nutritivos y materiales energéticos. Es una destacada fuente de vitaminas del grupo B y de minerales. Posee un valor nutritivo similar al de los otros cereales, aunque se diferencia de éstos en su elevado contenido en carotenos - ningún otro cereal los contiene- o provitaminas A, que se transforman en vitaminas A en el organismo y se caracterizan por su alto poder anti-infeccioso y su condición beneficiosa para la vista.

### Tipos de maíz

Actualmente los tipos de maíces más consumidos son:

Desde el punto de vista comercial se clasifican de acuerdo a la dureza del grano:

**Dentados:** Es el tipo más cultivado. Se caracteriza por una depresión en la corona del grano. Tiene una alta proporción de almidón y baja proteína, y la textura del grano es blanda y de bajo peso. Es preferido para la molienda húmeda y para el alimento del ganado; se utiliza para consumo humano en baja proporción.

**Duros:** Tienen una composición de almidón baja. Por su peso, dureza y alta proteína son preferidos para la molienda seca.

**Harinosos:** Es uno de los tipos más antiguos tipos de maíz lo usaban los Aztecas, Incas y Guaraníes. Los caracteriza su endosperma blando.

**Dulces:** Granos con alto contenido de azúcar de aspecto transparente. Es el verdadero maíz para comer el grano fresco, choclo o maíz de mesa.

**Maíz para Palomitas:** Tiene un endosperma corneo muy duro, conteniendo solo una pequeña fracción de almidón encerrado en un pericarpio denso y resistente.

### **2.5.3. Propiedades y Beneficios de la Harina de Maíz para La salud:**

Contiene Vitaminas A, B, C, E y K, ácidos fólico, ácidos patogénico y minerales como hierro, magnesio, potasio, selenio, zinc, calcio y fósforo.

Contiene ácidos grasos poliinsaturados (ácido linoleico) y ácidos grasos monoinsaturados (ácido oleico), los cuales contribuyen a disminuir el colesterol.

Tiene un alto contenido en fibras, ayudando a prevenir el estreñimiento.

Hay que destacar que contiene un nivel alto de calorías, considerado uno de los más altos entre los cereales, así como carbohidratos complejos.

Nutricionalmente es un excelente alimento y muy equilibrado, sin embargo no se debe abusar de su consumo, ya que puede contribuir al aumento de peso.

**Tabla 2.- PROPIEDADES DEL MAÍZ**

<b>Semillas de maíz dulce</b>	
Valor nutricional por cada 100 g	
Energía 90 kcal 360 Kj	
<b>Carbohidratos</b>	19 g
• Azúcares	3,2 g
<b>Grasas</b>	1,2 g
<b>Proteínas</b>	3,2 g
Vitamina A	10 µg (1%)
Tiamina (Vit. B1)	0.2 mg (15%)
Niacina (Vit. B3)	1.7 mg (11%)
Ácido fólico (Vit. B9)	46 µg (12%)
Vitamina C	7 mg (12%)
Hierro	0.5 mg (4%)
Magnesio	37 mg (10%)
Potasio	270 mg (6%)

FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

## 2.6. TRIGO

**Ilustración 2.- EL TRIGO**



FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

### 2.6.1. Definición

Según dirección  
Electrónica, <http://www.monografias.com/trabajos6/trigo/trigo.shtml>,  
(2013), define: El trigo es una planta gramínea anual, de la familia del césped, con espigas de cuyos granos molidos se saca la harina. Su nombre científico es el *genustriticum*. Es uno de los cereales más usados en la elaboración de alimentos.

### 2.6.2. Clasificación de los trigos

**Tabla 3.- CLASIFICACIÓN DEL TRIGO**

Grupo	Denominación	Características
I	Fuerte	Gluten fuerte y elástico apto para la mecanizada de panificación. Usados para mejorar la calidad de trigos débiles.
II	Medio-Fuerte	Gluten medio-fuerte apto para la industria artesana de panificación
III	Suave	Gluten débil o suave pero extensible apto para la industria galletera. Usado para mejorar las propiedades de trigos tenaces.
IV	Tenaz	Gluten corto o poco extensible pero tenaz, apto para la industria pastelera y galletera
V	Cristalino	Gluten corto y tenaz, apto para la industria de pastas y sopa

FUENTE: INVESTIGACIÓN

Elaborado: Autora

### 2.6.3. Composición Química.

El grano maduro del trigo está formado por: hidratos de carbono, (fibra cruda, almidón, maltosa, sucrosa, glucosa, melibiosa, pentosanos, galactosa, rafinosa), compuestos nitrogenados (principalmente proteínas: Albúmina, globulina, prolamina, residuo y gluteínas), lípidos (ac. Grasos: mirístico, palmítico, esteárico, palmitooleico, oléico, linoléico, linoléico),

sustancias minerales (K, P, S, Cl ) y agua junto con pequeñas cantidades de vitaminas (inositol, colina y del complejo B), enzimas ( B-amilasa, celulasa, glucosidasas ) y otras sustancias como pigmentos.

## 2.7. LA CEBADA

### Ilustración 3.- LA CEBADA



FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

#### 2.7.1. Definición

Según, [http://es.wikipedia.org/wiki/Hordeum\\_vulgare](http://es.wikipedia.org/wiki/Hordeum_vulgare), (2013), afirma: La cebada es una planta de la familia de las poáceas. Es un cereal, al igual que la avena, el arroz, el trigo o el maíz. Tradicionalmente se ha utilizado la cebada para la alimentación.

Es un cereal de los conocidos como cereal de invierno, se cosecha en primavera (mayo o junio, en el hemisferio norte) y generalmente su distribución es similar a la del trigo. Se distinguen dos tipos de cebadas: la cebada de dos carreras o tremesina, y la cebada de 6 carreras o castellana. La tremesina es la que mejor actitud cervecera presenta. La cebada crece bien en suelos drenados, que no necesitan ser tan fértiles como los dedicados al trigo.

#### 2.7.2. Propiedades y usos de la cebada

Hoy en día es muy raro encontrarla en panes, aunque todavía se emplea para realizar alguna preparaciones y gracias a que se está popularizando un tipo de alimentación, más sana y natural ya empiezan a encontrarse bolsa de grano

pelado, que se puede utilizar al igual que el trigo para hacer sopas, guisos, como sustituto de pasta, en ensalada y salteada con verduras. También se utiliza para hacer cereales de desayuno. Es muy conocido en todo el mundo el sustituto del café que se hace con granos de cebada germinados, tostados y mezclados con malta.

Pero claro está el uso más popular de este cereal es la fabricación de malteados y la obtención del mostos, que en ciertos países son consumidos por mujeres embarazadas y madres que lactan, y que son la base para la elaboración de la cerveza, siropes y vinagres. Si se destila se consiguen whiskys y ginebras.

**Tabla 4.- POR 100 GR. DE CEBADA CONTIENE:**

Calorías: 354 KCal.	Fósforo: 264 Mg.
Grasas monoins.:0,3 gr.	Vitamina C: 0,0 Mg.
Proteínas: 12,5 gr.	Potasio: 452 Mg.
Grasas poliinsat.: 1,1 gr.	Vitamina E: 0,6 Mg.
Colesterol: 0,0 Mg.	Sodio: 12 Mg.
Calcio: 33 Mg.	Vitamina A: 22 IU
Grasas sats: 0,5 gr.	
Magnesio: 133 Mg.	

FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

### **2.7.3. Características nutricionales**

La cebada es un cereal que se utiliza como alimento básico en muchos países. Se utiliza comúnmente como un ingrediente en alimentos horneados y en sopas en los Estados Unidos y Europa. La malta de cebada se utiliza para hacer cerveza, y es un endulzante natural llamado azúcar de malta o azúcar de jalea de malta.

Hay información reciente que sugiere que la cebada promete poder reducir los niveles totales de colesterol y la lipoproteína de baja densidad (LDL) en pacientes poco hiperlipidémicos. La cebada tiene un alto contenido de fibra;

una modesta asociación inversa ha sido observada entre el consumo de fibra diabética y la enfermedad cardiovascular en un estudio cohorte importante recientemente, aunque los resultados no fueron satisfactoriamente significativos.

El alimento de cebada germinada es un derivado de las fracciones de aleurona y escutelo de la cebada germinada. Este alimento puede jugar un papel importante en el manejo de la colitis ulcerosa, aunque se requieren más estudios controlados.

El alimento también se ha sugerido como tratamiento para el estreñimiento poco severo. La harina de cebada y salvado acelera el tránsito gastrointestinal y aumenta el peso fecal. La cebada de alto nivel de fibra puede ser útil en dietas para pacientes con diabetes, por su bajo índice glicémico y la habilidad de reducir la glucosa postprandial.

## 2.8. EL MOROCHO

### Ilustración 4.- EL MOROCHO



FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

#### 2.8.1. Definición

[http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/co\\_agricola.php?id=0112](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/co_agricola.php?id=0112)  
**2.01.02. , (2012), Manifiesta:** “Morocho es una variedad de maíz de polinización libre, de amplia adaptación a las condiciones de la sierra norte del Perú.



La principal característica de Morocho es su alto potencial de rendimiento, pudiendo alcanzar hasta 8,0 t/ha, es precoz, pudiendo cosecharse grano seco en 7 meses; lo cual equivale de 1 a 1,5 meses, antes que las variedades locales.

Se aplica a un tipo de maíz de grano duro usado en alimentación.

Los maíces de tipo Morocho son más tolerantes a los problemas que afectan a los maíces harinosos; estos son maíces que tienen el doble propósito de servir como uso humano y para la industria avícola, si bien la industria no los acepta fácilmente a causa de los problemas que presenta su molienda.

### **2.8.2. Propiedades y usos de la Morocho**

Muy utilizado en nuestro país, sobre todo en la Sierra para la elaboración de morocho de sal (sopa), morocho de dulce, empanadas de morocho.

El maíz blanco gigante Cusco actualmente es destinado a la exportación por su especial sabor y tamaño (en ocasiones la mazorca tiene 30 cm de longitud y granos de más de 2 cm de diámetro). En el extranjero es utilizado principalmente como snack, (maíz frito y salado servido como bocadito) conforme puede verse en la figura adjunta.

### **2.8.3. Características nutricionales**

Este maíz es originario del Departamento del Cusco, específicamente del Valle Sagrado de los Incas. Se desarrolla entre los 2,600 y 3,050 m.s.n.m, tiene mazorcas grandes de 8 hileras, de grano grande, redondo y harinoso. Las plantas crecen a un porte de 2 a 3 metros de alto, se caracterizan por tener un tallo grueso sin hijuelos adecuados a las características climáticas del Valle Sagrado.

El nombre de maíz blanco corresponde al color del grano y se le denomina gigante por el excepcional tamaño grande de sus granos.

## **MAÍZ BLANCO GIGANTE DEL CUSCO**

Variedad: Blanco Urubamba

Raza: Cuzco Gigante

Nombre científico: Zea mays

Características de la variedad

Mazorca: Cilíndrica de mediana a grande

Grano: Blanco grande, plano circular.

Peso: 120 a 135 g

Marlo o Tusa: Grosor intermedio blanco

Altura de planta: 2.00 a 2.90 m.

Días de floración: 115 a 130

Días a madurez: 230 a 260

Nº de Hileras: 8 (ocho)

Textura de grano: Suave harinosa (amiláceo)

Ciclo vegetativo: Tardío

## **2.9. LOS ALIMENTOS**

### **2.9.1. Quimbolitos**

Los quimbolitos son pasteles, propios del Ecuador y del sur de Colombia, especialmente en San Juan de Pasto, elaborados con harina de maíz, mantequilla, huevo, queso, uvas pasas, en ciertos casos llevan pedazos de chocolate, cocidos al vapor envueltos en hojas de achira. Los puristas insisten en que no deben llevar polvo de hornear.

El nombre es un quichuísmo pero de etimología desconocida.

Son similares a los tamales, a las humitas o choclotandas y representan uno de los platos más característicos y populares de la región como postre o como acompañante de una taza de café.

### **2.9.2. Humitas**

La humita o huminta es un alimento de origen andino, típico de Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador y Perú. Consiste básicamente en una pasta o masa de maíz levemente aliñada, envuelta y finalmente cocida o tostada en las propias hojas (chala o panca) de una mazorca de maíz. Ha de tenerse en cuenta que en Argentina la palabra humita es utilizada no solo para designar a la masa envuelta en hojas de mazorca de maíz sino también sólo a la masa del mismo alimento, hervida y que por lo general se usa para rellenar empanadas.

### **2.9.3. Morocho con leche**

El morocho dulce, también simplemente conocido como morocho, es una bebida espesa que se prepara con maíz morocho partido, leche, canela, azúcar o panela, y pasas. El morocho es una de las comidas típicas ecuatorianas, y por lo general se lo compra en los puestos de comida callejeros o en los mercados. La consistencia del morocho es similar a un batido espeso y se lo puede comer con cuchara. El maíz morocho es una especie de maíz mote partido o trillado que también se usa para preparar la deliciosa sopa de morocho y las famosas empanadas de morocho ecuatorianas.

### **2.9.4. Tortilla de tiesto**

Una tortilla de maíz es una preparación alimenticia hecha con masa de maíz. Tiene forma circular y aplanada. Es usada para preparar diversos

alimentos. Son de origen mexicano, pero se han llevado a diferentes países para cocinarlas de otras formas.

## **2.10. COSTOS**

**Hongren Charles. T, (2012) señala:** “Costos es un sacrificio de recursos que se asigna para lograr un objetivo específico. Un costo como los materiales directos o la publicidad) por lo general se mide como la cantidad monetaria que debe pagarse para adquirir bienes o servicios”.

**Costos directos de un objeto de costos.-** Se relacionan con el objeto de costos en particular y pueden atribuirse a dicho objeto desde el punto de vista económico (eficiente en cuanto a costos) ejemplo el costo de la cocina, gas, (acero, neumáticos)

**Costos indirectos.-** Se relacionan con el objeto de costos particular; sin embargo, no pueden atribuirse a dicho objeto desde el punto de vista económico (eficiente en cuanto a costos) ejm. Los sueldos de los administradores de la planta

### **2.10.1. Estudios financieros**

**Ingresos.-** Puede referirse a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios (ingresos empresariales) como también al conjunto de rentas recibidas por los ciudadanos

**Egresos.-** Son los valores que se aplican para cumplir con las funciones de administrar, vender y financiar (costo de distribución)

## **Costos de producción**

**Chiliquina Jaramillo Manuel Patricio, (2007), señala:** “Los Costos de Producción son los costos necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipos y otros”.

El costo de producción está formado por la combinación de tres elementos, que son: Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y Gastos de Fabricación; estos costos son fundamental para la transformación de los materiales en productos semielaborados o terminados con el fin de satisfacer una de las necesidades de las personas en toda la sociedad.

### **2.10.2. Elementos de costo de producción**

#### **Materia Prima:**

##### **Materia Prima Directa**

Elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado; se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado.

##### **Materia Prima Indirecta**

Es aquella que puede o no formar parte del producto terminado, se caracteriza por ser de difícil cuantificación por dos razones fundamentales, tiempo y costo.

## **Mano De Obra:**

### **Mano de Obra Directa**

Se define como mano de obra directa a la fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervengan manualmente o accionando máquinas.

### **Mano de Obra Indirecta**

Es cuando la fuerza de trabajo que participa en forma indirecta en la transformación de un producto, es decir, la mano de obra indirecta no se involucra directamente con la producción.

### **Gastos Indirectos De Fabricación (CIF)**

Llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de financiar al conjunto de diferentes artículos que se fabrican, no se identifican con un solo producto o proceso productivo.

## **2.10.3. Costo de Distribución**

### **a) Gastos de Administración**

Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.

### **b) Gastos de Ventas**

Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas.

### **c) Gastos de Financieros**

Son aquellas llamadas cargas financieras, son pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras.

#### **2.10.4. Clasificación del costo**

**Costos fijos.-** Permanecen constantes frente a cualquier volumen de producción.

**Costo variable.-** Tiene un comportamiento directamente proporcional al volumen de producción. A mayor cantidad mayor costo, a menor cantidad menor costo.

**Relación Costo –Volumen – Utilidad.-** Los gerentes se enfrentan con mucha frecuencia con decisiones sobre los precios de ventas, los costos fijos y los costos variables el cual es un método de decisión.

#### **2.11. CONTABILIDAD**

**Zapata Sánchez, Pedro, (2011), Pág. 7, afirma:** “La Contabilidad es un sistema de información que mide las actividades de la Empresa, procesa esta información en estados y comunica los resultados a los tomadores de decisiones”.

La contabilidad se encarga del reconocimiento de los hechos que afectan el patrimonio; de la valoración justa actual de los activos y obligaciones de la empresa, y de la presentación relevante de la situación económica- financiera. Esto se hace por medio de reportes específicos y generales preparados periódicamente para que la dirección pueda tomar las decisiones adecuadas que apuntalen el

crecimiento económico de manera armónica, responsable y ética en las entidades que lo usen.

#### **2.11.1. Clasificación de Cuentas**

**Bravo Valdivieso, Mercedes, (2011), da a conocer:** La clasificación de cuentas la más utilizada es la siguiente:

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

- Personales
- Impersonales

##### **2. Por el grupo al que pertenecen**

- Activos
- Pasivos
- De Capital
- De reservas
- De Gastos
- De Rentas

##### **3. Por el Estado Financiero**

- De Balance o Estado de Situación Financiera (Balance General)
- De Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Rentas y Gastos, Estado de Resultados).

##### **4. Por el saldo**

- Deudoras
- Acreedoras



### **2.11.2. Plan General de Cuentas**

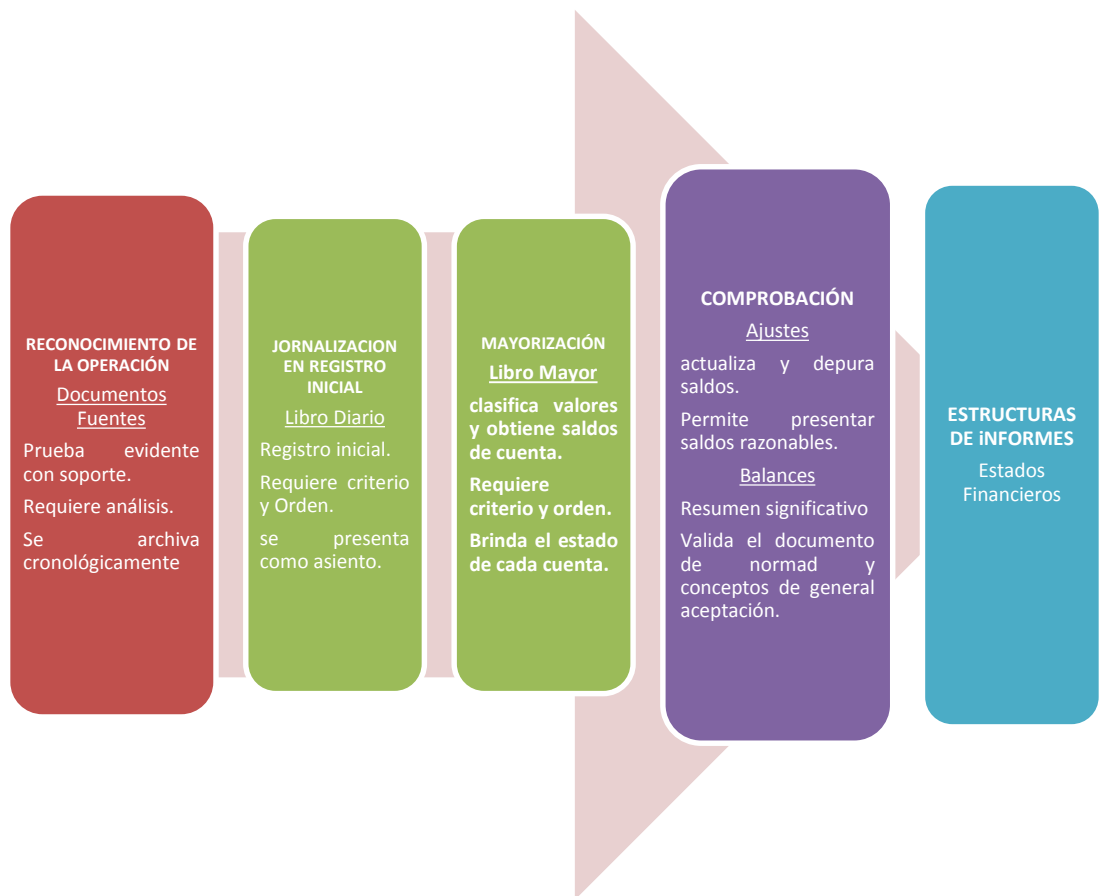
**Zapata Sánchez, Pedro, (2011), Pág.26, afirma:** “El Plan de Cuentas es la lista de cuentas ordenada metódicamente, creada e ideada de manera específica para una empresa o ente, que sirve de base al sistema de procesamiento contable para el logro de sus fines.

El Plan de cuentas es un instrumento de consulta que permite presentar a la gerencia estados financieros y estadísticos de importancia trascendencia para la toma de decisiones, y el control que desea la gerencia de la empresa y se elabora atendiendo los conceptos de contabilidad generalmente aceptados y las normas de contabilidad.

### **2.11.3. El ciclo financiero de las operaciones**

Presenta la secuencia de los pasos que siguen las transacciones que ejecutan las empresas; estos en la actualidad están informatizados, con lo cual para el contador facilita validar la información contable a través de estados financieros.

**Gráfico 2 .- EL CICLO FINANCIERO**



FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

## **2.12. NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERAS**

El resultado de las NIIFS son los estados financieros

### **2.12.1. Estados Financieros**

Es la información que ellos contienen lógico que para llegar a esa información necesito registros contables

**Zapata Sánchez, Pedro, (2011), Pág. 60, manifiesta: Estados Financieros.** “Son reportes 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”.

### **2.12.2. Clases de Estados Financieros:**

- 1. Estado de Situación financiera.-** Es un informe contable que presenta ordenadamente y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivos y Patrimonio, determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado.
  
- 2. Estado de Resultados.-** Es el informe contable básico que presenta de manera 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 que es el producto de la gestión acertada o desacertada de la Dirección, o sea, del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia.
  
- 3. Estado de patrimonio.-** Es el estado que suministra información acerca de la cuantía del patrimonio neto de un ente y de cómo este varía a lo largo del ejercicio contable como consecuencia de:  
Transacciones con los propietarios (Aportes, retiros y dividendos con los accionistas y/o propietarios).  
**El resultado del período.** El resultado del período se denomina ganancia o superávit cuando aumenta el patrimonio y pérdida o déficit en el caso contrario.
  
- 4. Estado de flujo de efectivo.-** Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir habilidad gerencial en recaudar y usar el

dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. INTRODUCCIÓN**

El presente estudio de mercado nos ayuda a identificar el alimento que se piensa poner a disposición de los consumidores o clientes de la ciudad de Ibarra, estableciendo para ello el mercado, la demanda y sus respectivas proyecciones, se han utilizado técnicas como encuestas las cuales fueron realizadas a toda la población consumidora y a los propietarios de restaurantes, negocios, panaderías entre otros.

Por tratarse de un alimento nutritivo y saludable que se pretende introducir en el mercado de la ciudad de Ibarra por motivo de rescatar la tradición alimenticia tradicional y por la falta de una empresa que se dedique a la elaboración y comercialización de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales existe el fin de la creación de esta empresa para poder cubrir la necesidad existente, incluso podemos mencionar que dicha actividad comercial no tiene competencia dentro de la ciudad de Ibarra.

Para la introducción de los alimentos como los quimbolitos, humitas, tamales, morocho con leche, tortillas de tiesto, arroz de cebada, entre otros; es necesario aplicar estrategias de comercialización como son precios promocionales, descuentos obedeciendo al monto de compra, además de publicidad en prensa escrita, radio, televisión, tarjetas, promociones, en la ciudad de Ibarra.

## **3.2. OBJETIVOS**

### **3.2.1. GENERAL**

Determinar la viabilidad de la creación de una empresa especializada en la elaboración y comercialización de los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales en la ciudad de Ibarra, identificando la demanda y oferta existente en el mercado, precios, competencia y comercialización mediante la investigación de campo.

### **3.2.2. ESPECÍFICOS**

- ✓ Investigar la oferta y demanda cautiva, potencial que tienen los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales, a colocar en mercados locales.
- ✓ Establecer y segmentar el mercado objetivo para la venta de los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales en la ciudad de Ibarra.
- ✓ Establecer los precios que deben tener los alimentos en el mercado local, e internacional.
- ✓ Determinar el medio de promoción, publicidad y canales de distribución para estos alimentos elaborados a base de insumos tradicionales.
- ✓ Identificar la competencia actual que tienen los alimentos y formular estrategias que permitan el ingreso y posicionamiento en el mercado.

### 3.3. MECÁNICA OPERATIVA

#### 3.3.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población a la que se va a investigar en el presente trabajo será en primer lugar a dueños de restaurantes, panaderías existentes y luego a los moradores del sector de la ciudad de Ibarra por otro lado la población consumidora.

Según el VII censo nacional de población realizado en el año 2010, datos recopilados en <http://www.inec.gob.ec/cpv/>; de los 14'483.499 habitantes que tiene el Ecuador, la población total de la ciudad Ibarra alcanza a 181.175 habitantes, de los cuales 93.389 son mujeres y 87.786 son hombres.

En este caso la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra es de 181.175 habitantes es muy grande necesariamente tengo que hacer muestreo para establecer el consumo o demanda esperada de alimentos elaborados con insumos tradicionales, utilizaremos la siguiente formula.

#### 3.3.2. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Dónde:

Tamaño de la población	<b>N</b>	181.175
Probabilidad a favor	<b>P</b>	0,5
Probabilidad en contra	<b>Q</b>	0,5
Nivel de confianza	<b>K</b>	1,96
Error de estimación	<b>E</b>	0,06
Tamaño de muestra	<b>n</b>	X

$$n = \frac{K^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N - 1) + K^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(181175)}{(0,06)^2(181175 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{166970,88}{652,23 + 0,96}$$

$$n = \frac{166970,88}{653,19}$$

$$n = 255.62$$

$$n = 266 \quad \text{Personas}$$



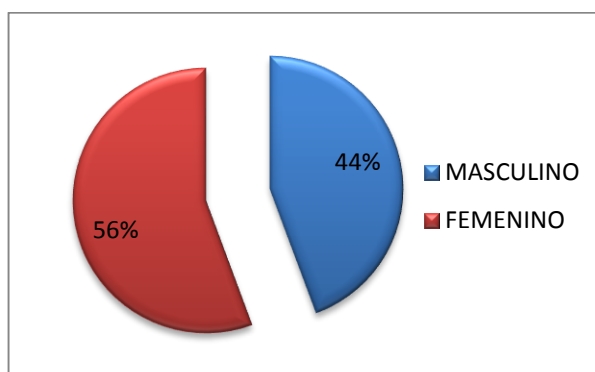
### 3.4. EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

#### 3.4.1. ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE IBARRA, POTENCIALES CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES.

Tabla 5.- GÉNERO DE LOS POTENCIALES CONSUMIDORES

GENERO	N° PERSONAS	PORCENTAJE
MASCULINO	118	0,44
FEMENINO	148	0,56
TOTAL	266	100%

Gráfico 3.- GÉNERO DE LOS POTENCIALES CONSUMIDORES



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

#### ANÁLISIS

Del total de número de encuestados a la población de Ibarra, potenciales consumidores de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales, son 118 hombres Y 148 mujeres de dar su opinión sobre este estudio de factibilidad.

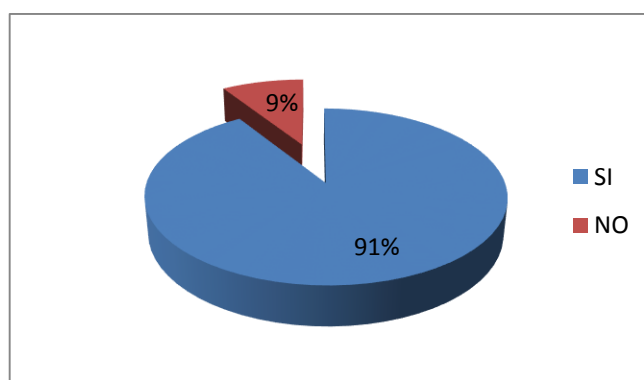
Es un aspecto positivo para el desarrollo del proyecto, por lo tanto el mayor número de personas está concentrado en mujeres ya que tiene capacidad económica de comprar y consumir, lo cual demuestra la que sí existe la posible acogida en el mercado de los alimentos elaborados a base de insumos tradiciones

1.- ¿Consume usted habitualmente alimentos elaborados a base de insumos tradicionales que posean un alto contenido proteínico o vitamínico?

Tabla 6.- POTENCIALES CONSUMIDORES DE IBARRA

CONSUME	N° PERSONAS	PORCENTAJE
SI	242	0,91
NO	24	0,09
TOTAL	266	100%

Gráfico 4.- POTENCIALES CONSUMIDORES DE IBARRA



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

## ANÁLISIS

Según los resultados de nuestra encuesta con respecto al consumo habitual de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales que posean un alto contenido proteínico o vitamínico es muy claro, la mayor parte de personas encuestados tienen preferencia por el alimento nutritivo y saludable el cual se influyen a la cultura alimenticia tradicional del Ecuador.

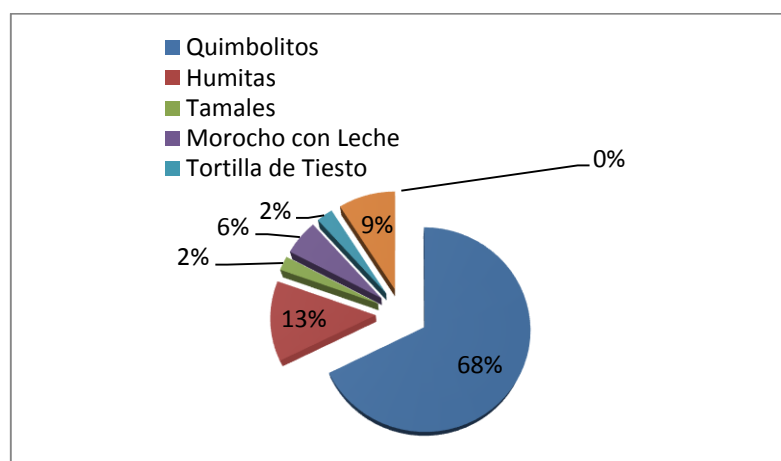
Por tal motivo es factible de la creación de la empresa para fomentar más a los ciudadanos la buena cultura alimenticia a través de los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales de calidad de manera eficiente.

2.- ¿Cuál de estos alimentos elaborados a base de insumos tradicionales usted ha consumido?

**Tabla 7.- LOS ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES**

ALIMENTO	N° PERSONAS	PORCENTAJE
Quimbolitos	187	0,70
Humitas	34	0,13
Tamales	6	0,02
Morocho con Leche	8	0,03
Tortilla de Tiesto	7	0,03
Arroz de Cebada	24	0,09
TOTAL	266	100%

**Gráfico 5.- LOS ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMO TRADICIONALES**



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

## ANÁLISIS

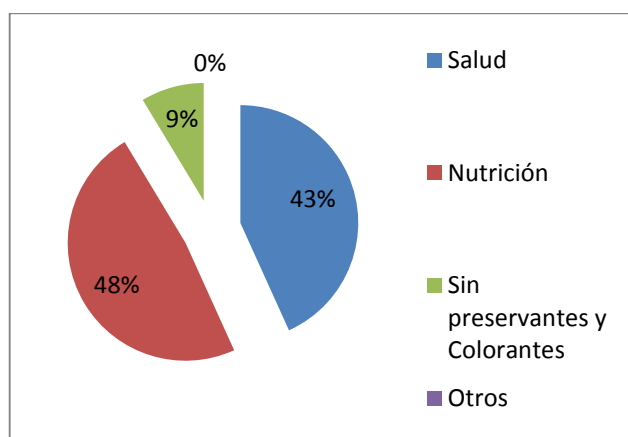
Podemos analizar que el sesenta y ocho por ciento de la población consumidora de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales se influye en la mayor aceptación de los quimbolitos y humitas; esto permite favorecer a nuestra investigación ya que si gustan los alimentos tradicionales.

### 3.- ¿En su opinión cuál es la principal ventaja de consumir productos alimenticios tradicionales?

Tabla 8.- VENTAJAS DE LOS ALIMENTOS TRADICIONALES

VENTAJA	N° PERSONAS	PORCENTAJE
Salud	115	0,43
Nutrición	128	0,48
Sin preservantes y Colorantes	23	0,09
TOTAL	266	100%

Gráfico 6.- VENTAJAS DE LOS ALIMENTOS TRADICIONALES



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

### ANÁLISIS

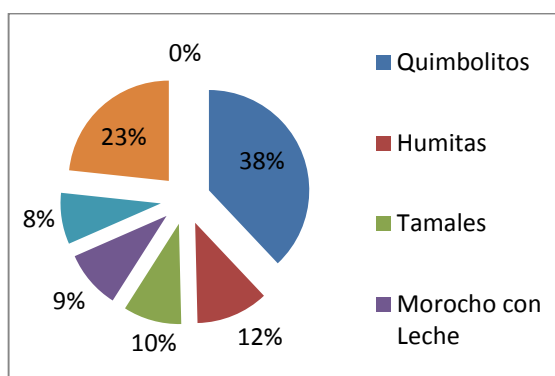
La mayoría de los consumidores resaltan la principal ventaja de consumir productos alimenticios tradicionales es por ser nutritivo y saludable ya que representa beneficios para el cuerpo humano con vitaminas y proteínas para el enfrentamiento de enfermedades malignos. Y en si la mayoría de los ciudadanos provee riesgos enfrentándose y dirigiéndose a la buena alimentación de alimentos que son únicos de la cultura.

4.- ¿Si usted tuviera la oportunidad de degustar algunos de estos alimentos, cuáles escogería? (Establezca en orden de importancia, siendo 1 el más importante)

**Tabla 9.- IMPORTANCIA DE DEGUSTAR LOS ALIMENTOS**

ALIMENTO	N° PERSONAS	PORCENTAJE
Quimbolitos	101	0,38
Humitas	31	0,12
Tamales	25	0,09
Morocho con Leche	25	0,09
Tortilla de Tiesto	22	0,08
Arroz de Cebada	62	0,23
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 7.- LA IMPORTANCIA DE DEGUSTAR LOS ALIMENTOS**



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

## ANÁLISIS

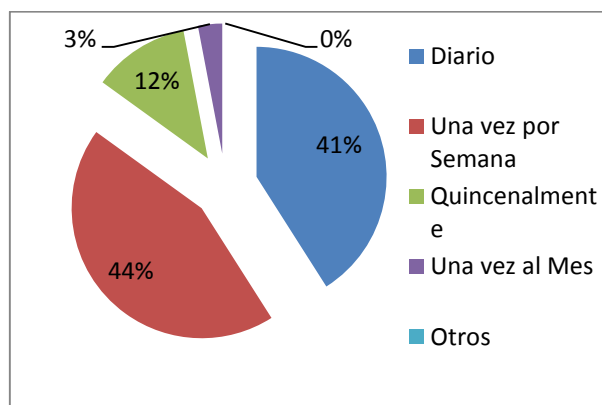
La oportunidad de degustar algunos de estos alimentos nutritivos y saludables el que más importante consumen son los quimbolitos los más apetitosos y luego existe el arroz de cebada y tercero los tamales, morocho con leche por ultimo las tortillas de tiesto. El cual permitirá determinar si existe la acogida del producto en el mercado a corto, mediano y largo plazo.

## 5.- ¿Con qué frecuencia usted consumiría estos alimentos Saludables?

Tabla 10.- FRECUENCIA DE CONSUMIR LOS ALIMENTOS

FRECUENCIA	N° PERSONAS	PORCENTAJE
Diario	109	0,41
Una vez por Semana	117	0,44
Quincenalmente	32	0,12
Una vez al Mes	8	0,03
TOTAL	266	100%

Gráfico 8.- FRECUENCIA DE CONSUMIR LOS ALIMENTOS



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

## ANÁLISIS

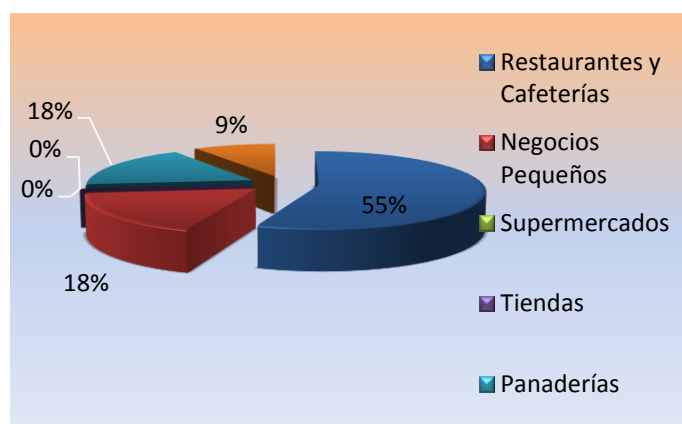
Las personas con frecuencia de consumir alimentos saludables en la ciudad de Ibarra son al diario de cuarenta y un por ciento ya que la mayor parte se consume el pan; y una vez por semana del cuarenta y cuatro por ciento de personas que consumen los alimentos a base de insumos tradicionales. Lo que nos da una ventaja, ya que ahora sabemos que la gente le gusta consumir los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales en la ciudad de Ibarra. Este resultado nos permite saber que la creación de esta empresa tendrá un futuro alentador con resultados positivos.

## 6.- ¿En qué lugares usted consumiría estos alimentos saludables?

Tabla 11.- LOS LUGARES QUE CONSUMEN LOS ALIMENTOS

LUGARES	N° PERSONAS	PORCENTAJE
Restaurantes y Cafeterías	148	0,56
Negocios Pequeños	47	0,18
Supermercados	0	0,00
Tiendas		0,00
Panaderías	47	0,18
Otros	24	0,09
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

Gráfico 9.- LOS LUGARES QUE CONSUME ALIMENTOS



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

## ANÁLISIS

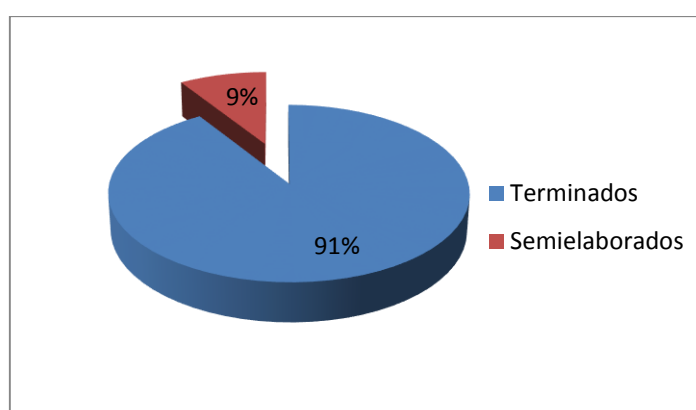
Los lugares donde generalmente consumen los alimentos tradicionales es en restaurantes y cafeterías, luego nos da a conocer que también en los negocios pequeños lo consumen la mayoría de las personas, por tal motivo son sitios que la personas encuentran más accesibles ya sea por tiempo o comodidad. Con este resultado se determina los puntos de consumo más relevantes ya que nos servirá al momento de la distribución.

## 7.- ¿Cómo usted prefiere estos productos y alimentos?

Tabla 12.- LA MANERA DE PREFERENCIA DE LOS ALIMENTOS

PREFERENCIA	N° PERSONAS	PORCENTAJE
Terminados	242	0,91
Semielaborados	24	0,09
TOTAL	266	100%

Gráfico 10.- LA MANERA DE PREFERENCIA DE LOS ALIMENTOS



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

## ANÁLISIS

La mayoría de las personas consumidoras determina la manera de preferencia de los alimentos saludables en terminados ya que en ese mismo momento sienten el gusto y preferencia de consumirlos y por último en menor cantidad de personas en semielaborados.

Esto permite obtener una estrategia de venta, como en una buena imagen de presentación de cada uno de los alimentos teniendo un control de calidad del alimento elaborado.

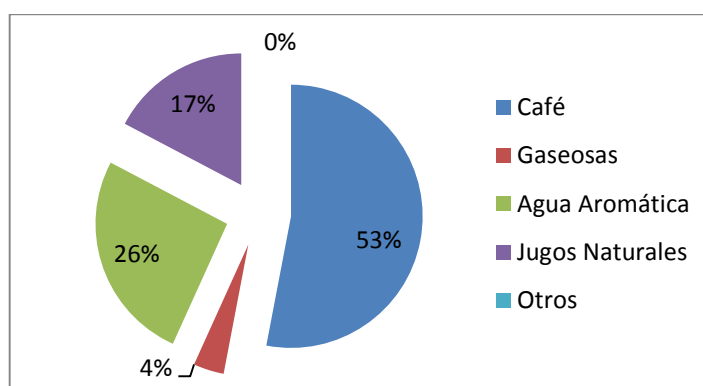


## 8.- ¿Con qué le gustaría acompañar estos alimentos?

**Tabla 13.- PRODUCTO PARA ACOMPAÑAR LOS ALIMENTOS SALUDABLES**

ÍTEMS	N° PERSONAS	PORCENTAJE
Café	141	0,53
Gaseosas	10	0,04
Agua Aromática	69	0,26
Jugos Naturales	46	0,17
Otros		
TOTAL	266	100%

**Gráfico 11.- PRODUCTO PARA ACOMPAÑAR LOS ALIMENTOS SALUDABLES**



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

## ANÁLISIS

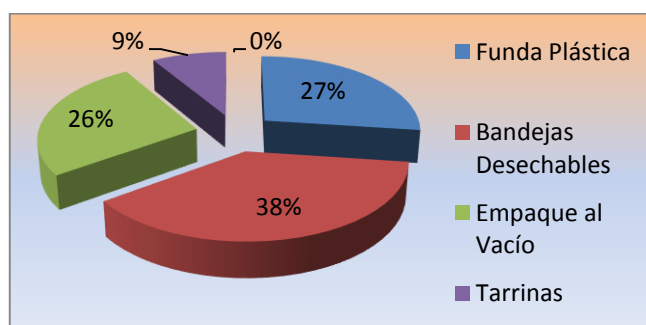
Al analizar las respuestas obtenidas podemos ver que las personas consumidoras prefieren acompañar los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales es la mayoría con café o agua aromática y luego con jugos naturales ya que es un buena combinación con el alimento al servirse de la manera gustosa.

9.- ¿En qué clase de empaque preferiría usted comprar los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales?

**Tabla 14.- EMPAQUE PARA LOS ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES**

EMPAQUE	N° PERSONAS	PORCENTAJE
Funda Plástica	72	0,27
Bandejas Desechables	101	0,38
Empaque al Vacío	70	0,26
Tarrinas	23	0,09
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 12.- EMPAQUE PARA LOS ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES**



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

## ANÁLISIS

El tipo de empaque que prefieren las personas consumidoras para los alimentos elaborados a base de insumo tradicionales es la bandeja desechable por higiene, calidad, seguridad y por presentación y en funda plástica por comodidad.

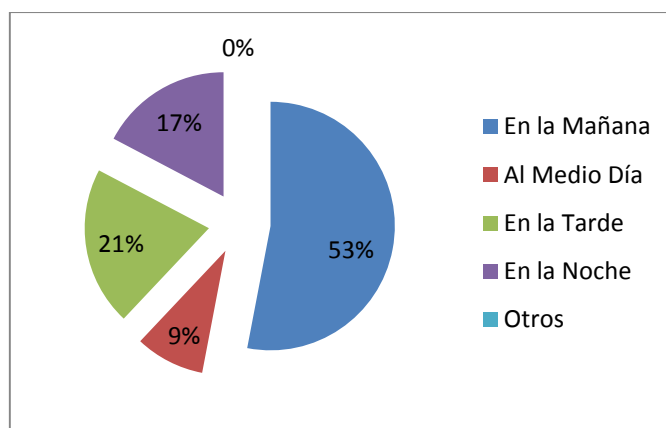
Ya que este permite un buen producto de calidad ante la sociedad con una buena presentación única y confiable.

### 10.- ¿En qué horario preferiría usted consumir estos alimentos?

**Tabla 15.- HORARIO DE PREFERENCIA DE CONSUMIR LOS ALIMENTOS**

HORARIO	N° PERSONAS	PORCENTAJE
En la Mañana	141	0,53
Al Medio Día	24	0,09
En la Tarde	55	0,21
En la Noche	46	0,17
TOTAL	266	100%

**Gráfico 13.- HORARIO DE PREFERENCIA DE CONSUMIR LOS ALIMENTOS**



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

### ANÁLISIS

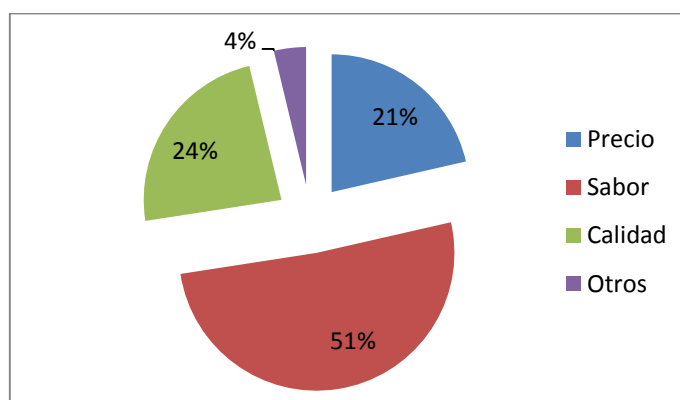
La población consumidora establece el horario que se prefiere consumir los alimentos el cual es un factor relevante para nuestra investigación; es decir el cincuenta y tres por ciento que adquieren es en la mañana y el veintiún por ciento en la tarde, el diecisiete por ciento en la noche, el nueve por ciento al medio día.

11. ¿Cuál es la razón que toma en cuenta al momento de comprar los alimentos?:

**Tabla 16.- RAZÓN AL COMPRAR LOS ALIMENTOS**

RAZÓN	Nº PERSONAS	PORCENTAJE
Precio	57	0,21
Sabor	136	0,51
Calidad	63	0,24
Otros	10	0,04
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 14.- RAZÓN AL COMPRAR LOS ALIMENTOS**



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

## ANÁLISIS

Como vemos la mayor parte de las personas consumidoras de los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales la razón que toma en cuenta al momento de comprar es el sabor ya que el alimento se degusta y permita la satisfacción de consumirlo y por otro lado el veinte y cuatro por ciento toma en cuenta la calidad y por último el precio.

12.- ¿Qué precio pagaría usted por estos alimentos tradicionales?

**Tabla 17.- PRECIO QUE PAGARÍA POR LOS ALIMENTOS TRADICIONALES**

**TABLA N° 17.1 QUIMBOLITOS**

PRECIO	N° PERSONAS	PORCENTAJE
0,30-0,35	142	0,53
0,36-0,40	93	0,35
0,41-0,45	31	0,12
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**TABLA N° 17.2 HUMITAS**

PRECIO	N° PERSONAS	PORCENTAJE
0,30-0,35	133	0,50
0,36-0,40	102	0,38
0,41-0,45	31	0,12
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**TABLA N° 17.3 TAMALES**

PRECIO	N° PERSONAS	PORCENTAJE
0,30-0,35	125	0,47
0,36-0,40	102	0,38
0,41-0,45	39	0,15
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**TABLA N° 17.4 MOROCHO CON LECHE**

PRECIO	N° PERSONAS	PORCENTAJE
0,50-0,75	117	0,44
1,00-1,25	117	0,44
1,25-1,50	32	0,12
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**TABLA N° 17.5 TORTILLAS DE TUESTO**

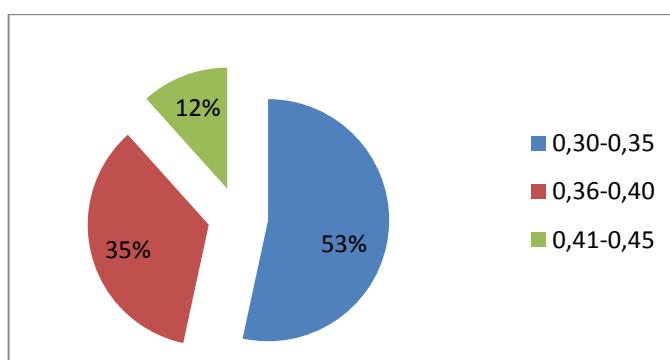
PRECIO	N° PERSONAS	PORCENTAJE
0,25-0,50	140	0,53
0,75-1,00	93	0,35
1,30-1,50	33	0,12
TOTAL	266	100%

**TABLA N° 17.6 ARROZ DE CEBADA**

PRECIO	N° PERSONAS	PORCENTAJE
0,50-0,75	148	0,56
1,00-1,30	102	0,38
1,50-1,75	16	0,06
TOTAL	266	100%

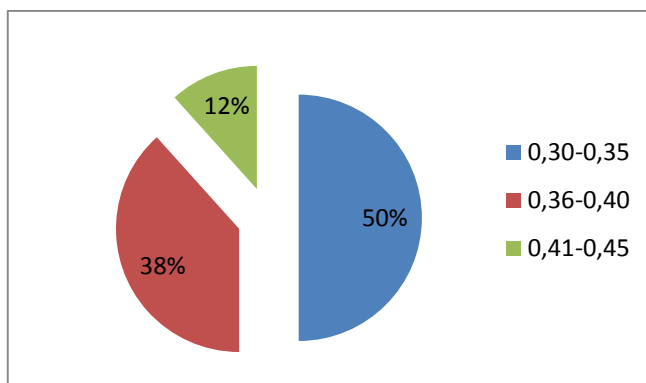
**Gráfico 15.- PRECIO QUE PAGARÍA POR LOS ALIMENTOS TRADICIONALES**

**GRÁFICO N° 15.1 QUIMBOLITOS**



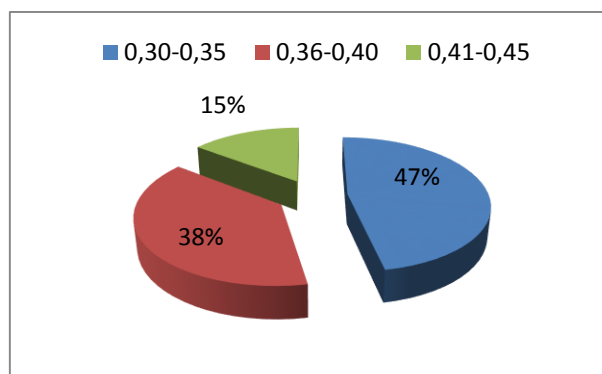
FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

**GRÁFICO N° 15.2 HUMITAS**



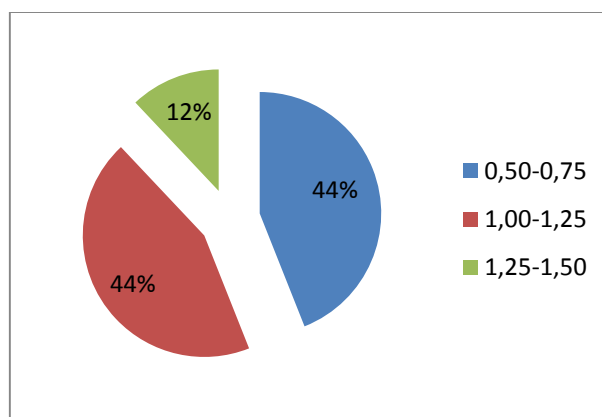
**FUENTE:** Encuesta a Consumidores  
**Elaborado:** Autora

**GRÁFICO N° 15.3 TAMALES**



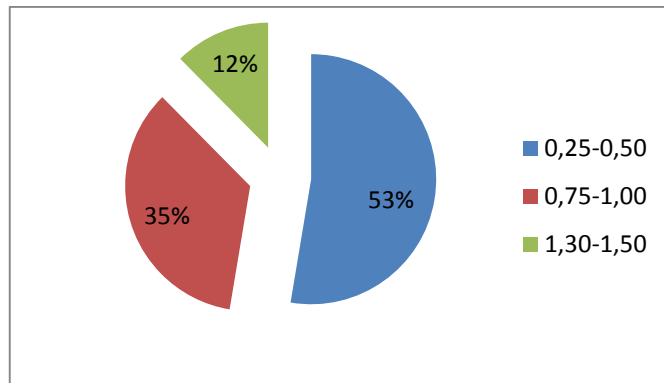
**FUENTE:** Trabajo de Campo  
**Elaborado:** Autora

**GRÁFICO N° 15.4 MOROCHO DE LECHE**



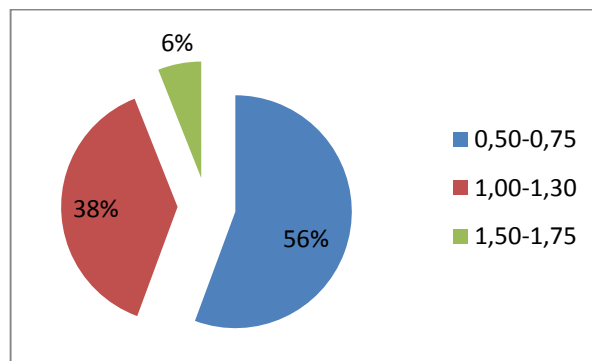
**FUENTE:** Encuesta a Consumidores  
**Elaborado:** Autora

**GRÁFICO N° 15.5 TORTILLA DE TIESTO**



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

**GRÁFICO N° 15.6 ARROZ DE CEBADA**



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

## ANÁLISIS

Se observa que las personas están dispuestos a pagar por: el cincuenta y tres por ciento por los quimbolitos de 0,30 a 0,35 centavos de dólar por cada unidad, el cincuenta por ciento por las humitas de 0,30 a 0,35 centavos de dólar por cada unidad, el cuarenta y siete por ciento por los tamales de 0,30 a 0,35 centavos de dólar por cada unidad, el cuarenta y cuatro por ciento por el morocho con leche de 0,50 a 1,25 centavos de dólar por cada platito, el cincuenta y tres por ciento por las tortillas de tiesto de 0,25 a 0,50 centavos de dólar por cada unidad, el cincuenta y seis por ciento por el arroz de cebada es de 0,50 a 0,75 centavos de dólar por cada platito.

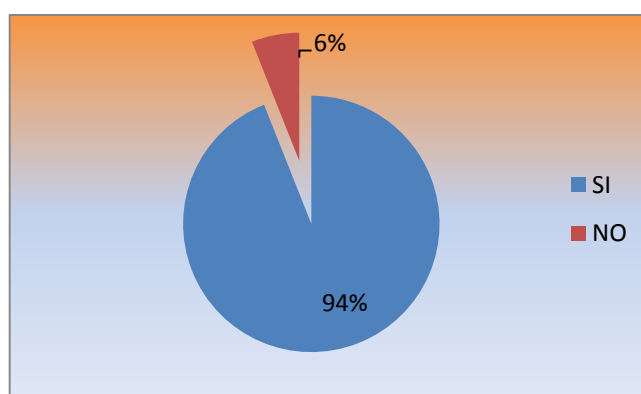


### 13. ¿Cumplen sus expectativas los alimentos a base de insumos Tradicionales?

**Tabla 18.- CUMPLEN EXPECTATIVAS LOS ALIMENTOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES**

ESPECTATIVA	N° PERSONAS	PORCENTAJE
SI	250	0,94
NO	16	0,06
TOTAL	266	100%

**Gráfico 16.- CUMPLEN EXPECTATIVAS LOS ALIMENTOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES**



FUENTE: Encuesta a Consumidores  
Elaborado: Autora

### ANÁLISIS

Se determina que el noventa y cuatro por ciento de las personas consumidoras de la ciudad de Ibarra es la mayoría que manifiesta que si cumple las expectativas los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales ya que son nutritivos , proteinicos y saludables para el buen desarrollo de las personas y permite el fortalecimiento del nuestro cuerpo; pero el seis por ciento no les permite cumplir expectativas ya que no son de mayor que adquieren estos alimentos.

### 3.4.2. ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS.

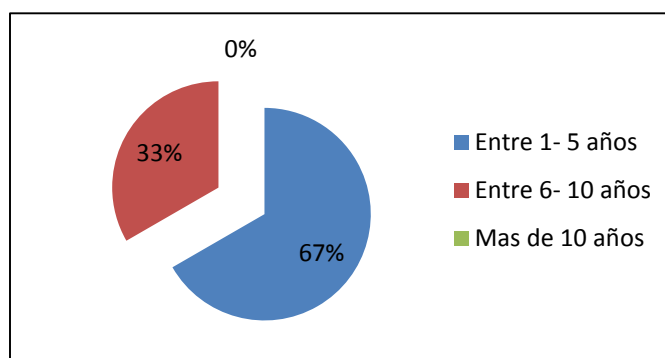
A continuación se presenta los resultados aplicados a 12 propietarios como en restaurantes, panaderías y negocios pequeños lo cual se puede determinar qué:

#### 1. ¿Hace que tiempo está dedicado a esta actividad?

**Tabla 19.- TIEMPO DE ACTIVIDAD**

TIEMPO	PERSONAS	PORCENTAJE
Entre 1- 5 años	8	0,67
Entre 6- 10 años	4	0,33
Más de 10 años	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 17.- TIEMPO DE ACTIVIDAD**



**FUENTE:** Encuesta a Propietarios de Restaurantes, Panaderías, y negocios pequeños  
**Elaborado:** Autora

### ANÁLISIS

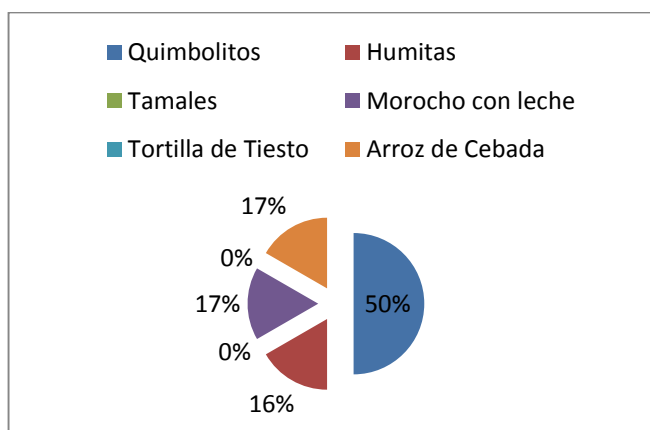
Los propietarios de la restaurantes, negocios pequeños y panaderías la mayoría están dedicados en la actividad de comerciar productos hace 1 a 5 años lo cual nos permite tener un factor relevante para la implementación de crear una empresa y generar fuentes de empleo.

**2. ¿Qué alimentos a base de insumos tradicionales elabora la empresa?**

**Tabla 20.- ALIMENTOS QUE ELABORA**

PRODUCTO	PERSONAS	PORCENTAJE
Quimbolitos	6	0,50
Humitas	2	0,17
Tamales	0	0,00
Morocho con leche	2	0,17
Tortilla de Tiesto	0	0,00
Arroz de Cebada	2	0,17
<b>TOTAL</b>	12	100%

**Gráfico 18.- ALIMENTOS QUE ELABORA**



FUENTE: Encuesta a Propietarios de Restaurantes, Panaderías, y negocios pequeños  
Elaborado: Autora

**ANÁLISIS**

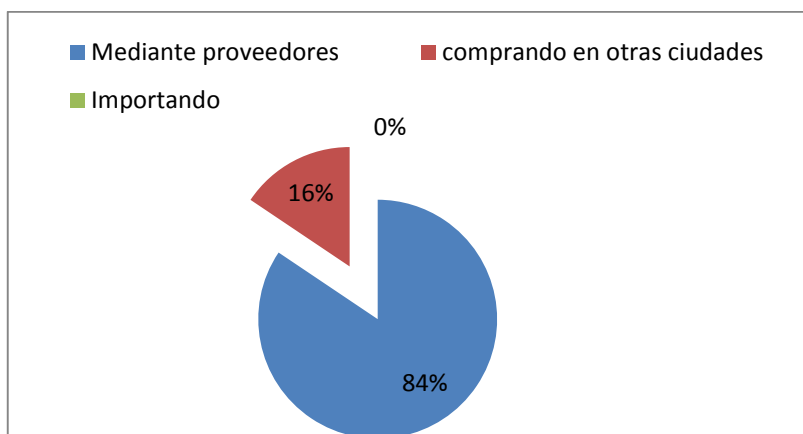
Al encuestar a los propietarios de los negocios pequeños y restaurantes, panaderías se determina que si elaboran alimento elaborado a base de insumos tradicionales el mayor es los quimbolitos y por medio de restaurantes como tambien el arroz de cebada y el morocho.

**3. Los insumos para la producción, de que manera los obtiene?**

**Tabla 21.- INSUMOS PARA LA PRODUCCIÓN**

INSUMOS	PERSONAS	PORCENTAJE
Mediante proveedores	10	0,83
comprando en otras ciudades	2	0,15
Importando	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 19.- INSUMOS PARA LA PRODUCCIÓN**



**FUENTE:** Encuesta a Propietarios de Restaurantes, Panaderías, y negocios pequeños  
**Elaborado:** Autora

## ANÁLISIS

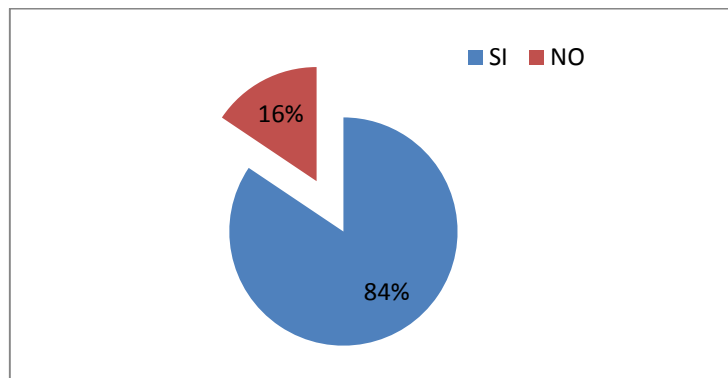
Los insumos para la producción los obtienen mediante los proveedores de la ciudad de Ibarra y especialmente en los mercados ya que es un medio de factibilidad de adquirir la materia prima de la manera más segura y directa.

#### 4. Ha realizado algún préstamo para producir sus alimentos?

**Tabla 22.- PRÉSTAMO**

PRESTAMO	PERSONAS	PORCENTAJE
SI	10	0,83
NO	2	0,15
<b>TOTAL</b>	12	100%

**Gráfico 20.- PRÉSTAMO**



**FUENTE:** Encuesta a Propietarios de Restaurantes, Panaderías, y negocios pequeños  
**Elaborado:** Autora

### **ANÁLISIS**

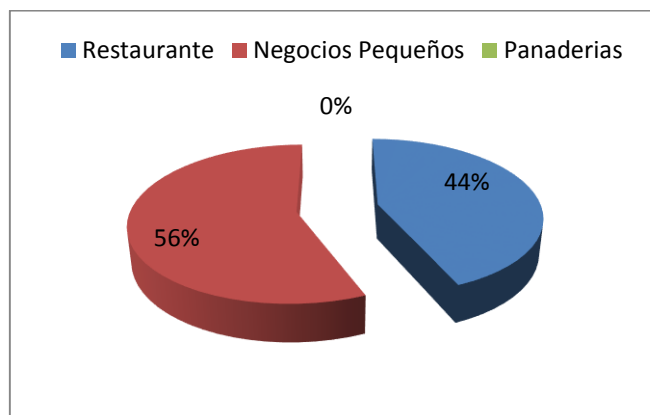
La mayoría de propietarios si han realizado prestamos ya que es un medio para poder invertir en un negocio como tal el cual es un medio de aportacion de un capital inicial en diferentes actividades comerciales.

## 5. En que mercados ubica sus productos:

**Tabla 23.- MERCADO QUE UBICA EL PRODUCTO**

MERCADO	PERSONAS	PORCENTAJE
Restaurante	5	0,42
Negocios Pequeños	7	0,54
Panaderías	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 21.- MERCADO QUE UBICA EL PRODUCTO**



**FUENTE:** Encuesta a Propietarios de Restaurantes, Panaderías, y negocios pequeños  
**Elaborado:** Autora

## ANÁLISIS

La mayoría de los propietarios de una actividad comercial como se puede determinar en el mercado que ubica los productos son en negocios pequeños y como en los restaurantes.

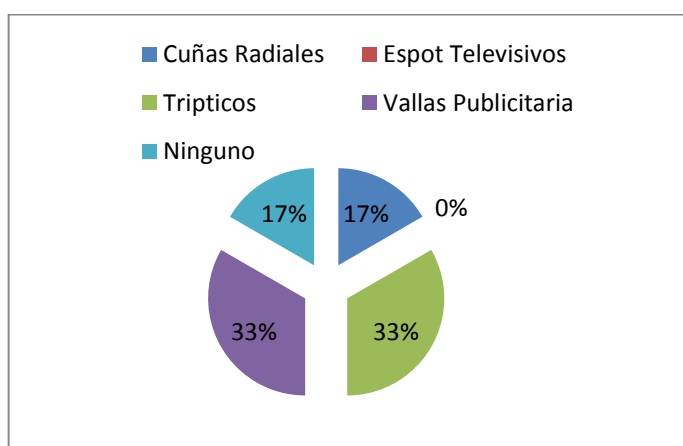
Esto permite verificar la existencia de la apertura total de los alimentos en el mercado, lo cual se establece que su mayoría de productores solo elaboran máximo uno o dos productos.

6. ¿En que medio de comunicación realiza la publicidad de su empresa?

**Tabla 24.- MEDIO DE COMUNICACIÓN**

MEDIO DE COMUNICACION	PERSONAS	PORCENTAJE
Cuñas Radiales	2	0,17
Spot Televisivos	0	0,00
Trípticos	4	0,33
Vallas Publicitaria	4	0,33
Ninguno	2	0,17
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 22.- MEDIO DE COMUNICACIÓN**



**FUENTE:** Encuesta a Propietarios de Restaurantes, Panaderías, y negocios pequeños  
**Elaborado:** Autora

**ANÁLISIS**

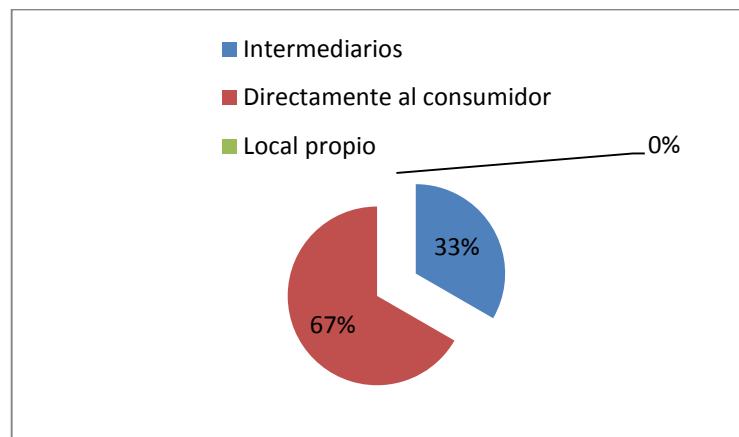
Como una estrategia de los propietarios de los negocios el medio de comunicación que mas se realiza es en trípticos y vallas publicitarias por el cual la mayoría de las personas se pueda informar del negocio a fin de que se obtenga una acogida y llamada de atención de los consumidores.

**7. La venta de sus productos la realiza a través de la distribución de:**

**Tabla 25.- LA DISTRIBUCIÓN DEL ALIMENTO**

DITRIBUCIÓN	PERSONAS	PORCENTAJE
Intermediarios	4	0,33
Directamente al consumidor	8	0,67
Local propio	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 23.- LA DISTRIBUCIÓN DEL ALIMENTO**



**FUENTE:** Encuesta a Propietarios de Restaurantes, Panaderías, y negocios pequeños  
**Elaborado:** Autora

## **ANÁLISIS**

Al analizar de la encuesta dirigida a los propietarios de negocios pequeños, panaderías, restaurantes se determina que la venta del producto la realiza a través de la distribución directamente al consumidor ya que es un medio de vender directamente a la preferencia y gusto del consumidor y precios accesibles.

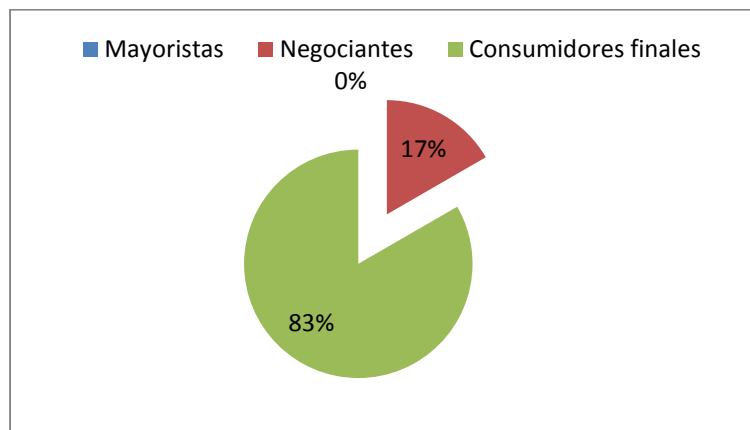


8. Tiene clientes fijos? SI ( ) NO ( ) y quienes son:

**Tabla 26.- LOS CLIENTES SON FIJOS**

CLIENTES FIJOS	PERSONAS	PORCENTAJE
Mayoristas		0,00
Negociantes	2	0,17
Consumidores finales	10	0,83
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 24.- LOS CLIENTES SON FIJOS**



**FUENTE:** Encuesta a Propietarios de Restaurantes, Panaderías, y negocios pequeños  
**Elaborado:** Autora

## ANÁLISIS

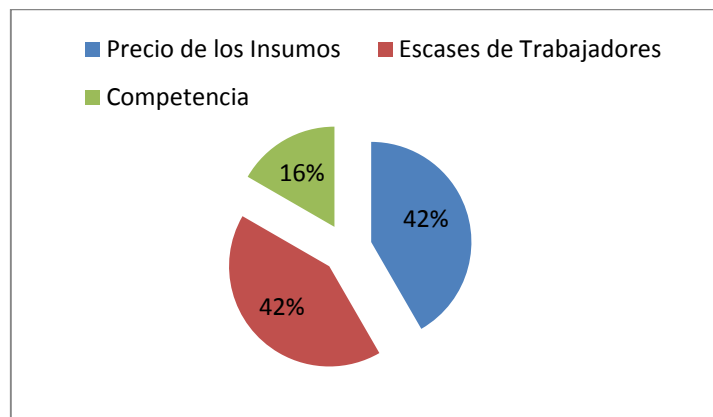
La mayoría de las panaderías, restaurantes y negocios pequeños tienen clientes fijos como también son los consumidores finales ya que son los que consumen directamente el alimento.

9. De acuerdo a su conocimiento y experiencia, que factores afectan a la producción de Alimentos a base de insumos Tradicionales?

**Tabla 27.- FACTOR QUE AFECTA LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS**

FACTORES	PERSONAS	PORCENTAJE
Precio de los Insumos	5	0,42
Escases de Trabajadores	5	0,42
Competencia	2	0,17
<b>TOTAL</b>	12	100%

**Gráfico 25.- FACTOR QUE AFECTA LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS**



**FUENTE:** Encuesta a Propietarios de Restaurantes, Panaderías, y negocios pequeños  
**Elaborado:** Autora

## ANÁLISIS

El factor que afecta a la producción de alimentos a base de insumos tradicionales son los precios de los insumos como también la excesiva competencia ya que toda la población se dedica a la marcha de un negocio; por lo tanto al determinar esta encuesta podemos fijar el precio del alimento aun bajo costo y accesible al bolsillo de los consumidores.

**10. ¿Cuál cree usted que es el principal problema de comercialización de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales?**

**LOS PROBLEMAS QUE SE CITAN SON:**

- ✓ Son los permisos de trabajo / operativo.
- ✓ La competencia ya que existe muchos productores
- ✓ La pérdida de la cultura de las personas.
- ✓ Falta de financiamiento.

**ANÁLISIS**

En todo el análisis se determinó que existen problemas de mayoría la falta de financiamiento como también se analiza la pérdida de la cultura alimenticia en la ciudad de Ibarra en la que no existen muchos negocios que se dedican a la producción de alimentos a base de insumos tradicionales en la ciudad de Ibarra.

### 3.5. DESCRIPCIÓN DEL ALIMENTO

La situación actual de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura; la mayor parte de su población ha perdido la **cultura alimenticia**, el cual está siendo saturada por comida rápida como (hamburguesas, papas fritas, hot dog, pizzas, pollo frito, entre otros), siendo alimentos que pierden su valor nutritivo, por su forma acelerada de ser producidos.

Actualmente en la ciudad de Ibarra existen restaurantes de comida común y corriente, pero no existen comúnmente los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales, con un alto contenido nutricional propio de nuestra cultura; por lo cual se incursionara en la elaboración y comercialización de los diferentes alimentos a base de insumos tradicionales como son: los quimbolitos, humitas, tamales, morocho con leche, tortillas de tiesto, arroz de cebada, entre otros; se impulsará a la sociedad a cambiar la cultura alimenticia favoreciendo los beneficios aplicando imaginación y creatividad en el proceso de elaboración o producción de alimentos a base de insumos tradicionales, teniendo en común el principio de una buena alimentación adaptándolos a los gustos y costumbres de la población y como también permita diferenciarse de la competencia al brindar un alimento de excelente calidad por ser 100% natural el cual resalta la cultura gastronómica de la ciudad de Ibarra.

Ante esta realidad una de las formas de mejorar la situación de la población de la ciudad es la creación de una empresa bien constituida para la elaboración y comercialización de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales; generando el incremento de fuentes de trabajo, creando una oportunidad de negocio llamativa, económica, competitiva satisfaciendo las necesidades de las personas mediante un producto natural con altos contenidos nutritivos, que deleitaran cada uno de la población y poder captar nuevos mercados a nivel local, regional, nacional; como también

permita obtener la rentabilidad necesaria que satisfaga las expectativas de los inversionistas.

### 3.5.1. Características del Alimento

Se considera para que un producto sea identificado de calidad es por la materia prima que se emplea, por ello se utiliza la haría de maíz, harina de trigo, el arroz de cebada debido a la provincia de Imbabura es conocido por ser un productor de excelente maíz por su grano grueso de color amarillo y blanco, como también los ingredientes que permitirán dar el sabor principal de estos alimentos como es el queso, manteca de cerdo, hojas de achira, huevos, carne de pollo como de cerdo y especialmente el infaltable secreto de la familia que permitirá ser distinguido entre la competencia.

**Alimentos que se ofrecerán:**

#### Ilustración 5.- DIFERENTES ALIMENTOS



#### 3.5.1.1. LOS QUIMBOLITOS

#### Ilustración 6.- QUIMBOLITOS



FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

El quimbolito es primo hermano de la humita, del chigüil, de la arepa de patate y del tamal. La etimología de su nombre es desconocida, sin embargo, su presencia en las cocinas del Ecuador es inconfundible.

Es un alimento de un sabor muy delicioso debido a su textura, color en considerado como uno de los alimentos más deleitoso y apetitosos desde los niños, jóvenes y adultos debido a que su sabor se asemeja al de un pastel ya que es nutritivo y proteínico y saludable.

Los quimbolitos son a base de harina de maíz, polvo de hornear, mantequilla, leche, esencia de vainilla, huevos, azúcar, chocolate o jugo de naranja, su envoltura es en hojas de achira.

### 3.5.1.2. HUMITAS

#### Ilustración 7.- HUMITAS



FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

Las humitas son pastelitos de choclo o maíz tierno rellenos con queso y cocinados al vapor, es decir que son similares a los tamales -y la mayoría de la gente conoce los tamales, aunque también hay algunas diferencias entre los tamales de México y los tamales de Ecuador-, pero en vez de ser preparadas con maíz seco las humitas se preparan con maíz tierno.

En Ecuador, las humitas son un plato típico de la Sierra y se sirven con el cafecito de la tarde o para el desayuno, aunque vale mencionar que son deliciosas a cualquier hora.

Un delicioso Alimento que puede disfrutarlo en familia o con amigos.

### 3.5.1.3. TAMAL

#### Ilustración 8.- TAMAL



FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

El tamal es el nombre genérico dado a varios platillos americanos de origen indígena preparados generalmente con masa de maíz rellenas de carne de res, carne de cerdo, pollo, arvejas, zanahoria y al final un guiso con cebolla, pimienta y bien aliñado salsas y otros ingredientes, envueltas en hojas de achira y cocida en agua o al vapor.

#### **Los rasgos que definen como es un alimento de calidad.**

- La hoja, que junto con el maíz, define la identidad de los tamales, esta es la envoltura es de hojas de maíz o hojas de achira.
- La masa a base de harina de maíz que permite tener una textura compacta, uniforme y esponjosa.
- El relleno debe estar hecho con los mejores y más variados ingredientes.

#### 3.5.1.4. MOROCHO CON LECHE

##### Ilustración 9.- MOROCHO CON LECHE



FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

El morocho dulce, también simplemente conocido como morocho, es una bebida espesa que se prepara con maíz morocho partido (remojado de un día para otro), leche, canela, azúcar o panela, y pasas. El morocho es una de las comidas típicas ecuatorianas, y por lo general se lo compra en los puestos de comida callejeros o en los mercados.

La consistencia del morocho es similar a un batido espeso y se lo puede comer con cuchara.

El morocho se puede comer como desayuno, también es un excelente tentempié para las tardes, y hasta se puede servir como postre.

#### 3.5.1.5. TORTILLA DE TIESTO

##### Ilustración 10.- TORTILLA DE TIESTO

Trigo



maíz



FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora



La tortilla pertenece a la dieta mexicana, la cual no lleva levadura es redonda y plana. La forma de la tortilla se hace a mano usando harina de maíz o de trigo. Se puede comer sola o envolviendo varios rellenos.

En un recipiente tamizar la harina con la sal, agregar la mantequilla y la leche poco a poco, amasar fuertemente hasta obtener una masa suave. Tomando porciones adecuadas de masa, hacer bolas y luego adelgazarlas con un bolillo sobre una tabla de amasar. Asarlas en un tiesto, hasta que tomen su color característico de ambos lados y servirse con un delicioso café de chuspa.

Las tortillas de maíz han sido alimento apetecido en toda la provincia de Imbabura especialmente en las comunidades indígenas.

La harina cierna tres veces, es para conseguir volumen a la hora de amasar. Mezcle con la manteca, sal y los huevos, mezcle bien todos los ingredientes y amase. Aparte, realice un refrito en el sartén con la cebolla, achiote, sal, aceite a su gusto. Retire del fuego y ralle el queso y agregue al refrito. Haga las tortillas con las manos y ponga el guiso. En un tiesto de barro acomode holgadamente cada tortilla y áselas. Coloque al otro lado con un cuchillo, cuidando siempre de que estén bien asadas.

#### **3.5.1.6. ARROZ DE CEBADA CON LECHE**

**Ilustración 11.- ARROZ DE CEBADA CON LECHE**



FUENTE: INVESTIGACIÓN  
Elaborado: Autora

La Cebada es alimento muy nutritivo, es un cereal que aporta una cantidad de beneficios al organismo también aporta vitaminas, es depurativo, refrescante, emoliente rico en antioxidantes como vitamina C y E, bajo en grasas y sodio, ayuda a la destrucción de grasas, es decir reduce el tejido adiposo por lo que ayuda a bajar de medidas y peso, está lleno de oligoelementos como hierro, azufre, cobre, zinc, magnesio es por esto que es ideal para mujeres cuando están embarazadas y como alimentos de los niños para teteros y potajes.

### **Mercado Meta**

Nuestro Alimento está dirigido a jóvenes y niños/a de la Ciudad de Ibarra de un nivel socio económico medio y medio alto a las cuales les interese tener una buena alimentación nutritiva y saludable que tengan un estilo de vida eficiente contra la prevención de enfermedades lo cual se pretende generar lealtad con los clientes.

### **Segmento De Mercado**

El segmento de mercado seleccionado por nuestra Empresa son los niños, jóvenes y adultos, cuya edad fluctúa entre 10 - 60 años de edad siendo un 56% mujeres y el 44% hombres, por tal son destinados como clientes que les gusta una alimentación sana y nutritiva.

### **Características del segmento del mercado**

El motivo por el cual nos enfocaremos a este segmento de mercado es porque se está perdiendo la cultura alimenticia, y a través de este proyecto deseamos introducir nuestra gastronomía, además innovar nuevos alimentos que tengan un alto contenido nutricional lo cual ayude a una mejor alimentación.

- Personas que gustan consumir alimentos elaborados a base de insumos tradicionales por lo menos una vez por semana o quincenal.
- Clientes que están dispuestos a probar alimentos elaborados a base de insumos tradicionales gracias al alto contenido nutricional que tiene cada uno.
- Muestran preferencia por el tamaño de los alimentos
- Muestran preferencia por los precios bajos.
- Prefieren alimentos bajos en calorías

### **Segmento de mercado (Población Total)**

Según el VII censo nacional de población realizado en el año 2010, datos recopilados en <http://www.inec.gob.ec/cpv/>; de los 14'483499 habitantes que tiene el Ecuador, la población total de la ciudad Ibarra alcanza a 181.175 habitantes, de los cuales 93.389 son mujeres y 87.786 son hombres.

Para el estudio de mercado se considera los datos estadísticos de la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Ibarra, ya que el alimento está dirigido a la población de nivel económico medio alto, por lo tanto se ha establecido los índices del PEA del año 2010 con proyección a base de la tasa de crecimiento:

**Tabla 28.- POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE IBARRA 2010**

POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA CANTÓN IBARRA

Población Cantón Ibarra		181175
PEA Urbana	77,49%	62510
PEA Rural	22,51%	18159
Total	100%	80669

FUENTE: INEC CENSO 2010  
Elaborado: Autora

### 3.6. OFERTA

Para proceder el análisis de oferta, se realizó un previo estudio de mercado mediante encuestas a los propietarios de restaurantes, negocios pequeños y panaderías de la ciudad de Ibarra, resultados que permitirán determinar con mayor exactitud el comportamiento de la oferta actual y a futuro, como también conocer cual es el posible mercado.

#### 3.6.1. Oferta Actual

De la investigación de mercado mediante la encuesta realizada a la competencia directa como: Cafetería y pastelería Bavarois; Negocio pequeño de Rosa Navarrete, negocio pequeño de Rosa Navarrete, helados de paila Rosalía Suarez.. Se determina que al 2013 tenemos una oferta actual de 245 alimentos elaborados a base de insumos tradicionales de los cuales pertenecen: quimbolitos 80 unidades , humitas 80 unidades, tamales 25 unidades, morocho con leche 20 tasitas, tortillas de tiesto 20 unidades, arroz de cebada 20 tasitas son diariamente que se elaboran.

Esto se los obtuvo mediante los discrímenes debido a que nuestro alimento competirán tanto a sabor como de aspecto nutritivo con la calificación de excelente.

**Tabla 29.- OFERTA ACTUAL**

PRODUCTO	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
Quimbolitos	80	960	11520
Humitas	80	960	11520
Tamales	25	300	3600
Morocho con Leche	20	240	2880
Tortilla de Tiesto	20	240	2880
Arroz de Cebada	20	240	2880
TOTAL	245	2940	35280

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

#### 3.6.2. Oferta Potencial

**Tabla 30.- OFERTA POTENCIAL**

<b>ALIMENTO</b>	<b>TOTAL DE UNIDADES OFERTADAS</b>	<b>PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN DEL ALIMENTO</b>	<b>TOTAL DE ALIMENTOS ANUALES</b>
<b>Quimbolitos</b>	11520	0,30	3456
<b>Humitas</b>	11520	0,30	3456
<b>Tamales</b>	3600	0,30	1080
<b>Morocho con Leche</b>	2880	0,30	864
<b>Tortilla de Tiesto</b>	2880	0,30	864
<b>Arroz de Cebada</b>	2880	0,30	864

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

Se tomó en cuenta la oferta de los alimento elaborado a base de insumos tradicionales con el fin de calcular el porcentaje de preferencia de cada alimento.

Para el calculo se basa en el número de personas que prefieren cada alimento se realiza el siguiente procedimiento que se obtendra los datos que permitira convertir las personas que consumen los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales; por lo tanto se toma en consideración la frecuencias de unidades de alimentos y el promedio de cada unidad.

### **3.6.3. Oferta proyectada**

La proyección de la oferta en el estudio que se está realizando es factible debido a que existe competencia directa en la ciudad. Nuestro proyecto como es la creacion de una empresa de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales es una actividad comercial rentable, el cual tiene el proposito de no monopolizar dicha actividad como es el no ofrecer alimentos común y corrientes es decir por comidas rapidas (hamburguesas, papas fritas, hot dog, pizzas, pollo frito, entre otros) siendo alimentos que pierden su valor nutritivo, por su forma acelerada de ser producidos.; sino ser una empresa que fomente la cultura alimenticia con un alto contenido

nutricional propio de nuestra cultura; por lo cual se incursionara alimentos nutritivos, proteinicos, saludables.

Para la proyección de la oferta se parte de la oferta actual cuyos cálculos de realiza a continuación con el fin de proyectarle con el 6% de la población, la cual se obtuvo de la investigación directa del competidor.

### Formula

$$Op = OA (1 + i)^n$$

### Simbología

**Op**= Oferta Proyectada

**OA** = Oferta actual

**1** = Valor constante

**i** = Tasa de crecimiento

**n** = Tiempo

**Tabla 31.- PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN CANTIDAD DE ALIMENTO**

ALIMENTO	Tasa de Crecimiento del 6%				
	2014	2015	2016	2017	2018
Quimbolitos	3456	3663	3883	4116	4363
Humitas	3456	3663	3883	4116	4363
Tamales	1080	1145	1213	1286	1363
Morocho con Leche	864	916	971	1029	1091
Tortilla de Tiesto	864	916	971	1029	1091
Arroz de Cebada	864	916	971	1029	1091
<b>TOTAL</b>	<b>10584</b>	<b>11104</b>	<b>11649</b>	<b>12221</b>	<b>12821</b>

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

### AÑO 2015

$$Op = DA (1 + i)^n$$

$$Op = 3456 (1 + 0,06)^1$$

$$Op = 3456 (1,06)^1$$

$$OP.=3663$$

### 3.7. DEMANDA

Mediante el análisis de la demanda se determinara a los clientes que estarán dispuestos a consumir el alimento, a un precio considerado; por tal motivo la demanda será considerado para el proyecto con el fin de establecer los ingresos y la razón del mismo.

**Tabla 32.- TAMAÑO DE LA DEMANDA HISTORICA**

TAMAÑO DE LA DEMANDA HISTORICA			
AÑO	POBLACIÓN DE IBARRA	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	POBLACIÓN PROYECTADA
2009	80669	2,02	
2010	80669	2,02	82299
2011	82299	2,02	83961
2012	83961	2,02	85657
2013	85657	2,02	87387

FUENTE: INEC 2010

Elaborado: Autora

#### 3.7.1. Demanda Actual

De la investigación de mercado realizada a los potenciales consumidores de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales se llego a determinar que existe una demanda mensual la cual se detalla: quimbolitos 23970 unidades, humitas 4528 unidades, tamales 799 unidades, morocho con leche 1997, tortillas de tiesto 932 unidades, arroz de cebada 3196, dando un total de 35422 alimentos al mes.

A continuación se detalla el procedimiento del cálculo en base a la investigación de campo:

**Tabla 33.- PERSONAS QUE LES AGRADA LOS ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES**

Población Económicamente Activa de Ibarra

<b>POBLACIÓN</b>	<b>POBLACIÓN (PEA)</b>	<b>Porcentaje de Aceptación</b>	<b>Personas Que Consumen Alimentos elaborados a Base De Insumos tradicionales</b>
<b>IBARRA</b>	85657	91%	77929

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

	<b>DEMANDA</b>	<b>% de Aceptación</b>	<b>Personas Que Consumen Alimentos elaborados a Base De Insumos tradicionales</b>	<b>TOTAL DE CONSUMO DE LOS ALIMENTOS</b>
<b>IBARRA</b>	77929	45%	77929	35422

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

Se calcula el 91% de la aceptación de personas que consumen los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales, este resultado se lo obtuvo de la pregunta N°1 de la encuesta realizada en a los potenciales consumidores de la ciudad de Ibarra.

Y obtenemos un 45,45% de personas que están dispuestas a consumir el producto en nuestra empresa por lo que se determina una demanda total de 35422.

**Tabla 34.- PERSONAS QUE CONSUMEN LOS ALIMENTOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES**



ALIMENTO	PORCENTAJE	DEMANDA MENSUAL NÚMERO DE COMSUMEN EL ALIMENTO	DEMANDA ANUAL DE COMSUMO DEL ALIMENTO
Quimbolitos	0,68	23970	287638
Humitas	0,13	4528	54332
Tamales	0,02	799	9588
Morocho con Leche	0,06	1997	23970
Tortilla de Tiesto	0,03	932	11186
Arroz de Cebada	0,09	3196	38352
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>35422</b>	<b>425065</b>

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO  
Elaborado: Autora

De la pregunta N° 2 se tomó en cuenta los porcentajes de preferencia de cada alimento elaborado a base de insumos tradicionales con el fin de calcular el número de demanda que consumen de consumo cada alimento.

### 3.7.2. Demanda Potencial

Tomando en consideración objetivo que corresponde a que la demanda potencial actual se calcula multiplicandola población objetivo que corresponde a 77929 personas población económicamente activa de la ciudad de Ibarra por el mayor porcentaje de frecuencia que estan dispuestos a consumir en nuestra empresa que corresponde a 45,45% que se obtiene la demanda de si van a consumir nuestro producto en nuestra empresa.

**Demanda Potencial = Población Objetivo x % Frecuencia de consumo.**

**Tabla 35.- DEMANDA POTENCIAL**

<b>DEMANDA POTENCIAL</b>		
<b>Población Objetivo</b>	<b>% Frecuencia de Consumo</b>	<b>Demanda Potencial</b>
77929	45,45%	35422

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO  
Elaborado: Autora

La demanda potencial actuales es de 35422 que se consume directamente los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales.

**Tabla 36.- DEMANDA POTENCIAL ACTUAL**

<b>ALIMENTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>DEMANDA MENSUAL NÚMERO DE COMSUMEN EL ALIMENTO</b>	<b>DEMANDA ANUAL DE COMSUMO DEL ALIMENTO</b>
<b>Quimbolitos</b>	0,68	23970	287638
<b>Humitas</b>	0,13	4528	54332
<b>Tamales</b>	0,02	799	9588
<b>Morocho con Leche</b>	0,06	1997	23970
<b>Tortilla de Tiesto</b>	0,03	932	11186
<b>Arroz de Cebada</b>	0,09	3196	38352
<b>TOTAL</b>	1,00	<b>35422</b>	<b>425065</b>

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO  
Elaborado: Autora

### 3.7.3. Demanda Proyectada

La demanda proyectada esta basada en el crecimiento del mercado,el mismo que cada año se incrementa debido al enfoque que hoy en dia da nuestro pais.

La realizaremos la proyección de la demanda para los años 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018 de la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

**Formula:**

$$D_p = DA (1 + i)^n$$

**Simbología**

**D<sub>p</sub>**= Demanda Proyectada

**DA** = Demanda actual

**1** = Valor constante

**i** = Tasa de crecimiento

**n** = Tiempo

**Tabla 37.- PROYECCIÓN DE LA DEMANDA A CINCO AÑOS**

<b>ALIMENTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Quimbolitos</b>	43146	59023	80744	110458	151106
<b>Humitas</b>	8150	11149	15252	20864	28542
<b>Tamales</b>	1438	1967	2691	3682	5037
<b>Morocho con Leche</b>	3595	4919	6729	9205	12592
<b>Tortilla de Tiesto</b>	1678	2295	3140	4296	5876
<b>Arroz de Cebada</b>	5753	7870	10766	14728	20147
<b>TOTAL</b>	<b>63760</b>	<b>66890</b>	<b>70175</b>	<b>73620</b>	<b>77235</b>

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

**AÑO 2015**

$$D_p = DA (1 + i)^n$$

$$D_p = 43146 (1 + 0,0368)^1$$

$$D_p = 33434 (1,0368)^1$$

$$Y=59023$$

### 3.8. BALANCE OFERTA- DEMANDA

En el siguiente cuadro se puede apreciar que la demanda y la oferta tienden a crecer debido al incremento de familias en la ciudad de Ibarra, según estimaciones de la tasa de crecimiento poblacional proyectada para los años 2013 -2014 es de 2.99%.

El balance entre la oferta y la demanda da como resultado la demanda insatisfecha, lo que permite a la empresa implantarse y podrá captar parte de ese mercado, mediante la producción a generar y podrá atender a una buena parte de la población consumidora de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales.

**Tabla 38.- DEMANDA INSATISFECHA ALIMENTO: QUIMBOLITO**

<b>ALIMENTO</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>Quimbolitos</b>			
<b>2014</b>	43146	3456	(39690)
<b>2015</b>	59023	3663	(55360)
<b>2016</b>	80744	3883	(76861)
<b>2017</b>	110458	4116	(106341)
<b>2018</b>	151106	4363	(146743)
<b>TOTAL</b>	<b>444476</b>	<b>19482</b>	<b>(424994)</b>

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

**Tabla 39.- DEMANDA INSATISFECHA ALIMENTO: HUMITAS**

<b>Humitas</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>2014</b>	8150	3456	(4694)
<b>2015</b>	11149	3663	(7485)
<b>2016</b>	15252	3883	(11368)
<b>2017</b>	20864	4116	(16748)
<b>2018</b>	28542	4363	(24179)
<b>TOTAL</b>	<b>83957</b>	<b>19482</b>	<b>(64475)</b>

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

**Tabla 40.- DEMANDA INSATISFECHA ALIMENTO: TAMALES**

<b>Tamales</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>2014</b>	1438	1080	(358)
<b>2015</b>	1967	1145	(823)
<b>2016</b>	2691	1213	(1478)
<b>2017</b>	3682	1286	(2396)
<b>2018</b>	5037	1363	(3673)
<b>TOTAL</b>	<b>14816</b>	<b>6088</b>	<b>(8728)</b>

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

**Tabla 41.- DEMANDA INSATISFECHA ALIMENTO: MOROCHO CON LECHE**

<b>Morocho con Leche</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>2014</b>	3595	864	(2731)
<b>2015</b>	4919	916	(4003)
<b>2016</b>	6729	971	(5758)
<b>2017</b>	9205	1029	(8176)
<b>2018</b>	12592	1091	(11501)
<b>TOTAL</b>	<b>37040</b>	<b>4870</b>	<b>(32169)</b>

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

**Tabla 42.- DEMANDA INSATISFECHA ALIMENTO: TORTILLA DE TUESTO**

<b>Tortilla de Tiesto</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>2014</b>	1678	864	(814)
<b>2015</b>	2295	916	(1380)
<b>2016</b>	3140	971	(2169)
<b>2017</b>	4296	1029	(3267)
<b>2018</b>	5876	1091	(4786)
<b>TOTAL</b>	<b>17285</b>	<b>4870</b>	<b>(12415)</b>

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

**Tabla 43.- DEMANDA INSATISFECHA ALIMENTO: ARROZ DE CEBADA**

<b>Arroz de Cebada</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>2014</b>	5753	864	(4889)
<b>2015</b>	7870	916	(6954)
<b>2016</b>	10766	971	(9795)
<b>2017</b>	14728	1029	(13699)
<b>2018</b>	20147	1091	(19057)
<b>TOTAL</b>	<b>59263</b>	<b>4870</b>	<b>(54393)</b>

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

La Demanda Insatisfecha para los próximos años, crece significativamente, siendo que los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura son muy requeridos por los turistas nacionales y extranjeros, aunque existe un posible de crecimiento de la oferta, la demanda insatisfecha es mayor, por motivo del crecimiento poblacional, lo que permite concluir que durante la vida del proyecto existirá un mercado potencial.

## PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Una vez establecida la demanda insatisfecha de los alimentos, se determina que la empresa estará en la capacidad de producir y cubrir aproximadamente un **2,03%**

**Tabla 44.- CANTIDAD PROYECTADA DE CADA ALIMENTO**

<b>ALIMENTO</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>% de cobertura</b>	<b>Participación del Proyecto en la Demanda Insatisfecha</b>
<b>Quimbolitos</b>			
<b>2014</b>	-39690	2,03	-80570
<b>2015</b>	-55360	2,03	-112381
<b>2016</b>	-76861	2,03	-156027
<b>2017</b>	-106341	2,03	-215873
<b>2018</b>	-146743	2,03	-297888

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

<b>ALIMENTO</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>% de cobertura</b>	<b>Participación del Proyecto en la Demanda Insatisfecha</b>
<b>Humitas</b>			
<b>2014</b>	-4694	2,03	-9528
<b>2015</b>	-7485	2,03	-15196
<b>2016</b>	-11368	2,03	-23078
<b>2017</b>	-16748	2,03	-33999
<b>2018</b>	-24179	2,03	-49084

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

<b>ALIMENTO</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>% de cobertura</b>	<b>Participación del Proyecto en la Demanda Insatisfecha</b>
<b>Tamales</b>			
<b>2014</b>	-358	2,03	-727
<b>2015</b>	-823	2,03	-1670
<b>2016</b>	-1478	2,03	-3000
<b>2017</b>	-2396	2,03	-4863
<b>2018</b>	-3673	2,03	-7457

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

<b>ALIMENTO</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>% de cobertura</b>	<b>Participación del Proyecto en la Demanda Insatisfecha</b>
<b>Morocho con Leche</b>			
<b>2014</b>	-2731	2,03	-5545
<b>2015</b>	-4003	2,03	-8126
<b>2016</b>	-5758	2,03	-11688
<b>2017</b>	-8176	2,03	-16597
<b>2018</b>	-11501	2,03	-23348

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

<b>ALIMENTO</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>% de cobertura</b>	<b>Participación del Proyecto en la Demanda Insatisfecha</b>
<b>Tortilla de Tiesto</b>			
<b>2014</b>	-814	2,03	-1652
<b>2015</b>	-1380	2,03	-2800
<b>2016</b>	-2169	2,03	-4404
<b>2017</b>	-3267	2,03	-6631
<b>2018</b>	-4786	2,03	-9715

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora



<b>ALIMENTO</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>% de cobertura</b>	<b>Participación del Proyecto en la Demanda Insatisfecha</b>
<b>Arroz de Cebada</b>			
<b>2014</b>	-4889	2,03	-9924
<b>2015</b>	-6954	2,03	-14116
<b>2016</b>	-9795	2,03	-19884
<b>2017</b>	-13699	2,03	-27808
<b>2018</b>	-19057	2,03	-38685

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado: Autora

### 3.9. PRECIOS

Una vez realizado el estudio de mercado para determinar el precio de los diferentes alimentos elaborados a base de insumos tradicionales es de un promedio de: los quimbolitos 0,25; humitas 0,25; tamales 0,35; morocho con leche 0,50; tortillas de tiesto 0,35y arroz de cebada de dulce a 0,50 en el año 2014; ya que el 45,45% de personas estarían dispuestos a pagar.

Para establecer el precio de estos alimentos se tomó en cuenta el costo de elaboración, el precio de la competencia y el precio de los consumidores están dispuestos a pagar, considerando un margen de utilidad, con el fin de que la empresa elabore de manera eficiente solventando las expectativas.

Para los próximos años se hará un incremento de acuerdo a la tasa de inflación anual en nuestro país Ecuador que para el año 2013 es de 2,68%.

**Tabla 45.- PROYECCIÓN DEL PRECIO**

<b>Detalle</b>	<b>PRECIO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Quimbolitos</b>	0,25	0,26	0,26	0,27	0,28
<b>Humitas</b>	0,25	0,26	0,26	0,27	0,28
<b>Tamales</b>	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39
<b>Morocho con Leche</b>	0,50	0,51	0,53	0,54	0,56
<b>Tortilla de Tiesto</b>	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39
<b>Arroz de Cebada</b>	0,50	0,51	0,53	0,54	0,56

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO  
Elaborado: Autora

**Tabla 46.- PROYECCIÓN DE VENTAS**

<b>Detalle</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Quimbolitos</b>	11075	15557	21853	30696	43117
<b>Humitas</b>	2092	2939	4128	5798	8144
<b>Tamales</b>	517	726	1020	1432	2012
<b>Morocho con Leche</b>	1846	2593	3642	5116	7186
<b>Tortilla de Tiesto</b>	603	847	1190	1671	2347
<b>Arroz de Cebada</b>	2953	4149	5827	8186	11498
<b>Total</b>	<b>19087</b>	<b>26810</b>	<b>37660</b>	<b>52899</b>	<b>74305</b>

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO  
Elaborado: Autora

### **3.10. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN**

#### **3.10.1. Distribución**

La empresa ha considerado que el método que realizará para hacer llegar el alimento al consumidor es a través de la distribución de dos formas, personalmente de productor a consumidor final y entregando a los minoristas, con previo conocimiento de la cantidad de productos que desea,

y luego los minoristas harán llegar los productos a los consumidores finales, lo que permitirá tener un precio final según a la comodidad del bolsillo del cliente.

**Gráfico 26.-COMERCIALIZACIÓN DE LOS ALIMENTOS.**

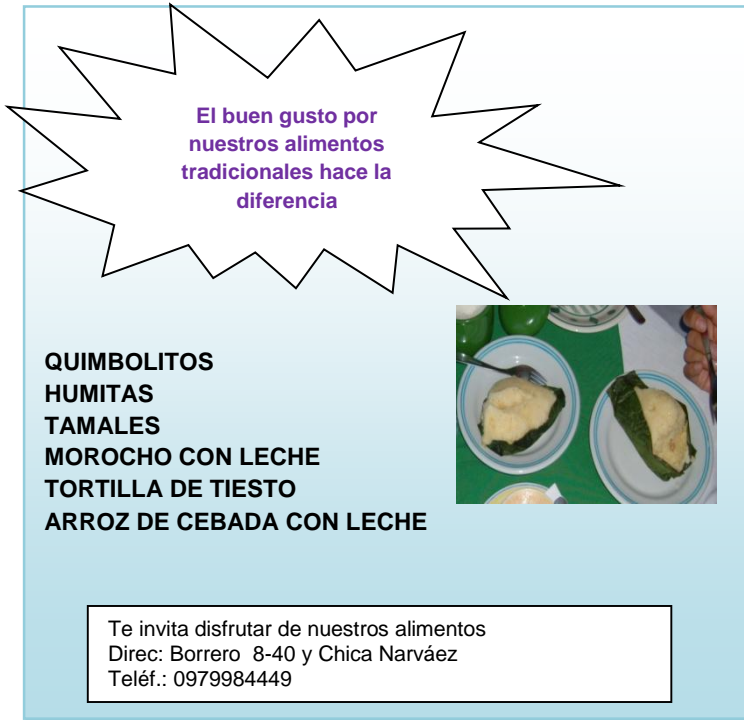


Minorista: Panaderías, cafeterías, restaurantes, tiendas de la ciudad de Ibarra.

### **3.10.2. Publicidad**

**Periódico.-** Se publicará en un cuarto de página del periódico el correo de la empresa de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales, por un mes, el cual circula cada quince días.

## Ilustración 12.- ANUNCIO PUBLICITARIO



El buen gusto por  
nuestros alimentos  
tradicionales hace la  
diferencia

**QUIMBOLITOS**  
**HUMITAS**  
**TAMALES**  
**MOROCHO CON LECHE**  
**TORTILLA DE TUESTO**  
**ARROZ DE CEBADA CON LECHE**



Te invita disfrutar de nuestros alimentos  
Direc: Borrero 8-40 y Chica Narváez  
Teléf.: 0979984449

Elaborado por: La Autora

**Volantes.-** Se elaborara 810 volantes a color que se entregaran por el lapso de 3 meses en toda la ciudad Ibarra, Los días sábados y domingos en el horario de 9:00 a.m. hasta las 2:00 p.m.

### Ilustración 13.- DÍPTICO CARA 1

**Para Pedidos/ Entregas a Domicilio**

**EMPRESA  
LO TRADICIONAL DE ALEJITA**

**OFERCEMOS LO SIGUIENTE:**



Chica Narváez



**Quimbolitos, Humitas, Tamales  
Tortillas de Tiesto**



**Morocho con Leche  
Arroz de Cebada de dulce.**

Av. Borrero 8-40

Local: Av. Borrero 8-40 y  
Chica Narváez

Elaborado por: La Autora

## Ilustración 14.- DÍPTICO CARA 2

<b>NUESTROS ALIMENTOS TRADICIONALES CON ALTO CONTENIDO NUTRICIONAL</b>	
<b>Quimbolitos</b> 	Son alimentos tradicionales de la sierra. Características: Harina de Maíz, mantequilla, Leche, huevos, azúcar, Chocolate, vainilla, polvo de hornear, pasas
<b>Humitas</b> 	Son alimentos latinoamericanas más comunes. Características: Choclo tierno molido, mantequilla, Manteca de cerdo, queso rallado, sal, polvo de hornear, huevos, etc.
<b>Tamales</b> 	Son alimentos tradicionales de la sierra. Características: Harina de maíz tostada, Manteca de cerdo, cuero de cerdo, pechuga de pollo, pepa de zambo, sal, alverja, huevos, etc.
<b>Tortillas de Tiesto</b> 	Son alimentos tradicionales hecho en el tiesto. Características: Harina de trigo sin refinar, harina de maíz, mantequilla, Manteca, sal, polvo de hornear, huevos, royal, leche, etc.
<b>Morocho con Leche</b> 	Son alimentos tradicionales de la sierra. Características Morocho quebrado, astilladle canela, canela en polvo, pimienta de olor, sal, pasas, etc.
<b>Arroz de Cebada de dulce.</b> 	Son alimentos tradicionales proteínicos ayuda a la destrucción de la grasa. Características: cebada perlada, leche, lata de leche condensada, ramas de canela, Vainilla, sal una pizca.

Elaborado por: La Autora

### 3.10.3. Marcas

Ilustración 15.- MARCA

“LO TRADICIONAL DE ALEJITA”



Buen gusto por nuestros alimentos  
Tradicionales hace la diferencia

**ETIQUETA.-** Se elaborara 1.000 etiquetas a full color para las fundas de papel y 1.000 para las fundas plásticas para los diferentes alimentos que se comercializara.

Ilustración 16.- ETIQUETA 1

The menu label has a blue background with white text. At the top, it reads 'EMPRESA LO TRADICIONAL DE ALEJITA'. Below this, it says 'LA TRADICIÓN DE LA BUENA CULTURA ALIMENTICIA'. The menu items are arranged in a grid with small images of the food next to their names. The items listed are: Quimbolitos, Humitas, Tamales, Tortillas de; Morocho con leche, and Arroz de cebada con leche. At the bottom, it provides the address 'IBARRA – ECUADOR' and the phone number 'TELEF: 0979984449'. A small box on the left side of the menu lists the location: 'Local: Av. Borrero 8-40 y Chica Narváez'.

Elaborado por: La Autora

## Ilustración 17.- ETIQUETA 2

**EMPRESA**  
**“LO TRADICIONAL DE ALEJITA”**

**LA TRADICIÓN DE LA BUENA CULTURA ALIMENTICIA**



Local: Av. Borrero 8- 40  
y Chica Narváez



**Quimbolitos, Humitas, Tamales**  
**Tortillas de Tiesto**



**Morocho con Leche**  
**Arroz de Cebada de dulce.**

**IBARRA – ECUADOR TELEF: 0979984449**

Elaborado por: La Autora

**Empaque.-** Se elaborara 1.000 fundas de papel N° 3 con capacidad para 6 Unidades, y 1.000 fundas N° 6 con capacidad para 12 Unidades con el logo y publicidad a full color, para comercializar y distribuir los alimentos.

Además se elaborara 1.000 fundas plásticas pequeñas con capacidad para dos unidades sean estos quimbolitos, humitas, tamales, etc. con el logo y publicidad a full color para comercializar los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales.



### 3.11. COMPETENCIA

Para el análisis de la competencia, se toma en consideración a restaurantes, negocios pequeños, panaderías, cafeterías entre otros lugares donde se comercialice o se vende los diferentes alimentos.

**Tabla 47.- PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA**

NOMBRE DEL COMPETIDOR	DIRECCIÓN	PRINCIPAL VENTAJA	PRINCIPAL DESVENTAJA	ACCIONES PARA POSICIONARSE
Cafetería y Pastelería Bavarois	Bolívar 9-31 y Juan de Velasco	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Es conocido</li> <li>➤ Tiene buena reputación en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Precios altos</li> <li>➤ Variedad de productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La empresa llevará a cabo estrategias publicitarias, un diseño adecuado del alimento donde resalte las ventajas del mismo, crear una buena imagen del alimento.</li> <li>➤ Desarrollar nuevos alimentos terminados y semielaborados (masas)</li> <li>➤ Entrega a domicilio.</li> </ul>
Negocio pequeño de Rosa Navarrete	Mercado Amazonas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Es conocido</li> <li>➤ Tiene buena reputación en el mercado</li> <li>➤ Tiene buena presentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Precios altos</li> <li>➤ Variedad de productos</li> </ul>	
Helados de Paila Rosalía Suarez su local lo Tradicional	Calle Miguel Oviedo 7-82 y Carrera José J.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Es conocido</li> <li>➤ Tiene buena reputación en el mercado</li> <li>➤ Tiene buena presentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Precios altos</li> <li>➤ Variedad de productos</li> </ul>	

FUENTE: Investigación

Elaborado: Autora

### **3.12. CONCLUSIONES**

Para la creación de la Empresa se realizó una investigación en varios restaurantes, negocios pequeños y panaderías, llegando a la conclusión de que la mayoría de estas no expenden todos los alimentos que va a ofrecer la empresa.

Como conclusión sobre la investigación se a llegado a determinar que estos alimentos elaborados a base de insumos tradicionales son muy importantes en el Ecuador ya sea por ser nutritivos, proteínicos y por su exquisito sabor; como también por su manera de preparación lo que hace diferente a los demás alimentos con un precio accesible y al alcance del bolsillo de los consumidores.

No existe una correcta difusión de la importancia nutricional en la alimentación de la población.

La conclusión a nivel historico seria que siempre son alimentos de mucha importancia para la alimentación de generaciones pasadas que hasta incluso de tradiciones las que todavia no se han perdido en algunos lugares del Ecuador como es en Ibarra.

La población de la ciudad de Ibarra determina la importancia de recuperar la cultura alimenticia, las maneras de preparaciones antiguas a base de los insumos tradicionales como es el maíz, el trigo, la cebada, el morocho y desarrollar la nueva innovación de los alimentos de una manera presentada de calidad.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis de macro y micro localización a través de métodos cuantitativos y cualitativos; con el fin de seleccionar la opción más conveniente que contribuya a una mayor rentabilidad sobre el capital a invertir y una mínima de los costos de producción.

##### 4.1.1. Macro-localización

Para la elaboración de estos diferentes alimentos como son: quimbolitos, humitas, tamales, morocho con leche, tortillas de tiesto, arroz de cebada de con leche se debe considerar el lugar donde se va a desarrollar este proyecto productivo, tomando en cuenta los medios necesarios que permitan un adecuado funcionamiento de la planta productora.

**Gráfico 27.- MAPA DE MACROLO-CALIZACIÓN**



FUENTE: Investigación  
Elaborado: Autora

Dentro del análisis de macro-localización de la empresa se ha considerado ubicarla en el cantón Ibarra, específicamente en la ciudad de Ibarra, que presenta condiciones favorables para iniciar esta actividad productiva, con sus límites al norte la provincia del Carchi, al sur la provincia de Pichincha, al este el cantón Pimampiro y al oeste los cantones Otavalo, Antonio Ante, San Miguel de Urcuquí.

Se considera a la ciudad de Ibarra con el fin de reactivar su producción económica y con el propósito de convertirla en una ciudad productiva de este tipo de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales como son: los quimbolitos, humitas, tamales, morocho con leche, tortillas de tiesto, arroz de cebada con leche, permitiendo mantener la buena cultura alimenticia y de habilidades innatas en su gente que se dedica a la elaboración y comercialización de los alimentos tradicionales.

#### **4.1.2. Microlocalización**

Para la realización de este proyecto se ha considerado ubicar la planta de elaboración de los alimentos a base de insumos tradicionales en un local disponible propiedad del Sr. Patricio Ipiales ubicada en la ciudad de Ibarra, en la Av. Borrero 8-40 y Chica Narváez, para establecer lo antes mencionado se ha tomado en cuenta lo siguiente:

#### **Costos y Medios de Transporte**

El transporte que existe en la zona es variado y es mucho más económico transportar la materia prima ya que se encuentra en una parte central de la ciudad de Ibarra.

#### **Costos y Disponibilidad de Mano de Obra**

La mano de obra con la que se cuenta va a ser directa e indirecta, y su remuneración será en base a las leyes establecidas en nuestro país.

### **Cercanía de las fuentes de abastecimiento de Materias Primas**

Por encontrarse en un sector central de la ciudad de Ibarra, es más fácil para llegar a adquirir la materia prima y vender el alimento, es decir en caso de transportar materias primas, será menos costoso su transporte y se ahorra tiempo.

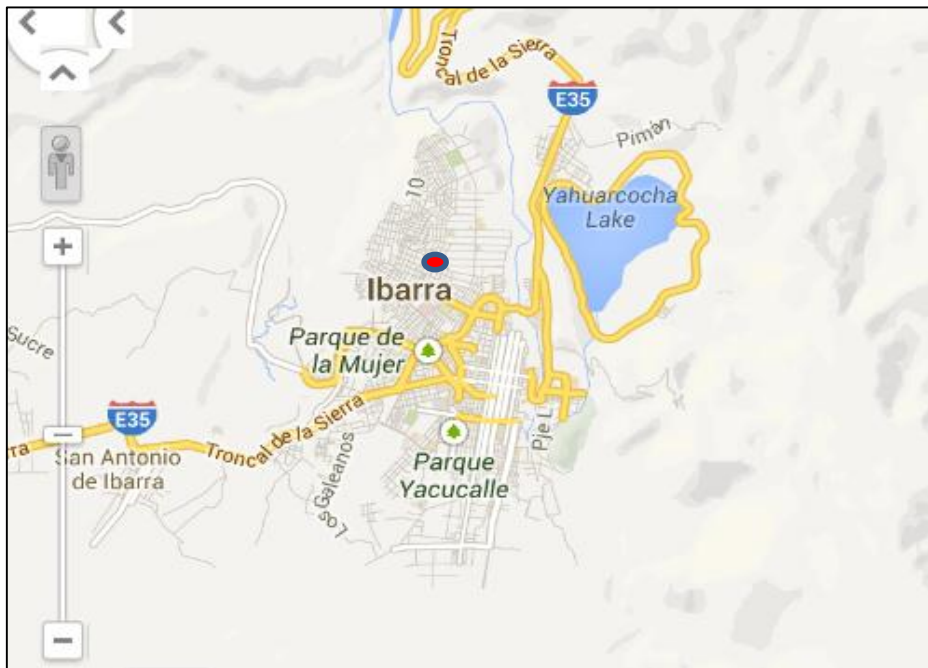
### **Edificio**

El edificio es existente, es lo que se va a proceder en una adecuación y a remodelación del local, se cuenta con los servicios básicos necesarios para empezar con el proceso de elaboración de los alimentos a base de insumos tradicionales.

### **Cerca al Mercado Meta**

El edificio donde funcionará la empresa “Lo Tradicional de Alejita” está ubicada cerca de los mercados meta, es decir a pocos minutos en donde se piensa distribuir el producto de una manera eficiente y eficazmente.

**Gráfico 28.- IBARRA**

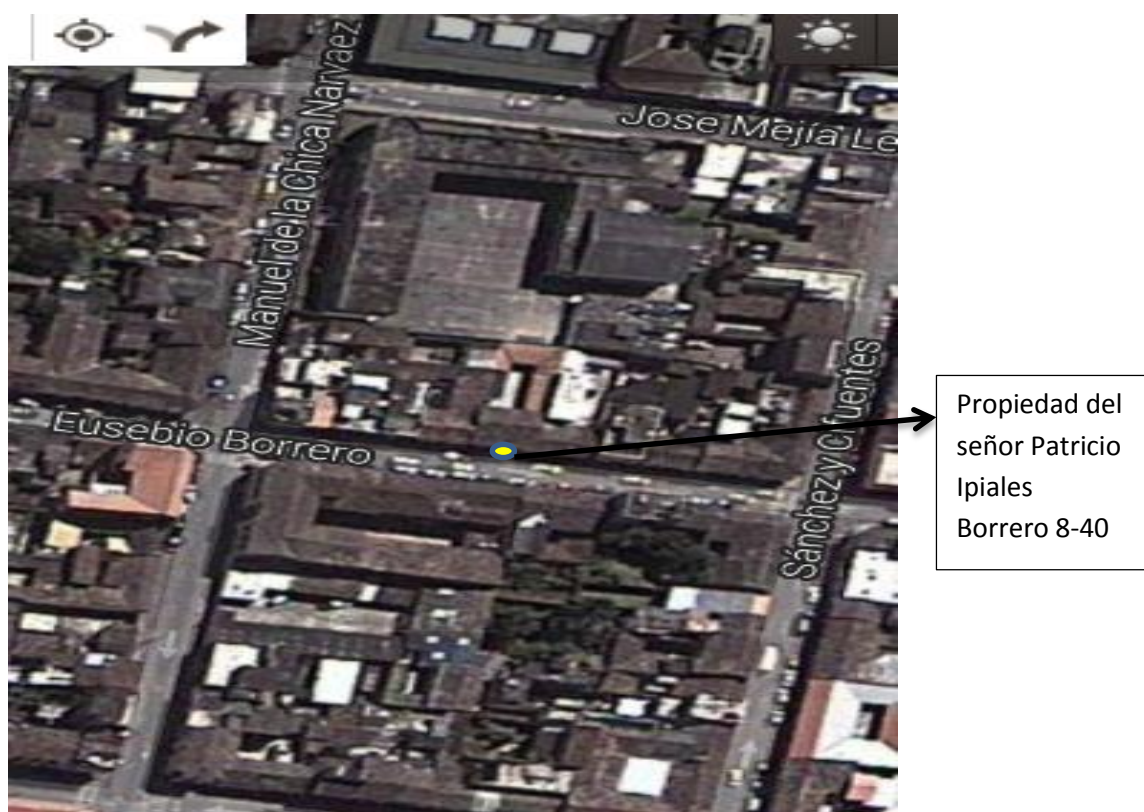


FUENTE:<http://www.gosur.com/es/mapa/?gclid=CPefspupsrGCFVNo7Aodhh8Asw#>

## 4.2. UBICACIÓN DE LA EMPRESA

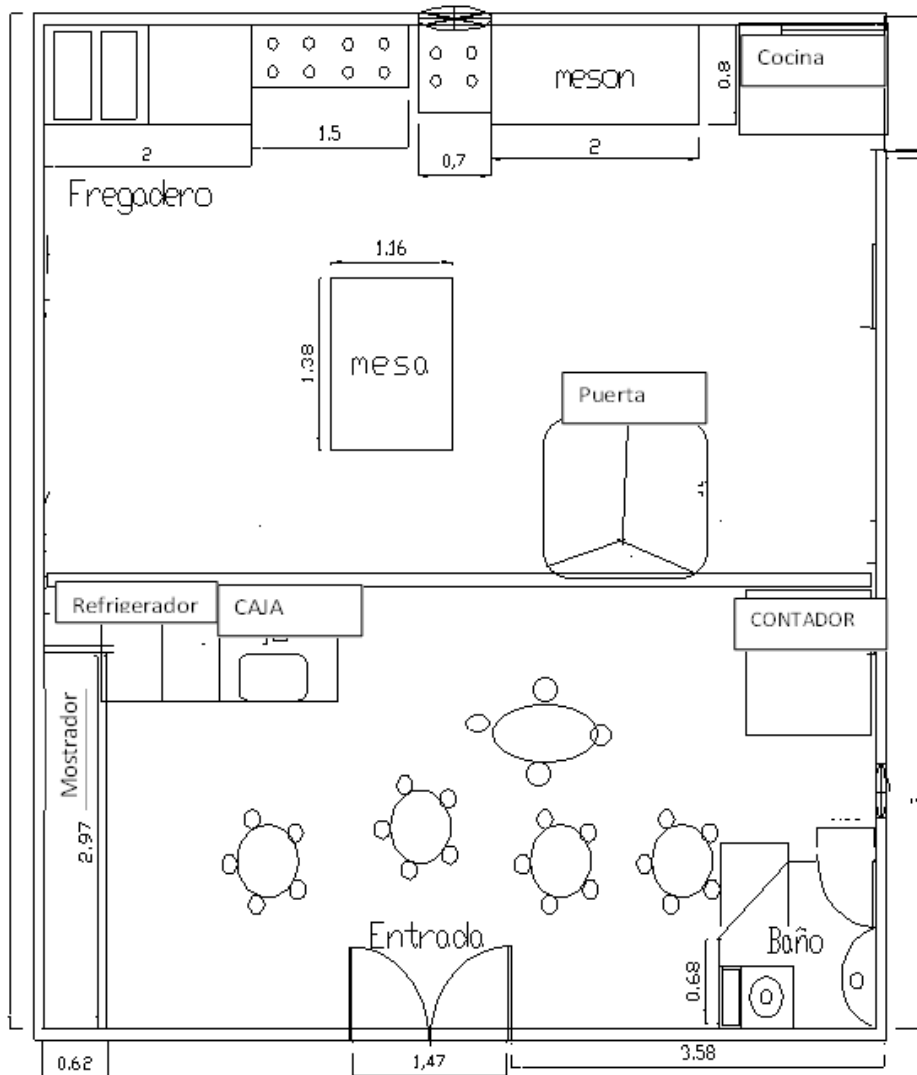
Al momento la empresa “Lo Tradicional de Alejita” se ubicará en la ciudad de Ibarra, en la Av. Eusebio Borrero 8-40 y frente a la Empresa Regional Norte S.A. y Manuel de la Chica Narváez. Ya que desde este lugar es accesible para que lleguen nuestros clientes y también para salir a distribuir nuestros alimentos.

**Gráfico 29.- UBICACIÓN DE LA EMPRESA**



FUENTE:<http://www.gosur.com/es/mapa/?gclid=CPefspupsrgrCFVNo7Aodhh8Asw#>

#### 4.2.1. DISEÑO DE LA REMODELACIÓN DE LA INSTALACIÓN



Investigación: Ing. Gustavo Caragolla

Elaborado por: La Autora

### 4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 4.3.1. FLUJOGRAMAS DEL PROCESO

Descripción del proceso de producción de los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales.

La producción mensual de la empresa, debido a que la empresa funcionará tres días a la semana la producción diaria sería de unidades individuales, elaborándose las misma en lotes de 120 quimbolitos, 70 humitas, 80 tamales, 40 tasitas de morocho, 60 tortillas de tiestos, 50 tasitas de arroz de cebada con leche.

**Para la elaboración de 120 quimbolitos se requiere.**

- 1 Limpieza y preparación de utensilios
- 2 Pesado y medición y de la harina, mantequilla, leche, vainilla, polvo de hornear, pasas.
- 3 Batir la mantequilla con el azúcar, harina, polvo de hornear, leche, esencia de vainilla.
- 4 Batir los huevos, azúcar
- 5 Incorporación de las dos preparaciones antes mencionadas
- 6 Preparación y envoltura de la masa en la hoja
- 7 Cocción a fuego alto
- 8 Enfriar a temperatura y ambiente
- 9 Empacado
- 10 Etiquetado

**Para la elaboración de 70 humitas se requiere.**

- 1 Muela y cierna el choclo
- 2 Derrita la manteca y mantequilla
- 3 Mezclar el choclo con la manteca y mantequilla el queso rallado, el azúcar mezcle bien. Siempre utilizando una cuchara de madera.
- 4 Agregue la sal, el polvo de hornear, los huevos y pruebe la sazón de sal, bata fuertemente para que la masa sea homogénea.
- 5 Poner una cucharita de la preparación en el centro de la hoja de choclo. Cierre la humita doblando hacia el centro y abajo las hojas del choclo.



- 6 Coloque en una tamalera para su cocción en baño maría a vapor por el lapso de 45min.

**Para la elaboración de 80 tamales se requiere.**

- 1 En una paila de bronce se coloca la panela y 2 litros de caldo en el que se cocinó el cuero de cerdo, se lleva al fuego hasta que se diluya completamente
- 2 cuando hierve esta preparación, se va incorporando poco a poco la harina y se mueve fuerte y constantemente con una cuchara de madera hasta que se haga una bola de masa y se forme una costra en el fondo de la paila.
- 3 Se retira del fuego, la bola de masa se la cubre con un mantel para evitar que se endurezca, se coloca en una funda de plástico y se deja enfriar.
- 4 Una vez que la masa está fría, se friega fuertemente con la manteca de cerdo hasta obtener una masa suave y delicada.
- 5 Se procede a dar reposo de la masa por unos minutos.
- 6 Se elabora primeramente un guiso picando finamente la cebolla, que se la refría con un poco de manteca de cerdo y achiote, se agregan la sal, una pizca de comino y por último la pepa y el maní previamente licuados con la leche.
- 7 Ya al tener cocinado con anticipación el cuero de chanco, cuya agua se utiliza en la preparación de la masa, una vez cocinado se corta en trozos pequeños.
- 8 Se cocinan las carnes de chanco y de pollo, separadamente, aliñadas con sal y cebolla, y se deshilachan; como también los huevos se cocinan.
- 9 Se cocina la alverja
- 10 Se cocina el chorizo y se lo corta en trozos de aproximadamente 2 cm.
- 11 Los huevos duros se los corta longitudinalmente en tiras finas.

- 12 Se toma una porción de masa, se hace una tortilla delgada y se extiende en el envés de la hoja de achira
- 13 Sobre la masa se coloca un poco del guiso de cebolla con maní y pepa y comenzando desde arriba, se ordena una tajada de huevo duro
- 14 Se procede añadir una cucharadita de cuero picado al costado izquierdo, una cucharadita de carne de pollo al lado derecho, la alverja y abajo una cucharadita de carne de chanco, finalmente, en el centro se coloca un trozo de chorizo.
- 15 Se envuelve el tamal y se lo ata con una tira fina de hoja de achira que previamente debió ser preparadas.
- 16 Una vez terminada la elaboración de los tamales, se procede a colocar en la tamalera para la cocción. De 45 minutos.
- 17 Servirse finalmente con su agrado de un cafecito o jugo de frutas.

**Para la elaboración de 40 tasitas de morocho con leche se requiere.**

- 1 Durante la noche deje el maíz morocho en remojo en agua de un día para el otro.
- 2 Ponga el morocho partido en una olla con leche. Cocine a fuego lento hasta que el maíz este blando y tierno, alrededor de 3 horas.
- 3 Remueva de vez en cuando para evitar que el maíz se pegue al fondo de la olla.
- 4 Verificar si esta espesito añadir un poco más de leche y añadir la canela, la pimienta de olor.
- 5 Revuelva más frecuentemente durante los últimos 30 minutos.
- 6 Cocine durante unos 15-30 minutos más, revolviendo con frecuencia.
- 7 Añada el azúcar y las pasas al gusto.
- 8 Sirva el morocho caliente y espolvoreado con la canela molida o en polvo.

**Para la elaboración de 60 tortillas de tiesto se requiere.**

- 1 En una batea colocamos la harina de maíz y la harina de trigo cernidas dos veces para obtener una harina lisa.
- 2 Añadimos la manteca, la mantequilla, la sal y los huevos uno a la vez
- 3 mientras amasamos la harina agregamos el agua tibia en poca cantidad hasta obtener una masa suave y manejable.
- 4 Añadimos la leche poco a poco y seguir amasando hasta obtener una masa suave.
- 5 dejamos reposar unos 10 minutos.
- 6 Calentamos el tiesto muy bien
- 7 procedemos a formar las tortillas con las manos, en el centro colocamos un poco del queso rallado
- 8 procedemos a las tortillas ordenarlas en el tiesto holgadamente para asarlas por ambos lados hasta que estén muy bien doradas
- 9 las retiramos del fuego y colocamos en una canasta las cubrimos para mantenerlas calientes
- 10 servimos y acompañamos con tu bebida favorita que puede ser café pasado o chocolate.

**Para la elaboración de 50 tasitas de arroz de cebada con leche se requiere.**

- 1 Remojar la cebada perlada toda una noche, al día siguiente lavar y dejar escurrir.
- 2 Colocar en una olla con agua y hervir la cebada aproximadamente 45 minutos.
- 3 Verificar el cocción del arroz de cebada y si está levantada las plumitas sacar a parte en un recipiente.

- 4 Proceder añadir un poco de agua si es necesario para continuar cocinando
- 5 al estar blanda la cebada agregar la leche, la leche condensada, la canela, la vainilla y la pizca de sal, dejar cocinar hasta que reduzca y este cremoso
- 6 Servir y copas y decorar con canela en polvo y hojas frescas de menta.

Esta receta si se dan cuenta no es muy dulce solo tiene el dulce de la leche condensada cosa que a mí en particular me gusta así no queda empalagoso si deseas pon azúcar blanca o simplemente más leche condensada.

### **Tecnología**

“LO TRADICIONAL DE ALEJITA” con el único objetivo de ofrecer un producto único y de calidad, va a emplear equipos y maquinaria de última tecnología que ofrecen los diferentes proveedores. A continuación se presenta algunas ilustraciones de la maquinaria y equipo a utilizar, que serán de fundamental importancia en la elaboración de la los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales como son: los quimbolitos, humitas, tamales, morocho con leche, tortillas de tiesto y el arroz de cebada con leche, que son nutritivos, proteínicos y especialmente saludables para el organismo de todos.

### **Ilustración 18.- MAQUINARÍA Y EQUIPO**

#### **Cocinas Industriales**



**Mezcladoras**



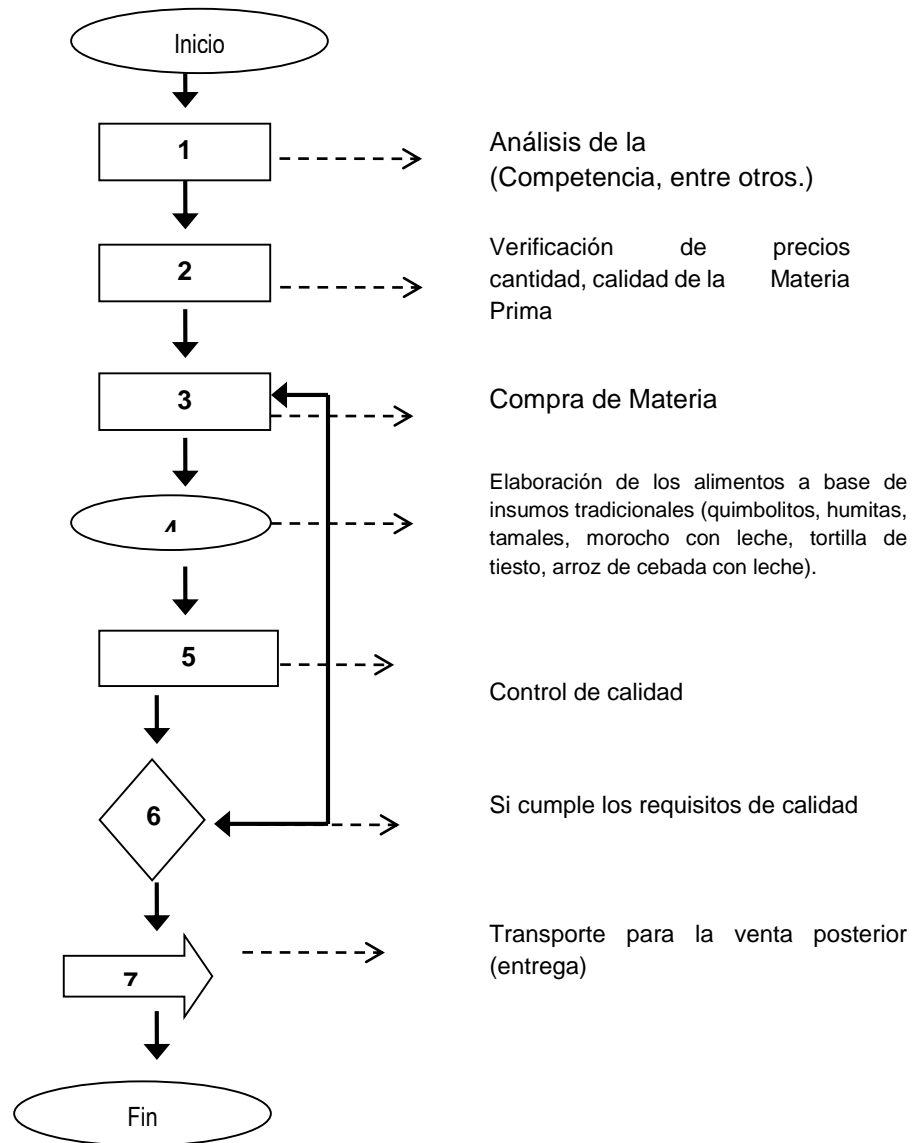
**Industriales Selladoras**



**Ilustración 19.- EQUIPOS DE COCINAS**

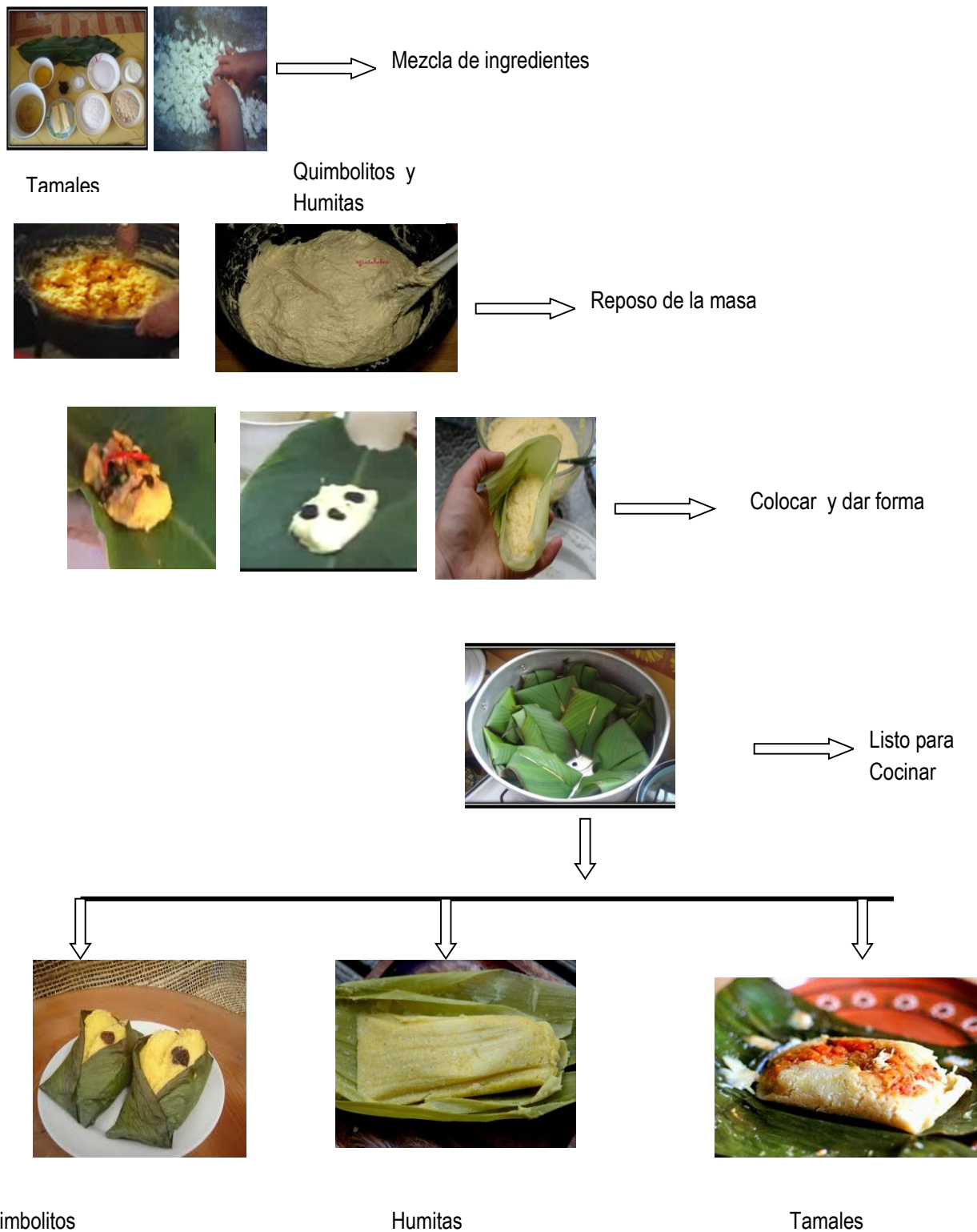


**Gráfico 30.- FLUJOGRAMA DE PROCESOS DE LOS ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES**



**FUENTE:** Investigación  
**Elaborado:** La Autora

## Ilustración 20.- PROCESO DE ELABORACIÓN DE MASAS PARA EL QUIMBOLITO, HUMITAS Y TAMALES.



## Ilustración 21.-PROCESO DE ELABORACIÓN DE MASAS PARA LAS TORTILLAS DE TIESTO



⇒ Mezcla de ingredientes



⇒ Reposo de la masa



⇒ Dar forma de la tortilla



⇒ Listo para asarla



Tortilla De Tiesto

FUENTE: Creatividad  
Elaborado: Autora



## Ilustración 22.- PROCESO DE ELABORACIÓN DEL MOROCHO CON LECHE Y ARROZ DE CEBADA CON LECHE



Colocación de la Materia Prima en un recipiente



Cocción hasta que de  
Espesamiento



Poner la leche



Añadir la canela y  
se cocine un poco  
mas



Morocho con leche

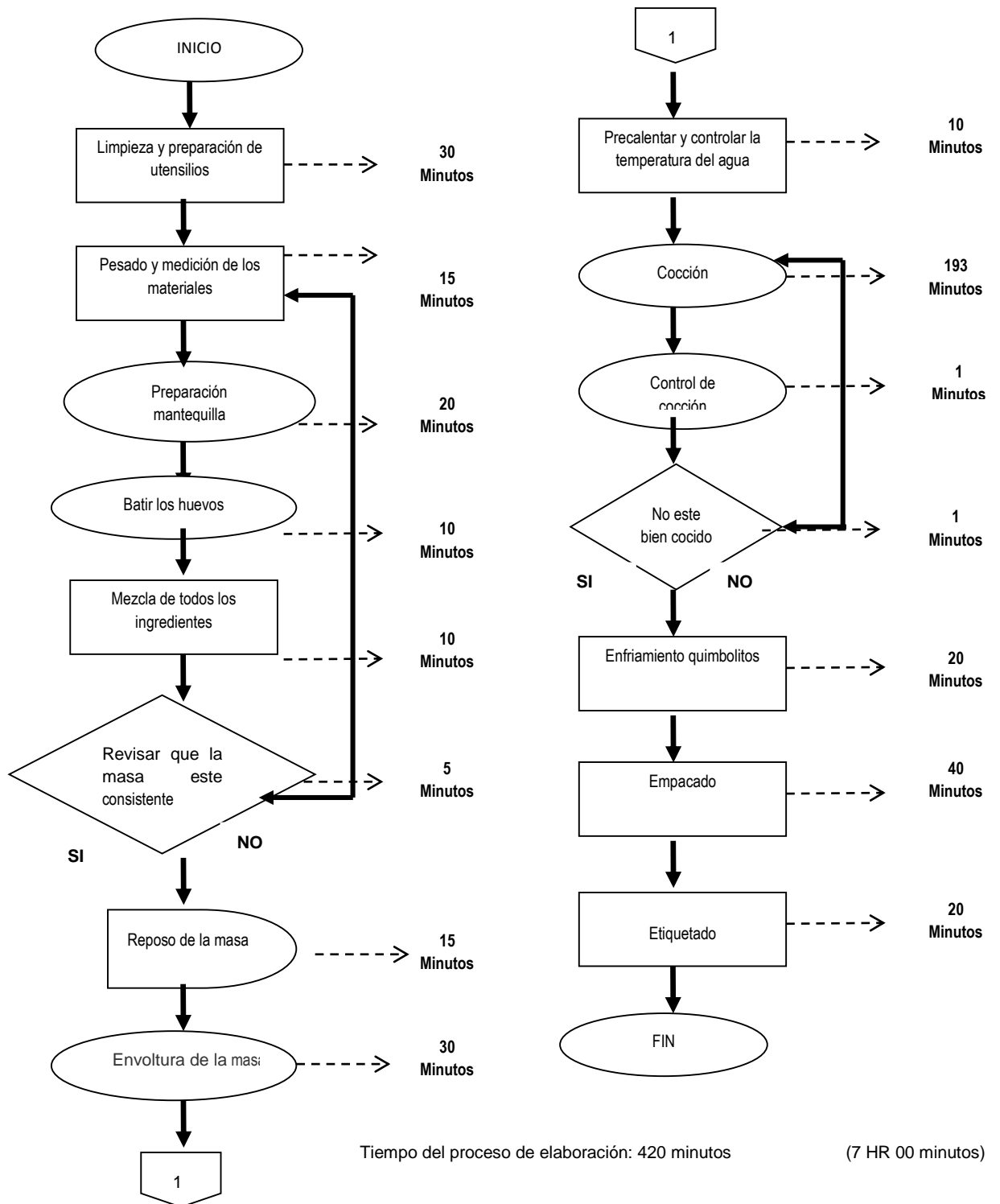
FUENTE: Creatividad  
Elaborado: Autora



Arroz de cebada con leche

## Gráfico 31.- FLUJOGRAMA DE LOS QUIMBOLITOS

Responsables:  
Personal de Elaboración y Ventas



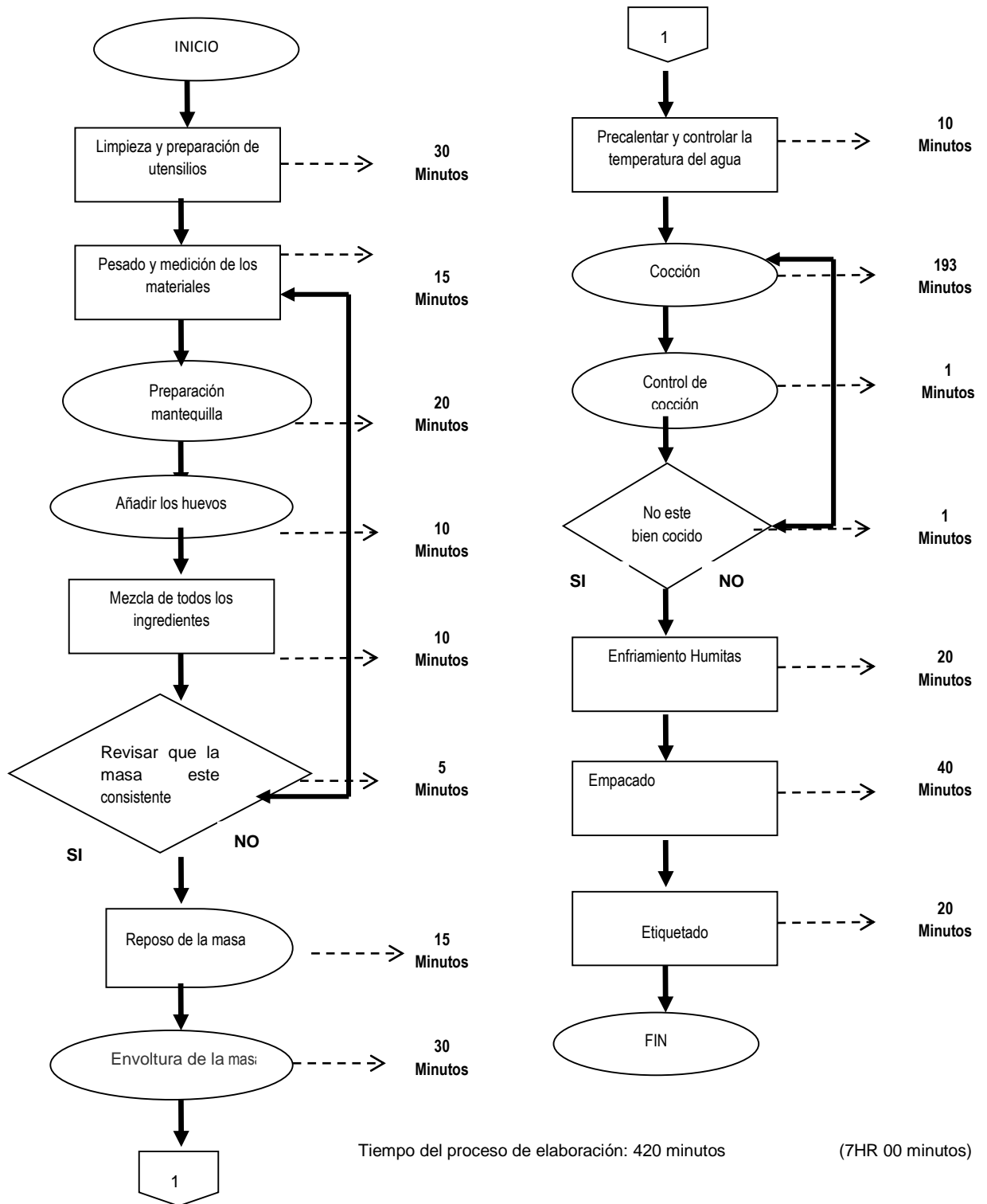
Tiempo del proceso de elaboración: 420 minutos

(7 HR 00 minutos)

Elaborado: Autora

## Gráfico 32.- FLUJOGRAMA DE LOS HUMITAS.

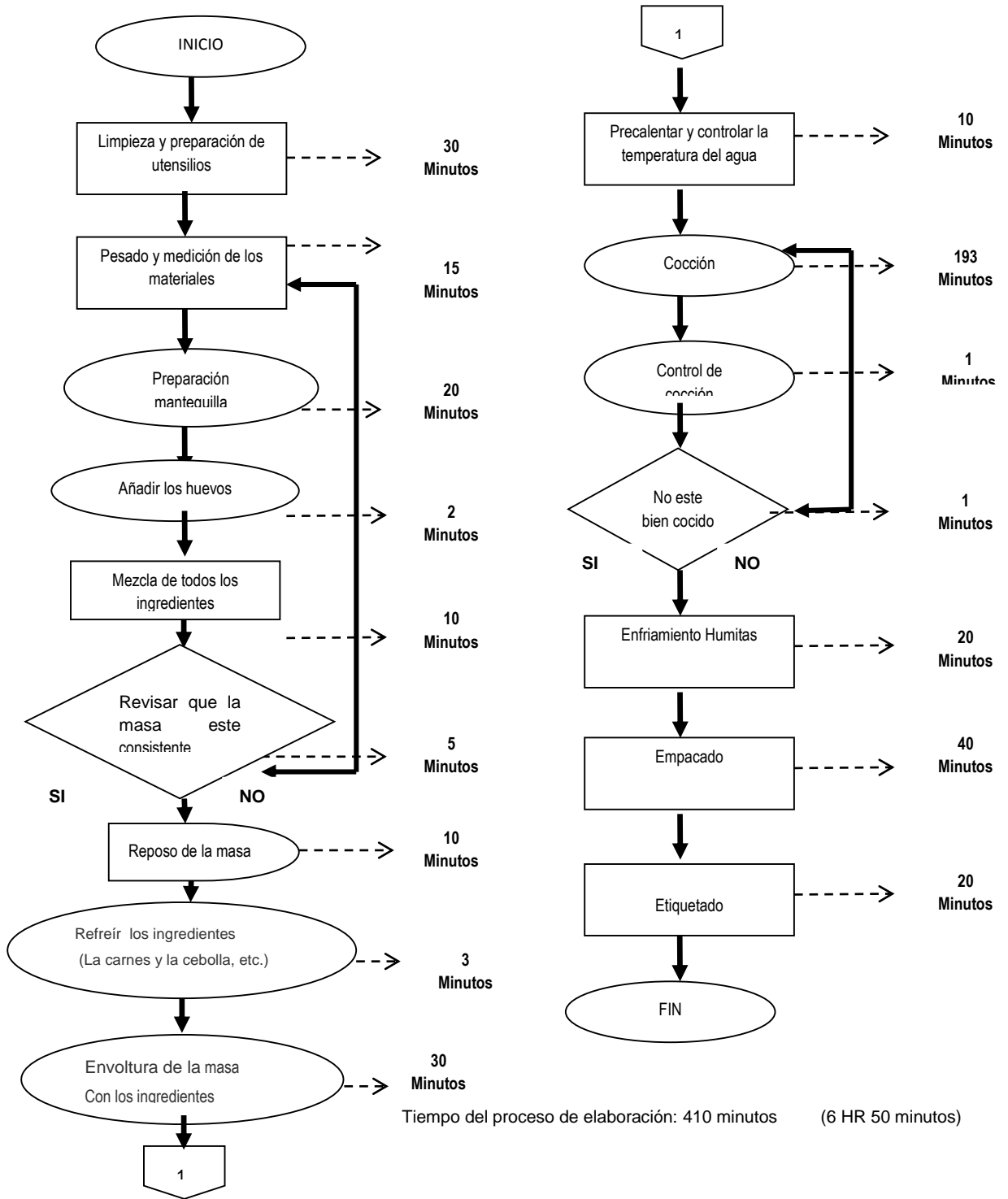
Responsables:  
Personal de Elaboración y Ventas



Elaborado: Autora

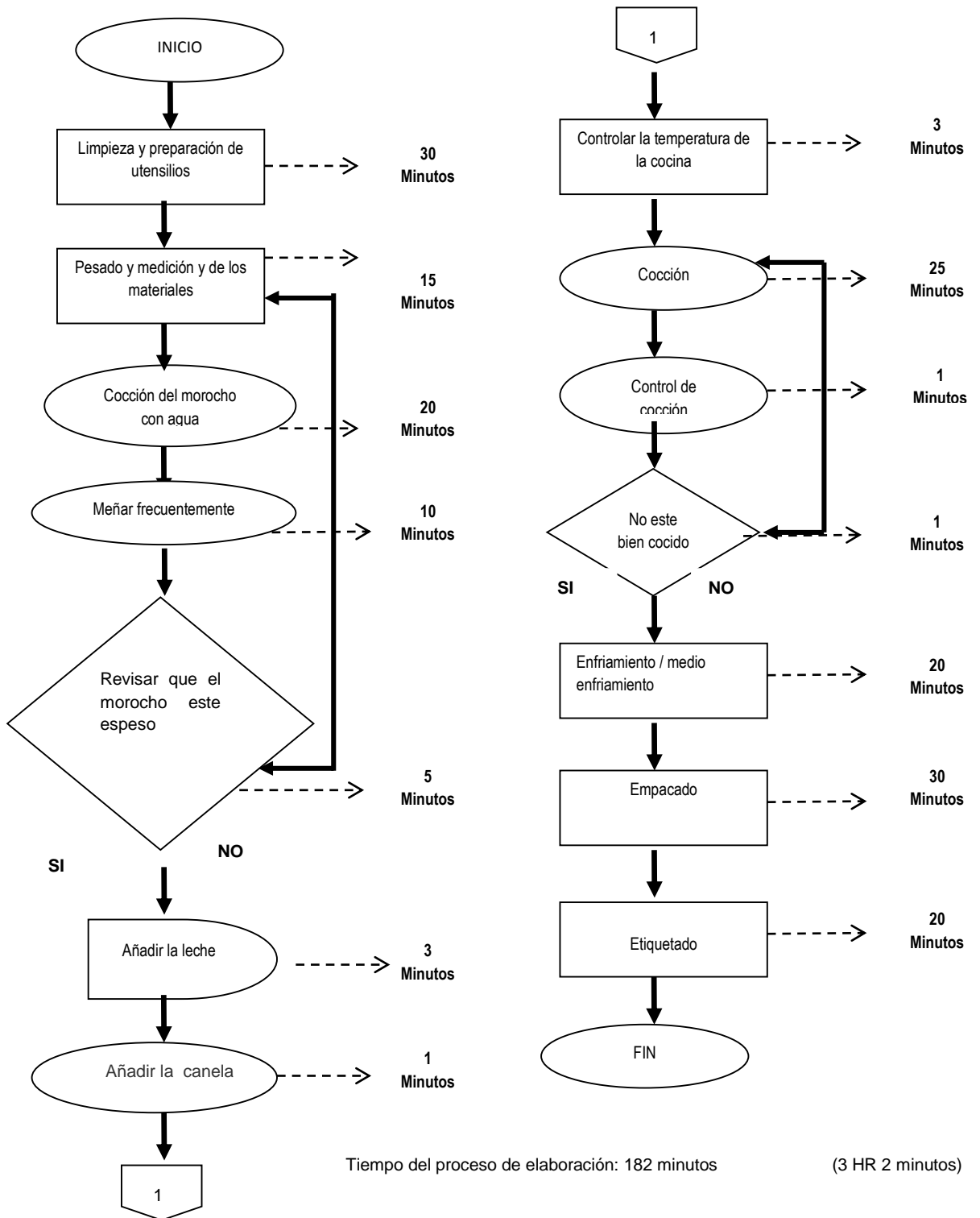
### Gráfico 33.- FLUJOGRAMA DE LOS TAMALES

Responsables:  
Personal de Elaboración y Ventas



## Gráfico 34.- FLUJOGRAMA DE LOS MOROCHO CON LECHE

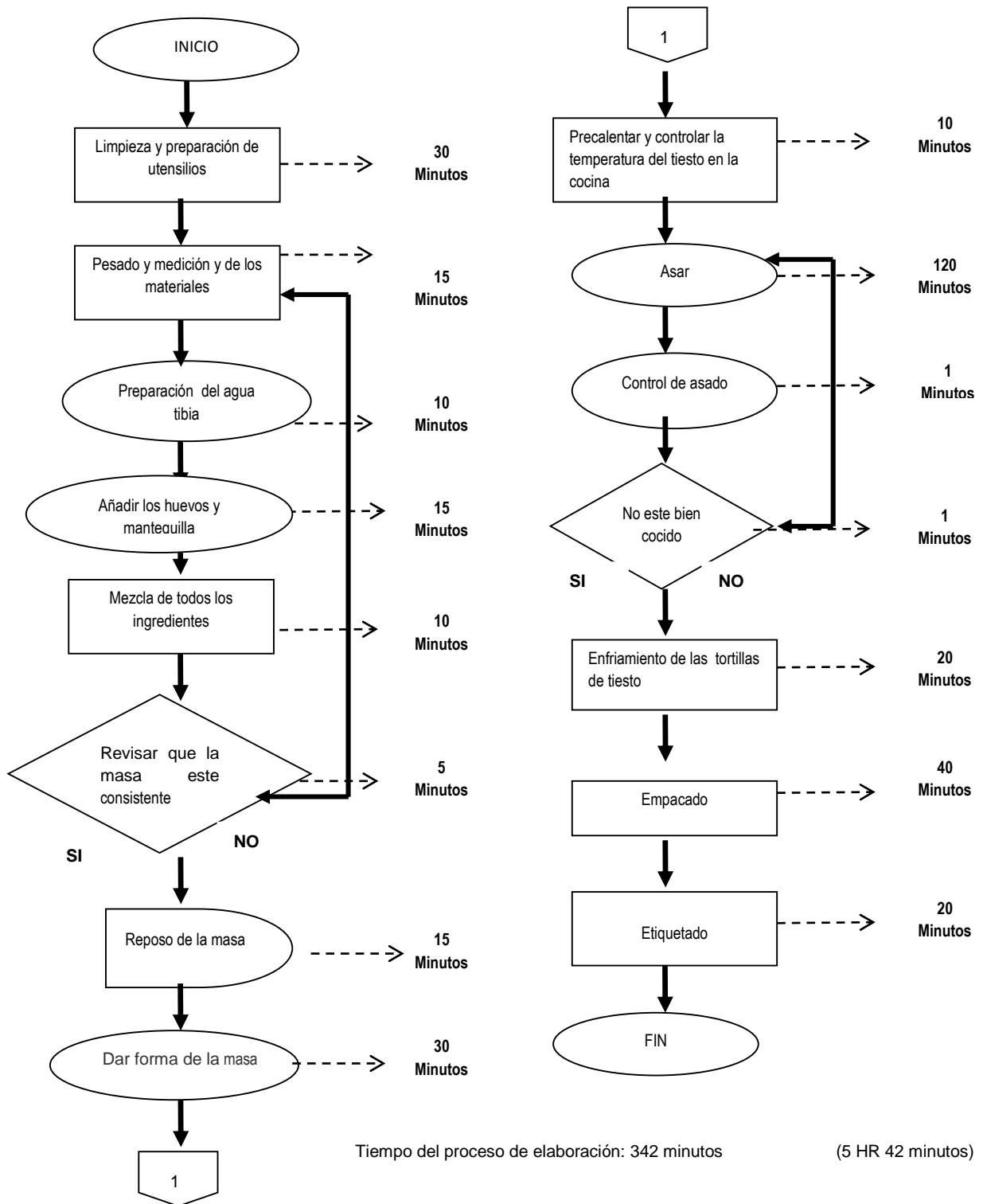
Responsables:  
Personal de Elaboración y Ventas



Elaborado: Autora

## Gráfico 35.- FLUJOGRAMA DE LOS TORTILLAS DE TUESTO

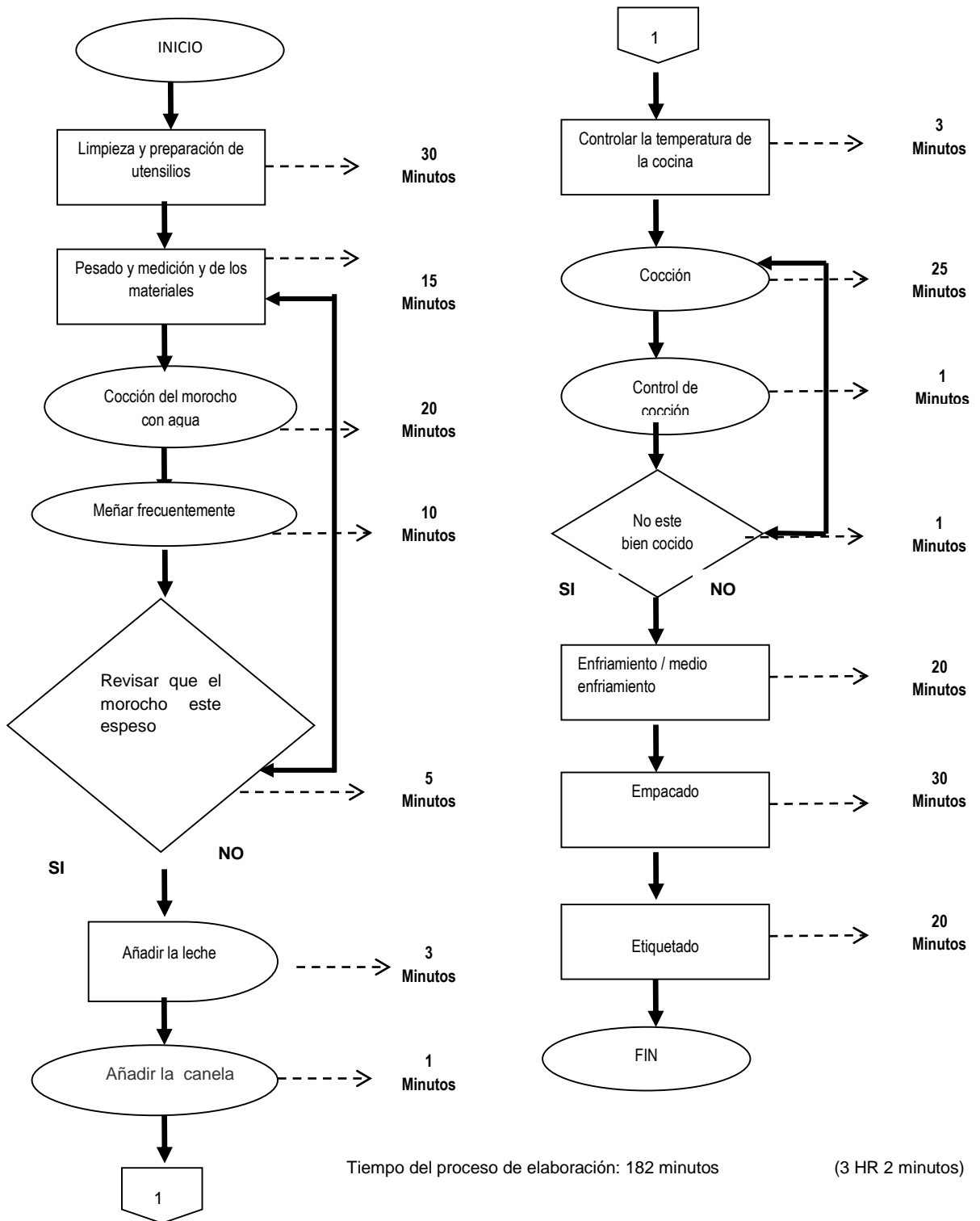
Responsables:  
Personal de Elaboración y Ventas



Elaborado: Autora

### Gráfico 36.- FLUJOGRAMA DE ARROZ DE CEBADA CON LECHE

Responsables:  
Personal de Elaboración y Ventas



Elaborado: Autora

#### 4.4. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

##### 4.4.1. Inversiones Fijas

###### 1. Edificio

Para el proyecto se cuenta con un local de negocio propio, el propietario es el señor Patricio Ipiales, el mismo que está avaluado en 20.000 dólares.

**Tabla 48.- EDIFICIO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Edificio	1	20.000,00	20.000,00
<b>Total Edificio....</b>			<b>\$ 20.000,00</b>

###### a. Adecuación Y Remodelación Física Del Edificio

Los costos se determinaron de acuerdo a la información entregada por empresas proveedoras y constructoras de los equipos requeridos para la elaboración de los diferentes alimentos, entre ella está: Ferroindustrial, Cementos Lafarge, Bloquera Ruales, Provesum, World Computers, varios proveedores, entre otros.

###### b. Adecuación y Remodelación de las Instalaciones Edificio

Según proyección estimada del Arq. Gustavo Caragolla para la adecuación y remodelaciones de las instalaciones del edificio que funcionará la empresa “**Lo Tradicional de Alejita**” tendrá un costo total de \$ 1.480,00.

**Tabla 49.- REMODELACIÓN Y ADECUACIÓN DEL EDIFICIO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Paredes (Columnas, Paredes)	1	1.000,00	1.000,00
Remodelación (Techo, Puertas, Baños, entre otros)	1	400,00	400,00
Instalaciones Interiores y Exteriores (agua, luz)	1	80,00	80,00
<b>Total Remodelación Y Adecuación....</b>			<b>\$ 1.480,00</b>

###### c. Maquinaria y Equipos de Elaboración



La maquinaria y equipos necesarios para la producción serán de fabricación nacional, debido a que se las puede adquirir a costos menores que las fabricadas en el extranjero.

**Tabla 50.- MAQUINARIA Y EQUIPOS DE ELABORACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	MARCA	V. UNITARIO	V. TOTAL
Refrigeradora	1		580,00	580,00
Cocina Industrial	1		300,00	300,00
Gas	2		2,50	5,00
Ollas Tamaleras	1		50,00	50,00
Ollas Grandes	2		22,00	44,00
Batidora Industrial	1		250,00	250,00
Licuadaora	1		52,00	52,00
Pailas	1		30,00	30,00
Tiesto	1		50,00	50,00
Utensilios	10		60,00	600,00
Vajillas	24		100,00	15.000,00
Cucharones grandes	3		6,00	18,00
Mesa	1		120,00	120,00
Manteles	4		2,00	8,00
Delantales	2		4,00	8,00
Guantes	1		1,50	1,50
<b>Total Maquinaria y Equipo de Elaboración....</b>				<b>\$ 17.116,50</b>

#### d. Muebles y Enseres

Para iniciar el financiamiento de la empresa, se requiere de muebles y enseres.

**Tabla 51.- MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio de Oficina	2		60,00	120,00
Sillas de Oficina	5		4,00	20,00
Archivadores con Divisiones	1		45,00	45,00
Sillón de Oficina Gerencia	1		35,00	35,00
Vitrinas	1		90,00	90,00
<b>Total Muebles y Enseres....</b>				<b>\$ 310,00</b>

#### e. Equipos de Oficina

Para iniciar el financiamiento de la empresa, se requiere de un equipo básico de Oficina, a medida que crezcan los requerimientos y equipos de oficina aumentaran.

**Tabla 52.- EQUIPOS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		V. UNITARIO	V. TOTAL
Equipo de Oficina	1	LG	90,00	90,00
Televisión	1	LG	280,00	280,00
Teléfonos	2		25,00	50,00
<b>Total Equipos de Oficina....</b>				<b>\$ 420,00</b>

#### f. Equipos de Computación

Los equipos de Computación necesarios para la puesta en marcha de la administración de la empresa son básicos a utilizarse y se los detalla a continuación:

**Tabla 53.- EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadoras	1	Toshiba	580,00	580,00
Impresoras Normales	2	Canón MP 280	85,00	170,00
Otros Equipos	2		25,00	50,00
				-
<b>Total Equipo de Computación....</b>				<b>\$ 800,00</b>

#### g. Vehículo

**Tabla 54.- VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
VEHICULO TOYOTA	1	20.000,00	20.000,00
<b>Total Vehículo....</b>			<b>\$ 20.000,00</b>

#### h. Resumen de la Inversión Fija

En el siguiente cuadro se presenta la Inversión Fija de la Empresa.

**Tabla 55.- RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA**

DETALLE	VALOR TOTAL
EDIFICIO	\$ 20.000,00
REMODELACIÓN Y ADECUACIÓN DEL EDIFICIO	\$ 1.480,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS DE ELABORACIÓN	\$ 17.116,50
MUEBLES Y ENSERES	\$ 310,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 420,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 800,00
VEHICULO	\$ 20.000,00
<b>Total Inversión Fija</b>	<b>\$ 60.126,50</b>

#### 4.4.2. Inversiones Diferidas

**Tabla 56.- INVERSIONES DIFERIDAS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO
<b><u>Estudios y diseños de Remodelación</u></b>	1	400
<b><u>Gastos de Constitución:</u></b>		500
Patente	1	
Permisos de Salud	1	
Permisos de Bomberos	1	
RUC	1	
Afiliación de la cámara de comercio de Ibarra	1	
Cámara Provincial de Turismo de Imbabura (CAPTUR)	1	
<b><u>Gastos de instalaciones</u></b>	1	300
(Técnico Electricista y plomero)		
<b>Total Inversión Diferida....</b>		<b>\$ 1.200,00</b>

#### 4.4.3. Capital de Trabajo

El siguiente cuadro representa la inversión variable del proyecto en el primer año de funcionamiento ascendiendo a un valor de 11.128,16 USD.

Para el capital de trabajo se tomó en cuenta lo requerido para la operación de un mes.

**Tabla 57.- CAPITAL DE TRABAJO**

<b>CAPITAL DE TABAJO GENERAL</b>	<b>ANUAL</b>
COSTOS DE ELABORACIÓN	9.171,92
GASTOS ADMINISTRATIVOS	971,26
GASTOS DE VENTAS	984,97
<b>TOTAL</b>	<b>11.128,16</b>

#### 4.4.4. Inversión Total del Proyecto

La inversión total que se necesita para la elaboración y comercialización de los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales es la siguiente.

**Tabla 58.- INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Inversión Fija	60.126,50	82,98 %
Inversión Diferida	1.200,00	1,67 %
Inversión Capital de Trabajo	11.128,16	15,35 %
<b>TOTAL Inversión Proyecto</b>	<b>72.454,66</b>	<b>100%</b>

#### 4.4.5. Financiamiento

La Inversión total será financiada con recursos propios cuyo monto asciende a los \$ 52.454,66, mientras que la diferencia se lo obtendrá con recursos mediante un crédito al Produbanco con el producto financiero CREDIPYME.

**Tabla 59.- FINANCIAMIENTO**

<b>DETALLE</b>	<b>MONTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Inversión Propio	<b>52.454,66</b>	72,40%
Crédito	<b>20.000,00</b>	27,60%
<b>TOTAL Inversión Proyecto</b>	<b>72.454,66</b>	<b>100 %</b>

#### 4.4.6. Talento Humano

El talento humano indispensable para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva será la que se detalla a continuación.

**Tabla 60.- TALENTO HUMANO**

<b>PERSONAL</b>	<b>SALARIO BÁSICO UNIFICADO 2013</b>
<b>Área Administrativa</b>	
Gerente	400,00
Contador General	320,00
<b>Área de Elaboración</b>	
Jefe de Elaboración (Chef Prof.)	318,00
Asistente de cocina	318,00
<b>Área De Ventas</b>	
Vendedor	318,00
<b>TOTAL Inversión Proyecto</b>	<b>1356,00</b>

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

##### INVERSIÓN FIJA

##### EDIFICIO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Edificio	1	20.000,00	20.000,00
<b>Total Edificio....</b>			<b>\$ 20.000,00</b>

##### REMODELACIÓN Y ADECUACIÓN DEL EDIFICIO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Paredes (Columnas, Paredes)	1	1.000,00	1.000,00
Remodelación (Techo, Puertas, Baños, entre otros)	1	400,00	400,00
Instalaciones Interiores y Exteriores (agua, luz)	1	80,00	80,00
<b>Total Remodelación y Adecuación....</b>			<b>\$ 1.480,00</b>

##### MAQUINARIA Y EQUIPOS DE ELABORACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	MARCA	V. UNITARIO	V. TOTAL
Refrigeradora	1		580,00	580,00
Cocina Industrial	1		300,00	300,00
Gas	2		2,50	5,00
Ollas Tamaleras	1		50,00	50,00
Ollas Grandes	2		22,00	44,00
Batidora Industrial	1		250,00	250,00
Licuada	1		52,00	52,00
Pailas	1		30,00	30,00
Tiesto	1		50,00	50,00
Utensilios	10		60,00	600,00
Vajillas	24		100,00	15.000,00
Cucharones grandes	3		6,00	18,00
Mesa	1		120,00	120,00
Manteles	4		2,00	8,00
Delantales	2		4,00	8,00
Guantes	1		1,50	1,50
<b>Total Maquinaria y Equipo de Elaboración....</b>				<b>\$ 17.116,50</b>

### **MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio de Oficina	2		60,00	120,00
Sillas de Oficina	5		4,00	20,00
Archivadores con Divisiones	1		45,00	45,00
Sillón de Oficina Gerencia	1		35,00	35,00
Vitrinas	1		90,00	90,00
<b>Total Muebles y Enseres....</b>				<b>\$ 310,00</b>

### **EQUIPOS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		V. UNITARIO	V. TOTAL
Equipo de Oficina	1	LG	90,00	90,00
Televisión	1	LG	280,00	280,00
Teléfonos.	2		25,00	50,00
<b>Total Equipos de Oficina....</b>				<b>\$ 420,00</b>

### **EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadoras	1	Toshiba	580,00	580,00
Impresoras Normales	2	Canón MP 280	85,00	170,00
Otros Equipos	2		25,00	50,00
				-
<b>Total Equipo de Computación....</b>				<b>\$ 800,00</b>

### **VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		V. UNITARIO	V. TOTAL
Vehículo Toyota	1		20.000,00	20.000,00
<b>Total Vehículo....</b>				<b>\$ 20.000,00</b>

#### **5.1.1. PRESUPUESTO DE INGRESO**

La proyección de los ingresos se obtiene mediante la multiplicación de la cantidad por el precio, los mismos que fueron determinados en el estudio de mercado.

## INGRESOS DE CADA PRODUCTO

ALIMENTO	COSTO DE ELABORACIÓN MP Y MPI	UNIDADES ANUAL	COSTO DE ELABORACION	% MARGEN DE UTILIDAD	UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
QUIMBOLITOS	4978,56	23040	0,22	50%	0,11	0,32
HUMITAS	2196,60	8400	0,26	45%	0,12	0,38
TAMALES	1994,40	7680	0,26	65%	0,17	0,43
MOROCHO CON LECHE	2001,60	4800	0,42	50%	0,21	0,63
TORTILLA DE TIESTO	2502,30	10800	0,23	50%	0,12	0,35
ARROZ DE CEBADA CON LECHE	1593,60	6000	0,27	50%	0,13	0,40
<b>TOTAL</b>		<b>60720</b>	<b>1,65</b>		<b>0,85</b>	<b>2,50</b>

## INGRESOS PROYECTADOS ANUALES

4,10%

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
<b>Materia Prima Directa</b>	47.849,53	49.811,36	51.853,62	53.979,62	56.192,79
<b>Mano de Obra Directa</b>					
Sueldo de elaboración(chef)	3.816,00	5.756,75	6.316,31	6.930,25	7.603,87
Asistente de cocina	3.816,00	5.756,75	6.316,31	6.930,25	7.603,87
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>					
Materia prima indirecta	47.849,53	49.811,36	51.853,62	53.979,62	56.192,79
Otros M.P.I.	6.732,00	7.008,01	7.295,34	7.594,45	7.905,82
Depreciación Maquinaria y equipos de elaboración	4.580,60	4.580,60	4.580,60	4.580,60	4.580,60
<b>Costo de Producción</b>	<b>114.643,65</b>	<b>122.724,83</b>	<b>128.215,80</b>	<b>133.994,80</b>	<b>140.079,74</b>
<b>Costo de Distribución</b>	23.091,33	27.126,37	29.387,58	31.636,10	34.354,31
<b>Costo Total (CP + CD)</b>	<b>137.734,99</b>	<b>149.851,20</b>	<b>157.603,38</b>	<b>165.630,90</b>	<b>174.434,05</b>
<b>Total Unidades Proyectadas</b>	85.500	66.792	73.471	80.818	88.900
<b>Precio Unitario Proyectado</b>	2,50	2,47	2,36	2,25	2,16
<b>Ingresos totales</b>	<b>213.339,52</b>	<b>164.836,32</b>	<b>173.363,72</b>	<b>182.193,99</b>	<b>191.877,46</b>

Para la proyección del precio se consideró la tasa de inflación del año 2013 (4,10%).

### 5.1.2. PRESUPUESTO DE EGRESOS

La inversión variable representa al capital de trabajo, inversión indispensable para efectuar y mantener las actividades de producción y venta.



Para una mejor apreciación de los recursos económicos que se necesitan en la elaboración de los alimentos a base de insumos tradicionales, se analizará de manera mensual y anual, con el fin de obtener datos precisos que permita tomar la mejor decisión en la inversión.

### 5.1.2.1. COSTOS DE ELABORACIÓN

“Lo Tradicional de Alejita” presenta la tabla de costos que incurrirán para la elaboración de los alimentos a base de insumos tradicionales con un valor agregado.

El capital de trabajo es aquel que se utiliza para financiar un negocio con cierta cantidad de recursos que requiere al iniciar sus operaciones.

120 unidades por día y al mes 16 producciones mensuales (quimbolitos)
70 unidades por día y 10 producciones mensuales (Humitas)
80 unidades por día 8 producciones mensuales (Tamales)
40 Tasitas por día y al mes 10 producciones mensuales (Morocho con leche)
60 unidades por día y al mes 15 producciones mensuales (Tortillas de Tiesto)
50 Tasitas por día y al mes 10 producciones mensuales (Arroz de Cebada con leche)

QUIMBOLITOS					
UNIDADES DIARIOS	Cantidad	detalle	costo MP Unitario	Costo por día	SUMAN
<b>M.P.D</b>					<b>9,15</b>
120	12	harina de maíz (libra)	0,45	5,40	
120	3	harina de trigo (libra)	0,45	1,35	
120	120	hojas achira (unidad)	0,02	2,40	
<b>SUMAN</b>				<b>9,15</b>	

<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>16,78</b>
120	2	azúcar (libra)	0,45	0,90	
120	3	mantequilla (libras)	1,10	3,30	
120	2	leche ( litro)	0,60	1,20	
120	12	huevos (unidad)	0,09	1,08	
120	1	esencia de vainilla (frasco 1/2)	0,80	0,80	
120	1	Chocolate (Fundita de 5 libras)	5,00	5,00	
120	1	pasas (libras)	1,50	1,50	
120	1	royal (frasquito 1/2)	1,50	1,50	
120	1	Polvo de Hornear (frasco 1/2)	1,50	1,50	
<b>SUMAM</b>				<b>16,78</b>	
<b>COSTO DIARIO</b>					<b>25,93</b>

Se determina los costos de elaboración a diario de los quimbolitos que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta.

<b>UNIDADES MENSUALES</b>	<b>Cantidad</b>	<b>detalle</b>	<b>costo MP Unitario</b>	<b>Costo por Mes</b>	<b>SUMAN</b>
<b>M.P.D</b>					<b>76,00</b>
1920	192	harina de maíz (libra)	0,45	86,40	
1920	48	harina de trigo (libra)	0,45	21,60	
1920	1920	hojas achira (unidad)	0,02	38,40	
<b>SUMAN</b>				<b>76,00</b>	
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>268,48</b>
1920	32	azúcar (libra)	0,45	14,40	
1920	48	mantequilla (libras)	1,10	52,80	
1920	32	leche ( litro)	0,60	19,20	
1920	192	huevos (unidad)	0,09	17,28	
1920	16	esencia de vainilla (frasco 1/2)	0,80	12,80	
1920	16	Chocolate (Fundita de 5 libras)	5,00	80,00	
1920	16	pasas (libras)	1,50	24,00	
1920	16	royal (frasquito 1/2)	1,50	24,00	
1920	16	Polvo de Hornear (frasco 1/2)	1,50	24,00	
<b>SUMAN</b>				<b>268,48</b>	
<b>COSTO MENSUAL</b>					<b>344,48</b>

Se determina los costos de elaboración a mensual de los quimbolitos que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; por lo tanto se elaborará 1920 al mes ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

<b>UNIDADES ANUALES</b>	<b>Cantidad</b>	<b>detalle</b>	<b>costo MP Unitario</b>	<b>Costo por Anual</b>	<b>SUMAN</b>
<b>M.P.D</b>					<b>1756,80</b>
23040	2304	harina de maíz (libra)	0,45	1036,80	
23040	576	harina de trigo (libra)	0,45	259,20	
23040	23040	hojas achira (unidad)	0,02	460,80	
<b>SUMAN</b>				<b>1756,80</b>	
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>3.221,76</b>
23040	384	azúcar (libra)	0,45	172,80	
23040	576	mantequilla (libras)	1,10	633,60	
23040	384	leche ( litro)	0,60	230,40	
23040	2304	huevos (unidad)	0,09	207,36	
23040	192	esencia de vainilla (frasco 1/2)	0,80	153,60	
23040	192	Chocolate (Fundita de 5 libras)	5,00	960,00	
23040	192	pasas (libras)	1,50	288,00	
23040	192	royal (frasquito 1/2)	1,50	288,00	
23040	192	Polvo de Hornear (frasco 1/2)	1,50	288,00	
<b>SUMAN</b>				<b>3.221,76</b>	
					<b>4.978,56</b>
<b>COSTO ANUAL</b>					

Se determina los costos de elaboración a anual de los quimbolitos que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; por lo tanto se elaborará 23040 al año ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

<b>HUMITAS</b>					
<b>UNIDADES DIARIOS</b>	<b>Cantidad</b>	<b>detalle</b>	<b>costo MP Unitario</b>	<b>Costo por día</b>	<b>SUMAN</b>
<b>M.P.D</b>					<b>15,2</b>
70	24	Choclo Tierno molido ( libra)	0,50	12,00	
70	4	harina (libra)	0,45	1,80	
70	70	hojas de choclo (unidad)	0,02	1,40	
<b>SUMAN</b>					<b>15,2</b>
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>11,43</b>
70	1	azúcar (libra)	0,35	0,35	
70	2,5	mantequilla (libras)	1,10	2,75	
70	1,5	Manteca (libra)	0,80	1,20	
70	1,5	sal (libra)	0,35	0,53	
70	15	huevos (unidad)	0,09	1,35	
70	1	esencia de vainilla (frasquito 1/2)	1,50	1,50	
70	1	polvo de hornear (frasquito 1/2)	1,50	1,50	
70	1	Ramas de cebolla larga (atado)	0,75	0,75	
70	1	queso rallado (libra)	1,50	1,50	
<b>SUMAM</b>					<b>11,43</b>
<b>TOTAL COSTO DIARIO</b>					<b>26,63</b>

Se determina los costos de elaboración a diario de las humitas que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; por lo tanto se elaborará 70 al día ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

<b>UNIDADES MENSUALES</b>	<b>Cantidad</b>	<b>detalle</b>	<b>costo MP Unitario</b>	<b>Costo por Mes</b>	<b>SUMAN</b>
<b>M.P.D</b>					<b>152,00</b>
700	240	Choclo Tierno molido ( libra)	0,50	120,00	
700	40	harina (libra)	0,45	18,00	
700	700	hojas de choclo (unidad)	0,02	14,00	
<b>SUMAN</b>					<b>152,00</b>

<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>114,25</b>
700	10	azúcar (libra)	0,35	3,50	
700	25	mantequilla (libras)	1,10	27,50	
700	15	Manteca (libra)	0,80	12,00	
700	15	sal (libra)	0,35	5,25	
700	150	huevos (unidad)	0,09	13,50	
700	10	esencia de vainilla (frasquito 1/2)	1,50	15,00	
700	10	polvo de hornear (frasquito 1/2)	1,50	15,00	
700	10	Ramas de cebolla larga (atado)	0,75	7,50	
700	10	queso rallado (libra)	1,50	15,00	
<b>SUMAN</b>					<b>114,25</b>
<b>TOTAL COSTO MENSUAL</b>					<b>266,25</b>

Se determina los costos de elaboración mensual de las humitas que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; el cual se elaborará 700 al mes ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

<b>unidades anuales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>costo MP Unitario</b>	<b>Costo por Anual</b>	<b>SUMAN</b>
<b>M.P.D</b>					<b>825,60</b>
8400	2880	Choclo Tierno molido ( libra)	0,50	1440,00	
8400	480	harina (libra)	0,45	216,00	
8400	8400	hojas de choclo (unidad)	0,02	168,00	
<b>SUMAN</b>					<b>825,60</b>
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>1.371,00</b>
8400	120	azúcar (libra)	0,35	42,00	
8400	300	mantequilla (libras)	1,10	330,00	
8400	180	Manteca (libra)	0,80	144,00	
8400	180	sal (libra)	0,35	63,00	
8400	1800	huevos (unidad)	0,09	162,00	
8400	120	esencia de vainilla (frasquito 1/2)	1,50	180,00	
8400	120	polvo de hornear (frasquito 1/2)	1,50	180,00	
8400	120	Ramas de cebolla larga (atado)	0,75	90,00	
8400	120	queso rallado (libra)	1,50	180,00	
<b>SUMAN</b>					<b>1.371,00</b>
<b>COSTO ANUAL</b>					<b>2.196,60</b>

Se determina los costos de elaboración al año de las humitas que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; el cual se elaborará 8400 al año ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha

<b>TAMALES</b>					
<b>unidades diarios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>detalle</b>	<b>costo MP Unitario</b>	<b>Costo por día</b>	<b>SUMAN</b>
<b>M.P.D</b>					<b>44,1</b>
80	2	Harina de Maíz tostado (libra)	0,90	1,80	
80	2	Cuero de Cerdo (libra)	3,00	6,00	
80	2	Carne de res (libra)	3,00	6,00	
80	3	Pechuga de Pollo (libra)	1,40	4,20	
80	7	Chorizo (libra 8 unidades)	3,50	24,50	
80	80	hojas de achira (unidad)	0,02	1,60	
<b>SUMAN</b>				<b>44,1</b>	
<b>M.P.I</b>					<b>12,18</b>
80	1	panela (Unidad)	0,50	0,50	
80	1	achote (fundita)	0,50	0,50	
80	2	Manteca de Cerdo (libra)	0,80	1,60	
80	1,5	sal (libra)	0,35	0,53	
80	15	huevos (huevos)	0,09	1,35	
80	1	pepa de zambo tostada y molida (libra)	1,50	1,50	
80	1	maní (libra)	0,60	0,60	
80	1	leche ( 1/2 litro)	0,60	0,60	
80	1	comino (fundita)	0,50	0,50	
80	1	cebolla blanca larga (atado)	1,50	1,50	
80	2	alverja (libra)	1,50	3,00	
<b>SUMAM</b>				<b>12,175</b>	
<b>TOTAL COSTO DIARIO</b>					<b>56,28</b>

Se determina los costos de elaboración al día de los tamales que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima Indirecta; el cual se elaborará 80 al día ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

unidades Mensuales	Cantidad	detalle	costo MP Unitario	Costo por Mes	SUMAN
<b>M.P.D</b>					<b>352,80</b>
640	16	Harina de Maíz tostado (libra)	0,90	14,40	
640	16	Cuero de Cerdo (libra)	3,00	48,00	
640	16	Carne de res (libra)	3,00	48,00	
640	24	Pechuga de Pollo (libra)	1,40	33,60	
640	56	Chorizo (libra 8 unidades)	3,50	196,00	
640	640	hojas de achira (unidad)	0,02	12,80	
<b>SUMAN</b>				<b>352,80</b>	
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>97,40</b>
640	8	panela (Unidad)	0,50	4,00	
640	8	achote (fundita)	0,50	4,00	
640	16	Manteca de Cerdo (libra)	0,80	12,80	
640	12	sal (libra)	0,35	4,20	
640	120	huevos (huevos)	0,09	10,80	
640	8	pepa de zambo tostada y molida (libra)	1,50	12,00	
640	8	maní (libra)	0,60	4,80	
640	8	leche ( 1/2 litro)	0,60	4,80	
640	8	comino (fundita)	0,50	4,00	
640	8	cebolla blanca larga (atado)	1,50	12,00	
640	16	alverja (libra)	1,50	24,00	
<b>SUMAN</b>				<b>97,40</b>	
<b>TOTAL COSTO MENSUAL</b>					<b>450,20</b>

Se determina los costos de elaboración mensual de los tamales que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; el cual se elaborará 640 al mes ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

unidades anuales	Cantidad	detalle	costo MP Unitario	Costo por Anual	SUMAN
<b>M.P.D</b>					<b>825,60</b>
7680	192	Harina de Maíz tostado (libra)	0,90	172,80	
7680	192	Cuero de Cerdo (libra)	3,00	576,00	
7680	192	Carne de res (libra)	3,00	576,00	
7680	288	Pechuga de Pollo (libra)	1,40	403,20	
7680	672	Chorizo (libra 8 unidades)	3,50	2352,00	
7680	7680	hojas de achira (unidad)	0,02	153,60	
<b>SUMAN</b>				<b>825,60</b>	
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>1.168,80</b>
7680	96	panela (Unidad)	0,50	48,00	
7680	96	achote (fundita)	0,50	48,00	
7680	192	Manteca de Cerdo (libra)	0,80	153,60	
7680	144	sal (libra)	0,35	50,40	
7680	1440	huevos (huevos)	0,09	129,60	
7680	96	pepa de zambo tostada y molida (libra)	1,50	144,00	
7680	96	maní (libra)	0,60	57,60	
7680	96	leche ( 1/2 litro)	0,60	57,60	
7680	96	comino (fundita)	0,50	48,00	
7680	96	cebolla blanca larga (atado)	1,50	144,00	
7680	192	alverja (libra)	1,50	288,00	
<b>SUMAN</b>				<b>1.168,80</b>	
<b>TOTAL COSTO ANUAL</b>					<b>1.994,40</b>

Se determina los costos de elaboración anual de los tamales que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; el cual se elaborará 7680 al año ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.



<b>OROCHO CON LECHE</b>					
<b>unidades diarias</b>	<b>Cantidad</b>	<b>detalle</b>	<b>costo MP Unitario</b>	<b>Costo por día</b>	<b>SUMAN</b>
<b>M.P.D</b>					<b>19,60</b>
40	8	Morocho Quebrado (libra)	1,20	9,60	
40	40	Envase Tetarapack (unidad)	0,25	10,00	
<b>SUMAN</b>				<b>19,60</b>	
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>9,8</b>
40	2	astilla de canela (fundita)	0,10	0,20	
40	2	azúcar (libra)	0,40	0,80	
40	1	canela en polvo (fundita)	0,10	0,10	
40	1	pimienta de olor (fundita)	0,10	0,10	
40	2	pasas (libra)	0,50	1,00	
40	6	leche (litro)	0,60	3,60	
40	2	leche condensada (lata)	2,00	4,00	
<b>SUMAM</b>				<b>9,80</b>	
<b>TOTAL COSTO DIARIO</b>					<b>29,4</b>

Se determina los costos de elaboración al día del morocho con leche que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; el cual se elaborará 40 al día ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

<b>unidades Mensuales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>detalle</b>	<b>costo MP Unitario</b>	<b>Costo por Mes</b>	<b>SUMAN</b>
<b>M.P.D</b>					<b>196,00</b>
400	80	Morocho Quebrado (libra)	1,20	96,00	
400	400	Envase Tetarapack (unidad)	0,25	100,00	
<b>SUMAN</b>				<b>196,00</b>	
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>98</b>
400	20	astilla de canela (fundita)	0,10	2,00	
400	20	azúcar (libra)	0,40	8,00	
400	10	canela en polvo (fundita)	0,10	1,00	
400	10	pimienta de olor (fundita)	0,10	1,00	
400	20	pasas (libra)	0,50	10,00	
400	60	leche (litro)	0,60	36,00	
400	20	leche condensada (lata)	2,00	40,00	
<b>SUMAN</b>				<b>98</b>	
<b>TOTAL COSTO MENSUAL</b>					<b>294</b>

<b>TOTAL COSTO MENSUAL</b>	
----------------------------	--

Se determina los costos de elaboración al mes del morocho con leche que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; el cual se elaborará 400 porciones al mes ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

unidades anuales	Cantidad	detalle	costo MP Unitario	Costo por Anual	SUMAN
<b>M.P.D</b>					<b>825,60</b>
4800	960	Morocho Quebrado (libra)	1,20	1152,00	
4800	4800	Envase Tetrapack (unidad)	0,25	1200,00	
<b>SUMAN</b>				<b>825,60</b>	
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>1.176,00</b>
4800	240	astilla de canela (fundita)	0,10	24,00	
4800	240	azúcar (libra)	0,40	96,00	
4800	120	canela en polvo (fundita)	0,10	12,00	
4800	120	pimienta de olor (fundita)	0,10	12,00	
4800	240	pasas (libra)	0,50	120,00	
4800	720	leche (litro)	0,60	432,00	
4800	240	leche condensada (lata)	2,00	480,00	
<b>SUMAN</b>				<b>1.176,00</b>	
<b>TOTAL COSTO ANUAL</b>					<b>2.001,60</b>

Se determina los costos de elaboración al año del morocho con leche que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; el cual se elaborará 4800 porciones al año ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

<b>TORTILLAS DE TIESTO</b>					
<b>unidades diarios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>costo MP Unitario</b>	<b>Costo por día</b>	<b>SUMAN</b>
<b>M.P.D</b>					<b>3,75</b>
60	3	Harina de Trigo sin refinar (libra)	0,75	2,25	
60	3	Harina de maíz crudo (libra)	0,50	1,50	
<b>SUMAN</b>				<b>3,75</b>	
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>9,32</b>
60	1	manteca (libra)	0,50	0,50	
60	0,5	sal (libra)	0,35	0,18	
60	1	Mantequilla (libras)	0,60	0,60	
60	1	Royal (Frasco 1/2)	1,50	1,50	
60	1	polvo de Hornear	1,50	1,50	
60	16	huevos (unidad)	0,09	1,44	
60	1	leche (litro)	0,60	0,60	
60	2	queso fresco rallado (unidad)	1,50	3,00	
<b>SUMAM</b>				<b>9,32</b>	
<b>TOTAL COSTO DIARIO</b>					<b>13,065</b>

Se determina los costos de elaboración al día las tortillas de tiesto que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; el cual se elaborará 60 unidades al día ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

unidades Mensuales	Cantidad	Detalle	costo MP Unitario	Costo por Mes	SUMAN
<b>M.P.D</b>					<b>56,25</b>
900	45	Harina de Trigo sin refinar (libra)	0,75	33,75	
900	45	Harina de maíz crudo (libra)	0,50	22,50	
<b>SUMAN</b>				<b>56,25</b>	
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>139,725</b>
900	15	manteca (libra)	0,50	7,50	
900	7,5	sal (libra)	0,35	2,63	
900	15	Mantequilla (libras)	0,60	9,00	
900	15	Royal (Frasco 1/2)	1,50	22,50	
900	15	polvo de Hornear	1,50	22,50	
900	240	huevos (unidad)	0,09	21,60	
900	15	leche (litro)	0,60	9,00	
900	30	queso fresco rallado (unidad)	1,50	45,00	
<b>SUMAN</b>				<b>139,725</b>	
<b>TOTAL COSTO MENSUAL</b>					<b>195,975</b>

Se determina los costos de elaboración al mes las tortillas de tiesto que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; el cual se elaborará 900 unidades al mes ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

unidades anuales	Cantidad	Detalle	costo MP Unitario	Costo por Anual	SUMAN
<b>M.P.D</b>					<b>825,60</b>
10800	540	Harina de Trigo sin refinar (libra)	0,75	405,00	
10800	540	Harina de maíz crudo (libra)	0,50	270,00	
<b>SUMAN</b>				<b>825,60</b>	

<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>1.676,70</b>
10800	180	manteca (libra)	0,50	90,00	
10800	90	sal (libra)	0,35	31,50	
10800	180	Mantequilla (libras)	0,60	108,00	
10800	180	Royal (Frasco 1/2)	1,50	270,00	
10800	180	polvo de Hornear	1,50	270,00	
10800	2880	huevos (unidad)	0,09	259,20	
10800	180	leche (litro)	0,60	108,00	
10800	360	queso fresco rallado (unidad)	1,50	540,00	
<b>SUMAN</b>					<b>1.676,70</b>
<b>TOTAL COSTO ANUAL</b>					<b>2.502,30</b>

Se determina los costos de elaboración al año las tortillas de tiesto que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; el cual se elaborará 10800 unidades al año ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

<b>ARROZ DE CEBAD CON LECHE</b>					
<b>unidades diarios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>costo MP Unitario</b>	<b>Costo por día</b>	<b>SUMAN</b>
<b>M.P.D</b>					<b>20,00</b>
50	10	Arroz de Cebada (libra)	0,75	7,50	
50	50	Envase Tetrapack (unidad)	0,25	12,50	
<b>SUMAN</b>					<b>20,00</b>
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>5,90</b>
50	1	canela (fundita)	0,10	0,10	
50	6	leche (litro)	0,60	3,60	
50	1	clavo de olor (fundita)	0,25	0,25	
50	1	esencia de vainilla ( frasco 1/2)	1,50	1,50	
50	0,5	azúcar (libra)	0,40	0,20	
50	0,5	pasas (libra)	0,50	0,25	
<b>SUMAM</b>					<b>5,9</b>
<b>TOTAL COSTO DIARIO</b>					<b>25,90</b>

Se determina los costos de elaboración al día el arroz de cebada con leche que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; el cual se elaborará 50 porciones al día ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

unidades Mensuales	Cantidad	detalle	costo MP Unitario	Costo por Mes	SUMAN
<b>M.P.D</b>					<b>143,00</b>
500	24	Arroz de Cebada (libra)	0,75	18,00	
500	500	Envase Tetarapack (unidad)	0,25	125,00	
<b>SUMAN</b>				<b>143,00</b>	
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>64,00</b>
500	10	canela (fundita)	0,10	1,00	
500	60	leche (litro)	0,60	36,00	
500	10	clavo de olor (fundita)	0,25	2,50	
500	10	esencia de vainilla ( frasco 1/2)	1,50	15,00	
500	5	azúcar (libra)	0,40	2,00	
500	5	pasas (libra)	1,50	7,50	
<b>SUMAN</b>				<b>64,00</b>	
					<b>207,00</b>
<b>TOTAL COSTO MENSUAL</b>					

Se determina los costos de elaboración al mes el arroz de cebada con leche que se va a elaborar, considerando la materia prima directa y la materia prima indirecta; el cual se elaborará 500 porciones al mes ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

unidades anuales	Cantidad	detalle	costo MP Unitario	Costo por Anual	SUMAN
<b>M.P.D</b>					<b>825,60</b>
6000	288	Arroz de Cebada (libra)	0,75	216,00	
6000	6000	Envase Tetarapack (unidad)	0,25	1500,00	
<b>SUMAN</b>				<b>825,60</b>	

<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
<b>M.P.I</b>					<b>768,00</b>
6000	120	canela (fundita)	0,10	12,00	
6000	720	leche (litro)	0,60	432,00	
6000	120	clavo de olor (fundita)	0,25	30,00	
6000	120	esencia de vainilla ( frasco 1/2)	1,50	180,00	
6000	60	azúcar (libra)	0,40	24,00	
6000	60	pasas (libra)	1,50	90,00	
<b>SUMAN</b>					<b>768,00</b>
<b>TOTAL COSTO ANUAL</b>					<b>1.593,60</b>

Se determina los costos de elaboración al mes el Arroz de Cebada con leche que se va a elaborar, considerando la Materia Prima Directa y la Materia Prima Indirecta; el cual se elaborará 500 porciones al mes ya que es una estimación para la empresa que va a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha.

### **RESUMEN DE LOS COSTOS DE ELBORACIÓN**

<b>ALIMENTO</b>	<b>M.P.D</b>		<b>M.P.I</b>		<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>		
QUIMBOLITOS	344,48	1756,80	268,48	3.221,76	612,96	4978,56
HUMITAS	152,00	825,60	114,25	1.371,00	266,25	2196,60
TAMALES	352,80	825,60	97,40	1.168,80	450,20	1994,40
MOROCHO CON LECHE	196,00	825,60	98,00	1.176,00	294,00	2001,60
TORTILLA DE TIESTO	56,25	825,60	139,73	1.676,70	195,98	2502,30
ARROZ DE CEBADA CON LECHE	143,00	825,60	64,00	768,00	207,00	1593,60
<b>TOTAL</b>	<b>1244,53</b>	<b>5884,80</b>	<b>781,86</b>	<b>9382,26</b>	<b>2026,39</b>	<b>15267,06</b>

### **RESUMEN MATERIA PRIMA**

DESCRIPCIÓN	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
QUIMBOLITOS	9,15	344,48	3.221,76
HUMITAS	15,2	152,00	1.371,00
TAMALES	44,1	352,80	1.168,80
MOROCHO CON LECHE	19,60	196,00	1.176,00
TORTILLAS DE TUESTO	3,75	56,25	1.676,70
ARROZ DE CEBADA	20,00	143,00	768,00
<b>Total Materia Prima.....</b>		<b>\$ 1.244,53</b>	<b>\$ 9.382,26</b>

### **RESÚMEN MATERIA PRIMA INDIRECTA**

DESCRIPCIÓN	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
QUIMBOLITOS	16,78	268,48	3.221,76
HUMITAS	11,43	114,25	1.371,00
TAMALES	12,18	97,40	1.168,80
MOROCHO CON LECHE	9,8	98,00	1.176,00
TORTILLAS DE TUESTO	9,32	139,73	1.676,70
ARROZ DE CEBADA	5,90	64,00	768,00
<b>Total Materia Prima Indirecta.....</b>		<b>\$ 781,86</b>	<b>\$ 9.382,26</b>

### **OTROS M.P.I**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Etiquetas (fundas de papel y fundas plástico)	6000	0,013	78,00	936,00
Empaque : fundas grandes de papel (N°3 y 6)	2000	0,014	28,00	336,00
Empaque: fundas pequeñas de papel	400	0,01	4,00	48,00
<b>Total De otros Materia Prima Indirecta.....</b>			<b>\$ 110,00</b>	<b>\$ 1.320,00</b>

#### **5.1.2.2. MANO DE OBRA**

En cuanto a la mano de obra se considera las etapas que se han proyectado considerando un porcentaje promedio del incremento del salario Básico Unificado del 2009 al 2013 que obtenemos del 9,12%. También se considera los beneficios Sociales según la ley de exigencia. Para lo cual será necesario contratar con un Gerente, jefe de elaboración / chef, y asistente de cocina; y una persona en ventas.



<b>REMUNERACIÓN BÁSICA HISTORICA</b>			
<b>SBU</b>	<b>DIFERENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>%</b>
218	218	9	9,00%
240	22	10,09	10,09%
264	24	10,00	10,00%
292	28	10,61	10,61%
318	26	8,90	8,90%
<b>TOTAL PROMEDIO</b>		<b>9,72</b>	<b>9,72%</b>

## **AÑO 2014**

### **ADMINISTRACIÓN**

#### **SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Remuneración Básica Unificada</b>	<b>Remuneración Anual</b>	<b>IESS Patronal - 12,15%</b>	<b>Décimo Tercer Sueldo</b>	<b>Décimo cuarto sueldo</b>	<b>Total a recibir</b>
Eduardo Orbes	Gerente	400,00	4.800,00	583,20	400,00	318	4.800,00
Alejandra Ipiates	Contador General	320,00	3.840,00	466,56	320,00	318	3.840,00
<b>TOTAL</b>							<b>8.640,00</b>

### **OPERACIÓN**

#### **SUELDOS OPERATIVOS**

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Remuneración Básica Unificada</b>	<b>Remuneración Anual</b>	<b>IESS Patronal - 12,15%</b>	<b>Décimo Tercer Sueldo</b>	<b>Décimo cuarto sueldo</b>	<b>Total a recibir</b>
Gladys Ipiates	Jefe de elaboración (chef)	318,00	3.816,00	463,64	318,00	318	3.816,00
María Caragolla	Asistente de cocina	318,00	3.816,00	463,64	318,00	318	3.816,00
<b>TOTAL</b>							<b>7.632,00</b>

### **VENTAS**

#### **SUELDOS DE VENTAS**

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Remuneración Básica Unificada</b>	<b>Remuneración Anual</b>	<b>IESS Patronal - 12,15%</b>	<b>Décimo Tercer Sueldo</b>	<b>Décimo cuarto sueldo</b>	<b>Total a recibir</b>
Belén Leitón	Personal de Ventas	318,00	3.816,00	463,64	318,00	318	3.816,00
<b>TOTAL</b>							<b>3.816,00</b>

## AÑO 2015

### ADMINISTRACIÓN SUELDOS ADMINISTRATIVOS

meses

Nombre	Cargo	9,72%		9,72%		8,33%		24	
		Rem. Básica Unificada	Rem. Anual	IESS Patronal - 12,15%	Décimo Tercer Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva 8,33 %	Vacaciones	Total a recibir
Eduardo Orbes	Gerente	438,88	5.266,56	639,89	438,88	349	438,70	18,29	7.151,23
Alejandra Ipiates	Contador General	351,10	4.213,25	511,91	351,10	349	350,96	14,63	5.790,76
<b>TOTAL</b>									<b>12.941,99</b>

### OPERACIÓN

#### SUELDOS OPERATIVOS

Nombre	Cargo	Rem. Básica Unificada	Rem. Anual	IESS Patronal - 12,15%	Décimo Tercer Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva 8,33 %	Vacaciones	Total a recibir
Gladys Ipiates	Jefe de elaboración ( chef )	348,91	4.186,92	508,71	348,91	349	348,77	14,54	5.756,75
María Caragolla	Asistente de cocina	348,91	4.186,92	508,71	348,91	349	348,77	14,54	5.756,75
<b>TOTAL</b>									<b>11.513,51</b>

### VENTAS

#### SUELDOS DE VENTAS

Nombre	Cargo	Rem. Básica Unificada	Rem. Anual	IESS Patronal - 12,15%	Décimo Tercer Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva 8,33 %	Vacaciones	Total a recibir
Belén Leitón	Personal de Ventas	348,91	4.186,92	508,71	348,91	349	348,77	14,54	5.756,75
<b>TOTAL</b>									<b>5.756,75</b>

## AÑO 2016

### ADMINISTRACIÓN

#### SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Nombre	Cargo	Rem. Básica Unificada	Rem. Anual	IESS Patronal - 12,15 %	Décimo Tercer Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva 8,33 %	Vacaciones	Total a recibir
Eduardo Orbes	Gerente	481,54	5.778,47	702,08	481,54	382,82	481,35	20,06	7.846,33
Alejandra Ipiates	Contador General	385,23	4.622,78	561,67	385,23	382,82	385,08	16,05	6.353,63
<b>TOTAL</b>									<b>14.199,95</b>

**OPERACIÓN****SUELDOS OPERATIVOS**

Nombre	Cargo	Rem. Básica Unificada	Rem. Anual	IESS Patronal - 12,15 %	Décimo Tercer Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva 8,33 %	Vacaciones	Total a recibir
Gladys Ipiates	Jefe de elaboración (chef)	382,82	4.593,88	558,16	382,82	382,82	382,67	15,95	6.316,31
María Caragolla	Asistente de cocina	382,82	4.593,88	558,16	382,82	382,82	382,67	15,95	6.316,31
<b>TOTAL</b>									<b>12.632,62</b>

**VENTAS****SUELDOS DE VENTAS**

Nombre	Cargo	Rem. Básica Unificada	Rem. Anual	IESS Patronal - 12,15 %	Décimo Tercer Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva 8,33 %	Vacaciones	Total a recibir
Belén Leitón	Personal de Ventas	382,82	4.593,88	558,16	382,82	382,82	382,67	15,95	6.316,31
<b>TOTAL</b>									<b>6.316,31</b>

**AÑO 2017****ADMINISTRACIÓN****SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

Nombre	Cargo	Rem. Básica Unificada	Rem. Anual	IESS Patronal - 12,15%	Décimo Tercer Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva 8,33 %	Vacaciones	Total a recibir
Eduardo Orbes	Gerente	528,34	6.340,14	770,33	528,34	420,03	528,13	22,01	8.608,99
Alejandra Ipiates	Contador General	422,68	5.072,11	616,26	422,68	420,03	422,51	17,61	6.971,20
<b>TOTAL</b>									<b>15.580,19</b>

**OPERACIÓN****SUELDOS OPERATIVOS**

Nombre	Cargo	Rem. Básica Unificada	Rem. Anual	IESS Patronal - 12,15%	Décimo Tercer Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva 8,33 %	Vacaciones	Total a recibir
Gladys Ipiates	Jefe de elaboración (chef)	420,03	5.040,41	612,41	420,03	420,03	419,87	17,50	6.930,25
María Caragolla	Asistente de cocina	420,03	5.040,41	612,41	420,03	420,03	419,87	17,50	6.930,25
<b>TOTAL</b>									<b>13.860,51</b>

**VENTAS****SUELDOS DE VENTAS**

Nombre	Cargo	Rem. Básica Unificada	Rem. Anual	IESS Patronal - 12,15%	Décimo Tercer Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva 8,33 %	Vacaciones	Total a recibir
Belén Leitón	Personal de Ventas	420,03	5.040,41	612,41	420,03	420,03	419,87	17,50	6.930,25
<b>TOTAL</b>									<b>6.930,25</b>

**AÑO 2018****SUELDOS ADMINISTRACIÓN**

Nombre	Cargo	Rem. Básica Unificada	Rem. Anual	IESS Patronal - 12,15%	Décimo Tercer Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva 8,33 %	Vacaciones	Total a recibir
Eduardo Orbes	Gerente	579,70	6.956,40	845,20	579,70	460,86	579,47	24,15	9.445,78
Alejandra Ipiates	Contador General	463,76	5.565,12	676,16	463,76	460,86	463,57	19,32	7.648,80
<b>TOTAL</b>									<b>17.094,58</b>

**OPERACIÓN****SUELDOS OPERARIOS**

Nombre	Cargo	Rem. Básica Unificada	Rem. Anual	IESS Patronal - 12,15%	Décimo Tercer Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva 8,33 %	Vacaciones	Total a recibir
Gladys Ipiales	Jefe de elaboración (chef)	460,86	5.530,34	671,94	460,86	460,86	460,68	19,20	7.603,87
María Caragolla	Asistente de cocina	460,86	5.530,34	671,94	460,86	460,86	460,68	19,20	7.603,87
<b>TOTAL</b>									<b>15.207,75</b>

**VENTAS****SUELDOS DE VENTAS**

Nombre	Cargo	Rem. Básica Unificada	Rem. Anual	IESS Patronal - 12,15%	Décimo Tercer Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva 8,33 %	Vacaciones	Total a recibir
Belén Leitón	Personal de Ventas	460,86	5.530,34	671,94	460,86	460,86	460,68	19,20	7.603,87
<b>TOTAL</b>									<b>7.603,87</b>

**RESUMEN DE LA MANO DE OBRA PROYECTADA**

CARGO	CANT.	SUELDO	SUELDO ANUAL 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>SUELDO DE ADMINISTRACIÓN</b>							
Gerente	1	400,00	4.800,00	7.151,23	7.846,33	8.608,99	9.445,78
Contador General	1	320,00	3.840,00	5.790,76	6.353,63	6.971,20	7.648,80
<b>SUELDO OPERATIVO</b>							
Jefe de elaboración (chef)	1	318,00	3.816,00	5.756,75	6.316,31	6.930,25	7.603,87
Asistente de cocina	1	318,00	3.816,00	5.756,75	6.316,31	6.930,25	7.603,87
<b>SUELDO DE VENTAS</b>							
Personal de Ventas	1	318,00	3.816,00	5.756,75	6.316,31	6.930,25	7.603,87
<b>Total Sueldos de Funcionarios.....</b>		<b>1.674,00</b>	<b>\$ 20.088,00</b>	<b>\$ 23.061,02</b>	<b>\$ 25.302,55</b>	<b>\$ 27.761,96</b>	<b>\$30.460,42</b>

Elaborado por: La Autora

### 5.1.2.3. GASTOS ADMINISTRATIVOS

#### SUMINISTROS Y ÚTILES DE OFICINA:

#### ADMINISTRACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Caja de esferos	1	3,50	3,50	42,00
Caja de lápices	1	1,80	1,80	21,60
Resma Papel Boom	1	3,00	3,00	36,00
Carpetas	2	0,30	0,60	7,20
Perforadoras	2	4,50	9,00	9,00
Grapadora	2	4,20	8,40	8,40
Cajas de clips	1	0,25	0,25	3,00
sumadora eléctrica	1	12,00	12,00	12,00
Otros		16,00	16,00	192,00
<b>Total Suministros y Útiles de Oficina.....</b>			<b>\$ 54,55</b>	<b>\$ 331,20</b>

<b>GASTOS GENERALES</b>		
CONCEPTO	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
<b>OPERATIVO</b>		
<b>ADMINISTRATIVOS</b>		
Gasto Luz Eléctrica (kwh)	8,75	105,00
Gasto Agua Potable (m3)	4,00	48,00
Gasto Teléfono	6,00	72,00
Otros	35,00	35,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 53,75</b>	<b>\$ 260,00</b>

<b>GASTOS GENERALES</b>				
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
<b>OPERATIVO</b>				
<b>VENTAS</b>				
<u>Gasto Publicidad :</u>				
Periódicos			10,00	30,00
Papeles volantes, otros	270	0,05	13,50	40,50
Gasto Movilización y Transporte	7	3	21,00	252,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 44,50</b>	<b>\$ 322,50</b>

Elaborado por: La Autora

## EGRESOS PROYECTADOS ANUALES

### GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Sueldo Gerente	4.800,00	7.151,23	7.151,23	7.846,33	9.445,78
Sueldo Contador	3.840,00	3.840,00	5.790,76	6.971,20	7.648,80
Suministro de oficina	1.689,12	1.758,37	1.830,47	1.905,52	1.983,64
Gastos Generales	1.326,00	1.380,37	1.436,96	1.495,88	1.557,21
Depreciación Edificio	53,70	53,70	53,70	53,70	53,70
Depreciación Muebles y Enseres	27,90	27,90	27,90	27,90	27,90
Depreciación Equipo de Oficina	130,93	130,93	130,93	130,93	130,93
Depreciación Equipo de computación	130,93	130,93	130,93	130,93	130,93
Amortización Gastos de Constitución	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
<b>Total</b>	<b>12.190,58</b>	<b>14.665,43</b>	<b>16.744,88</b>	<b>18.754,38</b>	<b>21.170,90</b>

<b>GASTO DE VENTAS</b>					
Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Sueldo ventas	3.816,00	5.756,75	6.316,31	6.930,25	7.603,87
Publicidad	1.644,75	1.712,18	1.782,38	1.855,46	1.931,54
depreciación Vehículo	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00
<b>Total</b>	<b>8.660,75</b>	<b>10.668,94</b>	<b>11.298,69</b>	<b>11.985,72</b>	<b>12.735,41</b>

## TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y GASTOS DE FINANCIAMIENTO

Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Gastos Administración	12.190,58	14.665,43	16.744,88	18.754,38	21.170,90
Gastos de Comercialización	8.660,75	10.668,94	11.298,69	11.985,72	12.735,41
Gastos Financieros	2.240,00	1.792,00	1.344,00	896,00	448,00
<b>Total Costos de Distribución</b>	<b>23.091,33</b>	<b>27.126,37</b>	<b>29.387,58</b>	<b>31.636,10</b>	<b>34.354,31</b>

## PROYECCIONES DE VENTAS

### COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Total (CP + CD)	137.734,99	149.851,20	157.603,38	165.630,90	174.434,05
Total Unidades Proyectadas	60.720	66.792	73.471	80.818	88.900
Costo de Producción Unitario (CPu)	2,27	2,24	2,15	2,05	1,96

Elaborado por: La Autora

### **MARGEN DE UTILIDAD 10%**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Unidades Proyectadas	85.500	66.792	73.471	80.818	88.900
Precio Unitario Proyectado	2,50	2,47	2,36	2,25	2,16
<b>Total Ingresos</b>	<b>213.339,52</b>	<b>164.836,32</b>	<b>173.363,72</b>	<b>182.193,99</b>	<b>191.877,46</b>

### **CAPITAL DE TRABAJO**

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
<b>MATERIA PRIMA</b>	3.987,46	47.849,53
<b>MANO DE OBRA</b>	636,00	7.632,00
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>		
Materia prima indirecta	3.987,46	47.849,53
Otros MPI	561,00	6.732,00
<b>TOTAL COSTOS DE ELABORACIÓN</b>	<b>9.171,92</b>	<b>110.063,05</b>
<b>Administración</b>		
Sueldo Gerente	400,00	4.800,00
Sueldo Contador	320,00	3.840,00
Suministros y útiles de oficina	140,76	1.689,12
Gastos generales	110,50	1.326,00
<b>Ventas</b>		
Sueldo ventas	318,00	3.816,00
Publicidad	137,06	1.644,75
<b>Subtotal</b>	<b>10.598,24</b>	<b>127.178,92</b>
Imprevistos 5%	529,91	6.358,95
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>11.128,16</b>	<b>133.537,87</b>

Elaborado por: La Autora

## **5.1.3. PRÉSTAMO BANCARIO**

### **5.1.3.1. TABLA DE AMORTIZACIÓN**

Abonos fijos a Capital



MONTO	20000,00
PAGOS Mensual	60
INTERES	11,20%
N° AÑOS	5

A	B	C	D	E
nº ABONO	CUOTA ANUAL (C+D)	INTERES (E*i)	ABONO K (E/# ABONOS)	SALDO K (E-D)
0				20.000,00
1	6240,00	2240,00	4000,00	16.000,00
2	5792,00	1792,00	4000,00	12.000,00
3	5344,00	1344,00	4000,00	8.000,00
4	4896,00	896,00	4000,00	4.000,00
5	4448,00	448,00	4000,00	0,00
		<b>6.720,00</b>	<b>20000,00</b>	

Elaborado por: La Autora

Los valores se determina de acuerdo a la amortización de la deuda, que la empresa “Lo Tradicional de Alejita” deberá realizar por el pago de intereses y el capital a través del financiamiento en el Banco Produbanco con una tasa de interés de acuerdo para PYMES es de 11,20% es tasa activa estipulado para el año 2013.

#### 5.1.4. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

<b>TABLA DE DEPRECIACIÓN</b>		
DETALLE	PORCENTAJE	AÑOS
Edificio	5%	20
Maquinaria y Muebles de Oficina	10%	10
Equipo de Oficina	10%	10
Equipo de Computación	33,33%	3
Vehículo	20%	5
Previsión por mantenimiento de MY EQ.	2%	

Elaborado por: La Autora

<b>EDIFICIO</b>					
DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	DEPREC. ANUAL
	.				

EDIFICIO	5%	21.480,00	1.074,00	20.406,00	53,70
<b>Total...</b>			<b>1.074,00</b>	<b>20.406,00</b>	<b>53,70</b>

Elaborado por: La Autora

<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS DE ELABORACIÓN</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>% DEPRE. C.</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR A DEPRECIAR</b>	<b>DEPREC. ANUAL</b>
Refrigeradora	10%	580,00	58,00	522,00	580,00
Cocina Industrial	10%	300,00	30,00	270,00	300,00
Gas	10%	5,00	0,50	4,50	5,00
Ollas Tamaleras	10%	50,00	5,00	45,00	50,00
Ollas Grandes	10%	44,00	4,40	39,60	44,00
Batidora Industrial	10%	250,00	25,00	225,00	250,00
Licuadora	10%	52,00	5,20	46,80	52,00
Pailas	2%	30,00	0,60	29,40	6,00
Tiesto	10%	50,00	5,00	45,00	50,00
Utensilios	2%	600,00	12,00	588,00	120,00
Vajillas	2%	15.000,00	300,00	14.700,00	3.000,00
Cucharones grandes	2%	18,00	0,36	17,64	3,60
Mesa	10%	120,00	12,00	108,00	120,00
<b>Total...</b>			<b>458,06</b>	<b>16.640,94</b>	<b>4.580,60</b>

Elaborado por: La Autora

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>					
DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	DEPREC. ANUAL
Escritorio de Oficina	10%	120,00	12,00	108,00	10,80
Sillas de Oficina	10%	20,00	2,00	18,00	1,80
Archivadores con Divisiones	10%	45,00	4,50	40,50	4,05
Sillón de Oficina Gerencia	10%	35,00	3,50	31,50	3,15
Vitrinas	10%	90,00	9,00	81,00	8,10
<b>Total</b>			<b>31,00</b>	<b>279,00</b>	<b>27,90</b>

Elaborado por: La Autora

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>					
DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	DEPREC. ANUAL
Equipo de Oficina	10%	90,00	9,00	81,00	8,10
Televisión	10%	280,00	28,00	252,00	25,20
Teléfono.	10%	50,00	5,00	45,00	4,50
<b>Total...</b>			<b>42,00</b>	<b>378,00</b>	<b>37,80</b>

Elaborado por: La Autora

<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>% DEPREC.</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR A DEPRECIAR</b>	<b>DEPREC. ANUAL</b>
Computadoras	33%	580,00	193,31	386,69	128,90
Impresoras Normales	33%	170,00	56,66	4,72	1,57
Otros Equipos	33%	50,00	16,67	1,39	0,46
<b>Total...</b>			<b>266,64</b>	<b>392,80</b>	<b>130,93</b>

Elaborado por: La Autora

<b>VEHICULO</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>% DEPREC.</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR A DEPRECIAR</b>	<b>DEPREC. ANUAL</b>
VEHICULO TOYOTA	20%	20.000,00	4.000,00	16.000,00	3.200,00
<b>Total...</b>			<b>4.000,00</b>	<b>16.000,00</b>	<b>3.200,00</b>

### **RESUMEN DE DEPRECIACIONES**

<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>DEPR. ANUAL</b>
EDIFICIO	53,70
MAQUINARIA Y EQUIPOS DE ELABORACIÓN	4.580,60
MUEBLES Y ENSERES	27,90
EQUIPOS DE OFICINA	130,93
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	130,93
VEHICULO	3.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>8.124,06</b>

Elaborado por: La Autora

## 5.2. ESTADOS FINANCIEROS

### DETALLE DE LA INVERSIÓN

<b>A.- INVERSIÓN PROPIA:</b>	
CONCEPTO	APORTE PROPIO
EDIFICIO	20.000,00
REMODELACIÓN Y ADECUACIÓN DEL EDIFICIO	1.480,00
EQUIPOS DE OFICINA	420,00
VEHICULO	20.000,00
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA.....</b>	<b>\$41.900,00</b>
<b>CAPITAL APORTADO SOCIOS</b>	<b>\$10.554,66</b>
<b>PORCENTAJE.....</b>	<b>72,40%</b>

Elaborado por: La Autora

<b>B.- INVERSIÓN FINANCIADA:</b>	
CONCEPTO	FINANCIAMIENTO
Préstamo Bancario (Capital de trabajo)	20.000,00
<b>TOTAL INVERSIÓN FINANCIADA</b>	<b>\$20.000,00</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>27,60%</b>

Elaborado por: La Autora

<b>C.- RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO</b>	
CONCEPTO	DÓLARES
MAQUINARIA Y EQUIPOS DE ELABORACIÓN	7.116,50
MUEBLES Y ENSERES	310,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	800,00
INVERSIÓN DIFERIDA:	1.200,00
CAPITAL DE TABAJO GENERAL	11.128,16
<b>TOTAL INVERSIÓN DEL PROYECTO...</b>	<b>\$ 30.554,66</b>

Elaborado por: La Autora

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	
A.- INVERSIÓN FIJA:	\$ 41.900,00
C.- INVERSIÓN EN LA ELABORACION DE ALIMENTO Y OTROS	\$ 30.554,66
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 72454,66</b>
DIFERENCIA CRÉDITO	\$ 20.000,00
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 52454,66</b>

Se detalla en resumen toda la inversión del proyecto por lo tanto se requiere de un total de \$72454,66, el cual se cuenta con la inversión propia de \$41900,00 y un capital aportado por un Socio por el Sr. Lucio Orbes de \$ 10.554,66, también existe para la inversión en la elaboración del alimento se obtiene un préstamo de \$ 20.000,00 que es financiado por el Banco.

## 5.2.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

**EMPRESA “LO TRADICIONAL DE ALEJITA”**  
**ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**  
**AL 1 DE ENERO 2014 en Dólares**

<b>ACTIVOS:</b>			<b>PASIVOS:</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES:</b>		<b>\$11.128,16</b>	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
			PRÉSTAMO BANCARIO	20.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	11.128,16			
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES:</b>			<b>PATRIMONIO:</b>	
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		<b>\$58.646,50</b>	<b>CAPITAL.</b>	41900,00
EDIFICIO	20000,00		<i>Inversión Propia</i>	
EQUIPOS DE OFICINA	420,00		Capital socio 2	<b>\$10.554,66</b>
VEHICULO	20000,00			
MAQUINARIA Y EQUIPOS DE ELABORACIÓN	17116,50			
MUEBLES Y ENSERES	310,00			
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	800,00			
<b>ACTIVOS INTANGIBLE:</b>		<b>\$2.680,00</b>		
INVERSIÓN DIFERIDA:	1.200,00			
GASTOS VARIOS:				
REMODELACIÓN Y ADECUACIÓN DEL EDIFICIO	1.480,00			
<b>TOTAL ACTIVOS...</b>		<b>\$72.454,66</b>	<b>TOTAL PAS + PAT.</b>	<b>\$72.454,66</b>

-----  
**GERENTE**

-----  
**CONTADOR**

Elaborado por: La Autora

La empresa se pondrá en marcha tanto en financiamiento como en inversión propia es decir con la disponibilidad del edificio, equipos de oficina de un \$ 41.900 y a través de la aportación de un Socio de \$10.554,60. También a través del financiamiento el resto, un total de \$20.000,00.

## 5.2.2. ESTADO DE RESULTADOS

### EMPRESA "LO TRADICIONAL DE ALEJITA" ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO VENTAS	213339,52	164836,32	173363,72	182193,99	191877,46
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>213339,52</b>	<b>164836,32</b>	<b>173363,72</b>	<b>182193,99</b>	<b>191877,46</b>
(-) COSTO DE ELABORACIÓN	110090,95	118172,13	123663,10	129442,10	135527,04
MATERIA PRIMA	47849,53	49811,36	51853,62	53979,62	56192,79
MANO DE OBRA	7632,00	11513,51	12632,62	13860,51	15207,75
Jefe de elaboración ( chef )	3816,00	5756,75	6316,31	6930,25	7603,87
Asistente de cocina	3816,00	5756,75	6316,31	6930,25	7603,87
CIF					
MATERIA PRIMA INDIRECTA	47.849,53	49.811,36	51.853,62	53.979,62	56.192,79
OTROS M.P.I	6732,00	7008,01	7295,34	7594,45	7905,82
Depreciación Maquinaria y Eq. Elaboración	27,90	27,90	27,90	27,90	27,90
(-) GASTO VENTAS	5.488,65	7.496,84	8.126,59	8.813,62	9.563,31
MANO DE OBRA (Personal de Ventas)	3.816,00	5.756,75	6.316,31	6.930,25	7.603,87
GASTOS GENERALES					
Gasto Publicidad :	1.644,75	1.712,18	1.782,38	1.855,46	1.931,54
<b>UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	<b>97759,91</b>	<b>39167,35</b>	<b>41574,02</b>	<b>43938,27</b>	<b>46787,10</b>
(-) GASTO ADMINISTRATIVOS	15390,58	17865,43	19944,88	21954,38	24370,90
MANO DE OBRA	8.640,00	10.991,23	12.941,99	14.817,53	17.094,58
Gerente	4.800,00	7.151,23	7.151,23	7.846,33	9.445,78
Contador General	3.840,00	3.840,00	5.790,76	6.971,20	7.648,80
SUMINISTROS Y UTILES DE OFICINA:	1.689,12	1.758,37	1.830,47	1.905,52	1.983,64
GASTOS GENERALES	1.326,00	1.380,37	1.436,96	1.495,88	1.557,21
DEPRECIACION:	3.543,46	3.543,46	3.543,46	3.543,46	3.543,46
EDIFICIO	53,70	53,70	53,70	53,70	53,70
MUEBLES Y ENSERES	27,90	27,90	27,90	27,90	27,90
EQUIPOS DE OFICINA	130,93	130,93	130,93	130,93	130,93
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	130,93	130,93	130,93	130,93	130,93
VEHÍCULO	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00
AMORTIZACIÓN:	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
Gastos de Constitución:	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
<b>=UTILIDAD NETA EN OPERACIONES</b>	<b>82369,33</b>	<b>21301,92</b>	<b>21629,14</b>	<b>21983,89</b>	<b>22416,21</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	2240,00	1792,00	1344,00	896,00	448,00
Interés Bancario	2240,00	1792,00	1344,00	896,00	448,00
<b>=UTILIDAD NETA ANTES DE PART. TRAB.</b>	<b>80129,33</b>	<b>19509,92</b>	<b>20285,14</b>	<b>21087,89</b>	<b>21968,21</b>
(-)PARTICIPACIÓN TRABAJADORES 15%	12019,40	2926,49	3042,77	3163,18	3295,23
<b>= UTILIDAD NETA ANTES DE IMP.</b>	<b>68109,93</b>	<b>16583,43</b>	<b>17242,37</b>	<b>17924,71</b>	<b>18672,97</b>
(-) IMPUESTO A LA RENTA 22%	14984,18	3648,36	3793,32	3943,44	4108,05
<b>= UTILIDAD NETA</b>	<b>53125,75</b>	<b>12935,08</b>	<b>13449,05</b>	<b>13981,27</b>	<b>14564,92</b>

GERENTE

CONTADOR

Elaborado por: La Autora



### 5.2.3. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

#### EMPRESA "LO TRADICIONAL DE ALEJITA" ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

ENTRADAS DE EFECTIVO DETALLE	TIEMPO PROYECTADO EN AÑOS					
		2014	2015	2016	2017	2018
<b>INVERSIÓN</b>						
Préstamo Bancario (Capital de trabajo)	20.000,00					
Capital aportado	10.554,66					
<b>INGRESO VENTAS</b>		213.339,52	164.836,32	173.363,72	182.193,99	191.877,46
<b>Total Entradas de Efectivo</b>	<b>30.554,66</b>	<b>213.339,52</b>	<b>164.836,32</b>	<b>173.363,72</b>	<b>182.193,99</b>	<b>191.877,46</b>
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>						
<b>A.- COSTOS OPERACIONALES:</b>						
MATERIA PRIMA		47.849,53	49.811,36	51.853,62	53.979,62	56.192,79
MANO DE OBRA		7.632,00	11.513,51	12.632,62	13.860,51	15.207,75
RESÚMEN MATERIA PRIMA INDIRECTA		47.849,53	49.811,36	51.853,62	53.979,62	56.192,79
OTROS M.P.I		6.732,00	7.008,01	7.295,34	7.594,45	7.905,82
DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO		27,90	27,90	27,90	27,90	27,90
Total Costos Operativos	<b>0,00</b>	<b>110.063,05</b>	<b>118.144,23</b>	<b>123.635,20</b>	<b>129.414,20</b>	<b>135.499,14</b>
<b>B.- GASTOS DE VENTAS:</b>						
MANO DE OBRA		3.816,00	5.756,75	6.316,31	6.930,25	7.603,87
GASTOS GENERALES						
Gasto Publicidad :		1.644,75	1.712,18	1.782,38	1.855,46	1.931,54
Total Gastos Ventas	<b>0,00</b>	<b>5.460,75</b>	<b>5.756,75</b>	<b>6.316,31</b>	<b>6.930,25</b>	<b>7.603,87</b>
<b>C.- GASTOS ADMINISTRATIVOS:</b>						
MANO DE OBRA		8.640,00	10.991,23	12.941,99	14.817,53	17.094,58
SUMINISTROS Y ÚTILES DE OFICINA:		1.689,12	1.758,37	1.830,47	1.905,52	1.983,64
GASTOS GENERALES		1.326,00	1.380,37	1.436,96	1.495,88	1.557,21
DEPRECIACIÓN:		3.543,46	3.543,46	3.543,46	3.543,46	3.543,46
AMORTIZACIÓN:		192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
Total Gastos Administrativos	<b>0,00</b>	<b>15.390,58</b>	<b>17.865,43</b>	<b>19.944,88</b>	<b>21.954,38</b>	<b>24.370,90</b>
<b>D.- GASTOS FINANCIEROS:</b>						
Interés Bancario		2.240,00	1.792,00	1.344,00	896,00	448,00
Total Gastos Financieros	<b>0,00</b>	<b>2.240,00</b>	<b>1.792,00</b>	<b>1.344,00</b>	<b>896,00</b>	<b>448,00</b>
<b>TOTAL SALIDAS EFEC. ( A + B + C+D )</b>		<b>133.154,39</b>	<b>143.558,41</b>	<b>151.240,40</b>	<b>159.194,84</b>	<b>167.921,91</b>
<b>=UTILIDAD NETA EN OPERACIONES</b>		<b>80.185,13</b>	<b>21.277,91</b>	<b>22.123,32</b>	<b>22.999,15</b>	<b>23.955,54</b>
(-) 15% Impto. Part. Trabajadores		12.027,77	3.191,69	3.318,50	3.449,87	3.593,33
<b>Utilidad antes Impto. Renta</b>		<b>68.157,36</b>	<b>18.086,22</b>	<b>18.804,82</b>	<b>19.549,28</b>	<b>20.362,21</b>
(-) 22% Impuesto a la renta		14.994,62	3.978,97	4.137,06	4.300,84	4.479,69
<b>UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>30.554,66</b>	<b>53.162,74</b>	<b>14.107,25</b>	<b>14.667,76</b>	<b>15.248,44</b>	<b>15.882,52</b>
(+) DEPRECIACIÓN		3.571,36	3.571,36	3.571,36	3.571,36	3.571,36
(+) AMORTIZACIONES		192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
<b>INVERSIÓN INICIAL:</b>						
INVERSIÓN FIJA	41.900,00					
EGRESOS	30.554,66					
(-) PAGO DE CRÉDITO		4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>72.454,66</b>	<b>52.926,11</b>	<b>13.870,62</b>	<b>14.431,13</b>	<b>15.011,80</b>	<b>15.645,89</b>

Elaborado por: La Autora

## 5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.3.1. TASA DE DESCUENTO

La tasa de descuento es aquella que se utiliza para traer a valor presente los flujos de caja, la cual nos muestra la rentabilidad mínima que nuestro proyecto debe obtener para su viabilidad. Para el cálculo de la tasa de descuento debemos tomar en cuenta el riesgo dado que a mayor riesgo a enfrentar, mayor será la tasa de interés. Para calcular el costo de capital propio es necesario de obtener los siguientes datos:

- ✓ Riesgo país= El cual en la actualidad está en 4.1%. (Estadísticas del Banco central)
- ✓ TP= La tasa Pasiva para la inversión de la empresa de 9.5%, el cual es la tasa libre de riesgo es Propio.
- ✓ TA= Tasa Activa o de Rentabilidad de 11,20% según fuentes del Banco Central del Ecuador.
- ✓ CPPK= Costo de capital propio

### CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO

#### **DATOS :**

<b>Inversiones</b>	C. Propio	Tasa pasiva	
	C. Financiado	Tasa activa	
<b>Riesgo País</b>	Rp.	Amortigua el efecto de la inflación	
<b>Propio</b>	\$ 52.454,66	Tasa pasiva	9,5%
<b>Financiado</b>	\$ 20.000,00	Tasa activa	11,20%
<b>Total Inversión</b>	\$ 72.454,66		

<i>Descripción</i>	<i>Valor</i>	<i>%</i>	<i>Tasa de Ponderación</i>	<i>Valor Ponderado</i>
<b>Capital Propio</b>	52.454,66	0,72	0,095	0,07
<b>Capital Financiado</b>	20.000,00	0,28	0,112	0,03
<b>Total:</b>	\$ 72.454,66	100	0,21	0,10
<b>CPPK</b>	Costo Promedio ponderado del Capital o tasa de redescuento			<b>10%</b>

<b>Costo de capital</b>	10%
<b>Riesgo País</b>	4,1%
<b>Fórmula:</b>	
<b>I</b>	14,10%
<b>Trd= (1+ck)(1+rp)-1</b>	
Trd=	0,15
<b>Trd=</b>	<b>0,15</b>
<b>Trd=</b>	<b>15%</b>

Elaborado por: La Autora

**La tasa de redescuento para el presente proyecto es 15%**

**TRM= 15%**

### **5.3.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

“El valor actual neto corresponde a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos.

Al Valor Presente Neto de un proyecto de inversión es el valor medido en dinero de hoy. Igualmente indica la mayor riqueza de hoy que obtendría el inversionista si decide ejecutar este proyecto.

El valor presente neto se calcula con la siguiente fórmula:

$$VPN = -II + \sum \frac{FNC_n}{(1+i)^n}$$

En donde:

FNCn = Flujo neto de caja en el período n

II = Inversión Inicial

i = Tasa de descuento

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

**VAN = 0** El proyecto es indiferente preste que solo se recuperará la inversión inicial y no se obtiene rentabilidad

**VAN > 0** El proyecto se debe aceptar

**VAN < 0** El proyecto se rechaza ya que las otras alternativas de inversión arrojan mayor beneficio

TMAR	<b>15%</b>
------	------------

### VALOR ACTUAL NETO ( VAN )

AÑO	FLUJOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN
<b>0</b>	<b>72454,66</b>		
<b>2014</b>	<b>52.926,11</b>	<b>1,15</b>	46.219,64
<b>2015</b>	<b>13.870,62</b>	<b>1,31</b>	10.578,13
<b>2016</b>	<b>14.431,13</b>	<b>1,50</b>	9.611,03
<b>2017</b>	<b>15.011,80</b>	<b>1,72</b>	8.730,90
<b>2018</b>	<b>15.645,89</b>	<b>1,97</b>	7.946,63

<b>VAN =</b>	<b>\$ 10.631,68</b>	<b>VALOR ACTUAL NETO POSITIVO.</b>
--------------	---------------------	------------------------------------

El factor para obtener el valor actual neto se utilizó la tasa de descuento del 15% el cual se les aplica en los flujos netos en cada año.

$$VAN = -72.454,66 + \frac{52.926,11}{(1 + 0,15)^1} + \frac{13.870,62}{(1 + 0,15)^2} + \frac{14.431,13}{(1 + 0,15)^3} + \frac{15.011,80}{(1 + 0,15)^4} + \frac{15.645,89}{(1 + 0,15)^5}$$

$$VAN = -72.454,66 + \frac{52.926,11}{1,15} + \frac{13.870,62}{1,31} + \frac{14.431,13}{1,50} + \frac{15.011,80}{1,72} + \frac{15.645,89}{1,97}$$

$$VAN = -72.454,66 + 46.219,64 + 10.578,13 + 9.611,03 + 8.730,90 + 7.946,63$$

$$VAN = \$ 10.631,68$$

El resultado de la aplicación del cálculo del Valor Presente Neto (VAN), en este proyecto es positivo (USD\$ 10.631,68), pues su poder adquisitivo tiene rendimientos aceptables, por lo tanto es una buena opción para viabilizar el proyecto, lo que permite avizorar que es pertinente la inversión en el horizonte del mismo, esto significa que al implantar este proyecto se logrará tener rentabilidad, que es parte importante en la evaluación financiera.

Con un escenario con financiamiento se logra obtener un VAN mayor que 0; e lo que podemos concluir que la rentabilidad después de recuperar la inversión es de \$ 10.631,68.

### **5.3.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo (principal e interés acumulado) se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuese produciendo”.

$$TIR = TDi + TDs - TDi \frac{VAi}{VAi - VAS}$$

**Dónde:**

**TDi=** Tasa de Descuento inicial

**TDs=** Tasa de Descuento Superior

**VAi=** Valor Actual Inicial

**VAs =** Valor Actual Superior

**CRITERIO TIR**

**TIR = TMAR** Es indiferente al Proyecto

**TIR > TMAR** Es rentable al Proyecto

**TIR < TMAR** No es rentable al Proyecto

**TASA INTERNA DE RETORNO ( TIR )**

PERÍODOS	FLUJOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	15% TRM	FACTOR DE ACTUALIZ.	22,66%
0	72.454,66		72454,66		72454,66
1	52.926,11	1,15	46219,64	1,23	43148,63
2	13.870,62	1,31	10578,13	1,50	9219,13
3	14.431,13	1,50	9611,03	1,85	7819,72
4	15.011,80	1,72	8730,90	2,26	6631,64
5	15.645,89	1,97	7946,63	2,78	5634,89

<b>TIR=</b>	<b>10631,68</b>	RESULTADO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO DESPÚES DE CINCO AÑOS ES (15%) CON LA TASA DE REDESCUENTO. TRM
<b>TIR =</b>	<b>-0,65</b>	RESULTADO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO DESPÚES DE CINCO AÑOS ES (22,66%), SUPERIOR A LA TASA DE REDESCUENTO. TRM

### CON LA TASA TRM

$$VAN = -72.454,66 + \frac{52.926,11}{(1 + 0,15)^1} + \frac{13.870,62}{(1 + 0,15)^2} + \frac{14.431,13}{(1 + 0,15)^3} + \frac{15.011,80}{(1 + 0,15)^4} + \frac{15.645,89}{(1 + 0,15)^5}$$

$$VAN = -72.454,66 + \frac{52.926,11}{1,15} + \frac{13.870,62}{1,31} + \frac{14.431,13}{1,50} + \frac{15.011,80}{1,72} + \frac{15.645,89}{1,97}$$

$$VAN = -72.454,66 + 46.219,64 + 10.578,13 + 9.611,03 + 8.730,90 + 7.946,63$$

$$VAN = \$ 10.631,68$$

### TASA SUPERIOR A TRM 22,66%

$$VAN = -72.454,66 + \frac{52.926,11}{(1 + 0,2266)^1} + \frac{13.870,62}{(1 + 0,2266)^2} + \frac{14.431,13}{(1 + 0,2266)^3} + \frac{15.011,80}{(1 + 0,2266)^4} + \frac{15.645,89}{(1 + 0,2266)^5}$$

$$VAN = -72.454,66 + \frac{52.926,11}{1,23} + \frac{13.870,62}{1,50} + \frac{14.431,13}{1,85} + \frac{15.011,80}{2,26} + \frac{15.645,89}{2,78}$$

$$VAN = -72.454,66 + 43.148,63 + 9.219,13 + 7.819,72 + 6.631,64 + 5.634,89$$

$$VAN = -0,65$$

**TIR = 22,66%**

El porcentaje de la tasa Interna de Retorno (TIR) para que el VAN se haga cero es igual al 22,66%; este resultado es mayor que la TMAR (15%) por lo tanto el porcentaje es rentable.

#### **5.3.4. RELACIÓN COSTO – BENEFICIO**

Es una técnica de evaluación que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto, comparando el valor actualizado de unos y otros.

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que significa que:

RB/C >1 Los ingresos son mayores que los egreso, entonces el proyecto es aconsejable

RB/C = 1 Los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente

RB/C <1 Los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable

#### **RELACIÓN BENEFICIO / COSTO**

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	COMPROBACIÓN
INGRESOS	72.454,66	213.339,52	164.836,32	173.363,72	182.193,99	191.877,46	925.611,00
EGRESOS		130.970,19	143.534,40	151.734,58	160.210,10	169.461,25	755.910,51



### CÁLCULO:

$$B = -\frac{72.454,66}{(1 + 0,15)^0} + \frac{213.339,52}{(1 + 0,15)^1} + \frac{164.836,32}{(1 + 0,15)^2} + \frac{173.363,72}{(1 + 0,15)^3} \\ + \frac{182.193,99}{(1 + 0,15)^4} + \frac{191.877,46}{(1 + 0,15)^5}$$

$$B = 703.349,18$$

$$C = \frac{130.970,19}{(1 + 0,15)^1} + \frac{143.534,40}{(1 + 0,15)^2} + \frac{151.734,58}{(1 + 0,15)^3} + \frac{160.210,10}{(1 + 0,15)^4} \\ + \frac{169.461,25}{(1 + 0,15)^5}$$

$$C = 504.141,02$$

$$\frac{B}{C} = \frac{703.349,18}{504.141,02}$$

$$\frac{B}{C} = \$1,40$$

EL resultado de la función financiera es USD\$ 1,40 esto significa que por cada (\$1,00) dólar invertido o Gasto, se generará USD \$1,40 dólares de Ingresos, es decir el Costo - Beneficio calculado es mayor que USD \$1, por lo que se tendrá un adecuado retorno de la inversión. Por lo tanto se obtiene un beneficio de \$ 0,40 centavos de dólar.

### 5.3.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

El método del punto de equilibrio o punto crítico, consiste en predeterminar un importe en el cual la empresa no sufra perdidas ni obtenga ganancias o

utilidades, es decir el punto donde las ventas totales son igual a los costos y gastos totales.

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula para determinar la cifra que la empresa debe vender para no perder ni ganar en función de los ingresos.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Depreciación Maquinaria y Eq. Elaboración	27,90	27,90	27,90	27,90	27,90
<b>GASTO VENTAS</b>	<b>5.488,65</b>	<b>7.496,84</b>	<b>8.126,59</b>	<b>8.813,62</b>	<b>9.563,31</b>
Sueldo de Ventas	3.816,00	5.756,75	6.316,31	6.930,25	7.603,87
Gasto Publicidad :	1.644,75	1.712,18	1.782,38	1.855,46	1.931,54
<b>GASTO ADMINISTRATIVOS</b>	<b>15390,58</b>	<b>17865,43</b>	<b>19944,88</b>	<b>21954,38</b>	<b>24370,90</b>
<b>SUELDOS</b>	<b>8.640,00</b>	<b>10.991,23</b>	<b>12.941,99</b>	<b>14.817,53</b>	<b>17.094,58</b>
Gerente	4.800,00	7.151,23	7.151,23	7.846,33	9.445,78
Contador General	3.840,00	3.840,00	5.790,76	6.971,20	7.648,80
<b>SUMINISTROS Y ÚTILES DE OFICINA:</b>	<b>1.689,12</b>	<b>1.758,37</b>	<b>1.830,47</b>	<b>1.905,52</b>	<b>1.983,64</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>1.326,00</b>	<b>1.380,37</b>	<b>1.436,96</b>	<b>1.495,88</b>	<b>1.557,21</b>
<b>DEPRECIACIÓN:</b>	<b>3.543,46</b>	<b>3.543,46</b>	<b>3.543,46</b>	<b>3.543,46</b>	<b>3.543,46</b>
EDIFICIO	53,70	53,70	53,70	53,70	53,70
MUEBLES Y ENSERES	27,90	27,90	27,90	27,90	27,90
EQUIPOS DE OFICINA	130,93	130,93	130,93	130,93	130,93
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	130,93	130,93	130,93	130,93	130,93
VEHICULO	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00
<b>AMORTIZACIÓN:</b>	<b>192,00</b>	<b>192,00</b>	<b>192,00</b>	<b>192,00</b>	<b>192,00</b>
<b>Gastos de Constitución:</b>	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
<b>TOTAL DE COSTOS FIJOS</b>	<b>20.907,13</b>	<b>25.390,17</b>	<b>28.099,38</b>	<b>30.795,90</b>	<b>33.962,11</b>

Elaborado por: La Autora

<b>COSTOS VARIABLES</b>					
MATERIA PRIMA	47849,53	49811,36	51853,62	53979,62	56192,79
MANO DE OBRA	7632,00	11513,51	12632,62	13860,51	15207,75
RESÚMEN MATERIA PRIMA INDIRECTA	47.849,53	49.811,36	51.853,62	53.979,62	56.192,79
OTROS M.P.I	6732,00	7008,01	7295,34	7594,45	7905,82
<b>TOTAL DE COSTOS VARIABLES</b>	<b>110063,05</b>	<b>118144,23</b>	<b>123635,20</b>	<b>129414,20</b>	<b>135499,14</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>130.970,19</b>	<b>143.534,40</b>	<b>151.734,58</b>	<b>160.210,10</b>	<b>169.461,25</b>

Elaborado por: La Autora

<b>TOTAL DE COSTOS</b>	130.970,19	143.534,40	151.734,58	160.210,10	169.461,25
<b>INGRESOS VENTAS</b>	213339,52	164836,32	173363,72	182193,99	191877,46
UNIDADES	85500	66792	73471	80818	88900
PRECIO DE VENTAS	2,50	2,47	2,36	2,25	2,16
<b>UTILIDAD</b>	<b>82369,33</b>	<b>21301,92</b>	<b>21629,14</b>	<b>21983,89</b>	<b>22416,21</b>
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	2,27	2,24	2,15	2,05	1,96
MCU					
<b>Punto de Equilibrio en valor Monetario</b>	43188,14	89634,50	97960,14	106306,37	115586,34
<b>Punto de Equilibrio unidades</b>	17308	36320	41515	47156	53553

Elaborado por: La Autora

**SU FORMULA ES:**

**PUNTO DE EQUILIBRIO EN VALOR MONETARIO**

$$YPE = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS}}$$

$$YPE = \frac{20.907,13}{1 - \frac{110.063,05}{213.339,52}}$$

$$YPE = \frac{20.907,13}{1 - 0,52}$$

$$YPE = \frac{20.907,13}{0,48}$$

$$YPE = \$ 43.556,52$$

## PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$PEu = \frac{PE}{PVu}$$

$$PEu = \frac{43.556,52}{2,50}$$

**PEu = 17423** Unidades el primer año

El punto de equilibrio del proyecto da a conocer que la empresa tiene por lo menos vender 17423 unidades de alimentos tradicionales a un precio de ventas de 2,50 con el fin de recuperar los costos.

Los ingresos son de \$43.556,52 lo que hace que la inversión sea rentable; es decir representa que las ventas deben ser mayores para determinar que un proyecto sea factible.

### 5.3.6. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El plazo de recuperación de una inversión o período de repago, señala el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial, sobre la base del flujo de fondos que genere en cada período durante la vida útil del proyecto.

#### PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

AÑOS	FLUJOS DECAJA PROYECTADOS	SALDO ACUMULADO
0	72.454,66	
1	\$ 52.926,11	\$ 52.926,11
2	\$ 13.870,62	\$ 66.796,72
3	\$ 14.431,13	\$ 81.227,85
4	\$ 15.011,80	\$ 96.239,65
5	\$ 15.645,89	\$ 111.885,54

PRI =	66.796,72	.....	2
	72.454,66		X
	81.227,85	.....	3

PRI =	66.796,72	.....	2
	5.657,93		X
	72.454,66	.....	?

PRI =	66.796,72	.....	2
	14.431,13		X
	81.227,85	.....	3

AÑOS			
PRI =	14.431,13	_____	1
	5.657,93		x

PRI =	<b>0,39</b>	<b>2,39 AÑOS</b>
-------	-------------	------------------

MES			
PRI =	100	_____	12
	39		X
PRI =	<b>4,68</b>	<b>4,68 MESES</b>	

DIAS			
PRI =	100	_____	30
	68		X

PRI =	<b>20</b>	<b>29 DIAS</b>
-------	-----------	----------------

**RESUMEN**

<b>AÑOS</b>	<b>2, 39 AÑOS</b>
<b>MES</b>	<b>4,68 MESES</b>
<b>DIAS</b>	<b>20 DIAS</b>

**Recuperación invertido**                      **2 años, 4 meses y 20días**

Elaborado por: La Autora

El comportamiento de los flujos de caja del proyecto refleja, que se recuperará la inversión en 2 años, 4 meses, 20 días por los que se considera que es un tiempo prudente, ya que se ha previsto recuperar la inversión en máximo cinco años. El resultado del tiempo en este caso es menor a cinco años.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

#### 6.1. CONSTITUCIÓN JURÍDICA

La Empresa “Lo Tradicional de Alejita”, se constituirá como una compañía de Responsabilidad Limitada para lo cual se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

Primero se debe ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina de la Superintendencia de Compañías, de conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales que constatare que la Superintendencia de Compañías.

**Solicitud de aprobación.-** La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.

**Números mínimo y máximo de socios.-** La compañía se constituirá con tres socios, como mínimo, y con un máximo de quince, si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Para cumplir con el requisito de número de socios, que aportarán el capital necesario tres personas, entre los cuales son Lucio Orbes con el 50%, y 50% Patricio Ipiales.

**Capital mínimo.-** El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en

numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía.

### **Requisitos inscripción en el Registro Mercantil.**

1. Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
2. Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones.
3. Certificado de afiliación a una de las Cámaras de la Producción del Cantón en donde se encuentra el domicilio de la compañía, según su objeto social.
4. Publicación del extracto (periódico).
5. Razones Notariales que indiquen que los Notarios han tomado nota de las resoluciones aprobatorias al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
6. Copias de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación del (los) compareciente (s)

### **Para su funcionamiento.**

- Registro Único de Contribuyentes.
- Patente Municipal como compañía.
  1. Formulario de declaración del impuesto de patentes, original y copia;
  2. Escritura de constitución de la compañía original y copia;
  3. Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías;
  4. Copias de la cédula de ciudadanía



### **6.1.1. BASE LEGAL**

#### **LEY DE COMPAÑÍAS**

##### **DISPOSICIONES GENERALES**

**Art. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada. Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente. En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

##### **FORMA DEL CONTRATO**

**Art. 136.-** La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la

inscripción de ella en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5 y 6 del Art. 137 de esta Ley y, además, la indicación del valor pagado del capital suscrito, la forma en que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía. De la resolución del Superintendente de Compañías que niegue la aprobación, se podrá recurrir ante el respectiva Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

**Art. 137.-** La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado.

#### **En la escritura se expresar**

- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio.
- La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
- El objeto social, debidamente concretado;
- La duración de la compañía.
- El domicilio de la compañía;
- El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;

- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirarla; 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.

### **REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES**

Tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria

Están obligados a inscribirse las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

El plazo para inscribirse es de treinta días contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas:

#### **Requisitos.**

- ✓ Cédula de Identidad;
- ✓ Recibo de agua, luz o teléfono;
- ✓ Firmar el formulario que emite el SRI.

### **PATENTES MUNICIPALES**

El impuesto de patentes municipales es obligación de declarar todas las personas naturales y/o jurídicas que ejerza una actividad comercial.

#### **Requisitos.**

Se obtiene a partir del 2 de enero de cada año en la administración Zonal respectiva:

- ✓ Patente personas naturales
- ✓ Patente jurídica nueva (empresa en constitución)

## **PATENTE PERSONAS NATURALES**

- ✓ En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez:
- ✓ Presentar formulario de la declaración del RUC (001) original y copia, Ministerio de Finanzas, y Formulario de inscripción que se adquiere en Recaudaciones.
- ✓ Presentar la planilla de mejoras emitidas por el departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales que requiera el permiso de funcionamiento.
- ✓ Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
- ✓ Copia de carta de pago de impuesto predial.

## **PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO**

Sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario.

Requisitos.

- ✓ Presentar en la Administración Zonal respectiva lo siguiente:
- ✓ Certificado de uso de suelo (para locales nuevos no es necesario)
- ✓ Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- ✓ Comprobante de pago de patente del año.
- ✓ Permiso sanitario de funcionamiento del año original.
- ✓ Certificado (s) de salud.
- ✓ Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario.
- ✓ Presentar documentación original y copias

- ✓ Tiempo que demora el Trámite.

Todo documento deberá ser original o copia certificada

### **PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS**

Con el pago de una parte de la patente (10%) se cubre el servicio que da el cuerpo de bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante el cual recomiendan la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que debe tener para evitar los mismos.

El cumplimiento de estas recomendaciones le da derecho al dueño del negocio a reclamar el seguro contra incendio, que es cancelado con todos los pagos de las planillas de energía eléctrica, en caso de que ocurra el flagelo.

#### **Requisitos.**

Comprar un formulario (USD. 1.00) llenarlo y entregar a los bomberos; y, conducir a los inspectores al local comercial para la verificación o inspección.

### **REGISTRO SANITARIO.**

Es obligatorio obtener el Registro Sanitario cuando se elaboran productos alimenticios procesados. Es decir, hay una gran diferencia con el Permiso Sanitario, que sirve para el funcionamiento del local que expende alimentos.

### **LICENCIA SANITARIA PARA PRODUCTOS ARTESANALES**

Para los artesanos y empresarios de la microempresa hay un tratamiento especial mediante el cual no requieren de Registro Sanitario, sino de Licencia Sanitaria extendida por la Dirección Provincial de Salud de la respectiva provincia donde se elabore o expendan el producto. La Dirección Provincial exigirá exclusivamente el cumplimiento de las normas de buenas prácticas de manufactura.

## Razón Social, Logotipo, Slogan

La empresa se denominará “LO TRADICIONAL DE ALEJITA”

Se consideró el nombre de “Lo Tradicional de Alejita” para que refleje lo que va ser la empresa lo Tradicional que brinde los deliciosos alimentos provenientes de insumos tradicionales.



**El buen gusto por nuestros alimentos  
Tradicionales hace la diferencia**

Elaborado por: La Autora

## 6.2. FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

### 6.2.1. MISIÓN

“Nuestra misión es elaborar y comercializar un exquisito y apetitivo alimento de calidad y eficiente, con el fin de beneficiar a cada consumidor con un alto valor nutritivo, proteínico, que se ofrecer en cada uno de nuestros alimentos, siempre innovando con un alto compromiso permanente de mejora”.

### **6.2.2. VISIÓN**

“Ser líderes en el país ecuatoriano por ofrecer alimentos de excelente calidad y saludables, con una excelencia atención al cliente, distribución y precios competitivos con el propósito de orientar a cubrir las necesidades del consumidor y ser capaz de elevar la calidad empresarial al máximo”.

### **6.2.3. VALORES**

Los valores de la empresa que harán parte de la integración de una organización, serán formalizados constantes el cual son los siguientes:

#### **Individuales**

- Profesionalismo
- Ética
- Lealtad
- Innovación
- Emprendimiento
- Honestidad personal

#### **Organizacionales**

- Compromiso social en la empresa
- Calidad
- Trabajo en equipo
- Mejoramiento continuo
- Cultura emprendedora
- Liderazgo

#### **6.2.4. OBJETIVOS**

##### **GENERAL**

- Consolidar posicionamiento en el mercado local.
- Fomentar la innovación
- Capacitar continuamente al equipo técnico de nuestra empresa con la finalidad de aumentar la productividad y reducir costos

##### **ESPECÍFICOS**

- Incrementar la participación del mercado en 7% anual.
- Elaborar los alimentos a base de insumos tradicionales de calidad, utilizando la materia prima natural con el fin de obtener un alimento nutritivo y proteínico para la salud.
- Encontrar proveedores confiables para mantener convenios de materia prima durante el tiempo de funcionamiento de la empresa.

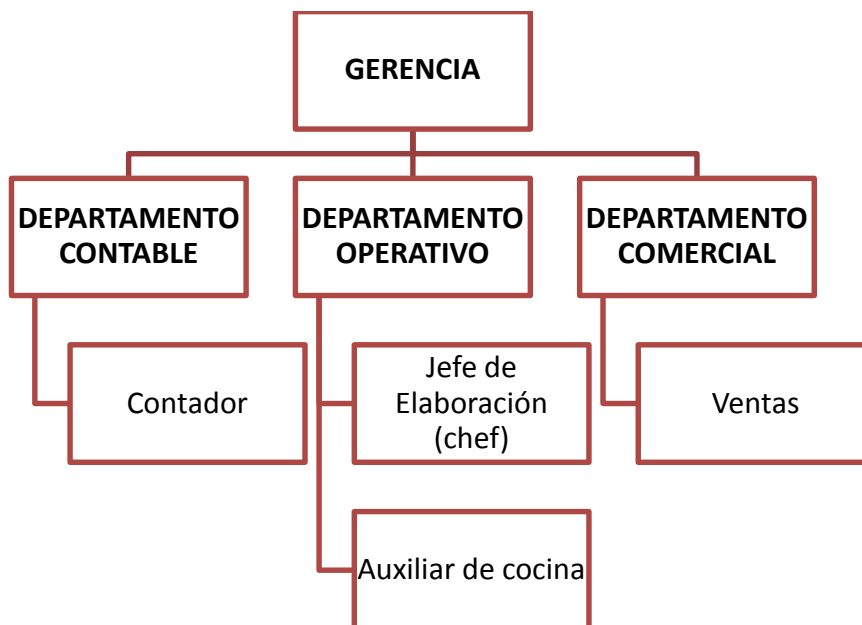
#### **6.2.5. POLÍTICAS**

- Trabajar con ética profesional
- Calidad de los alimentos
- Motivación a los empleados
- Capacitación constante



### 6.3. ESTRUCTURA ORGÁNICA

Gráfico 37.- ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



ELABORADO POR: Autora

### 6.4. ESTRUCTURA FUNCIONAL

#### GERENTE GENERAL

Es la persona que se hará cargo de la administración, control y desarrollo de las diferentes áreas de la Empresa.

#### Las Funciones que debe cumplir:

- ✓ Organizar, programar, coordinar y controlar las diferentes actividades
- ✓ Disponer la adquisición y aplicación de los recursos oportunamente, en armonía con los presupuestos y programación de obra.
- ✓ Supervisar las operaciones de cada uno de los funcionarios.
- ✓ Coordinar que todos los empleados trabajen en equipo.
- ✓ Puntualizar las metas y objetivos fijados a corto, mediano y largo plazo de la empresa.

- ✓ Determinar y planificar la proyección de la empresa en el mercado meta.
- ✓ Realizar rutas óptimas para la distribución de nuestros alimentos.

## **CONTADOR**

### **Las Funciones que debe cumplir:**

- ✓ Elaboración de los Informes y Estados financieros
- ✓ Llevar la contabilidad de la empresa aplicando las NIIFS.
- ✓ Preparar rol de pagos y formularios de declaración del impuesto a la renta del personal, así como planillas para el pago de obligaciones sociales y personales al IESS, entre otras
- ✓ Tener al día sus ingresos y gastos y los impuestos de ley.

## **JEFE DE ELABORACIÓN (CHEF)**

Es el chef profesional que se relacione con el proceso de elaboración de los diferentes alimentos elaborados a base de insumos tradicionales.

### **Las funciones que debe cumplir:**

- ✓ Es el cocinero y director de cocina Chef profesional.
- ✓ Seleccionar la materia prima de cada alimento (harina de maíz, harina de trigo, choclos, el morocho, el arroz de cebada, mantequilla, huevos, entre otros)
- ✓ Llevar un control de los insumos que se gastan y de lo q se elabora de alimentos.
- ✓ Cuidar el proceso de elaboración de los alimentos.
- ✓ Control de la calidad de los alimentos.
- ✓ Capacitación del asistente en cocina
- ✓ Manejo de las maquinarias e implementos de elaboración de los alimentos asignado.
- ✓ Informe sobre algún desperfecto de los equipos de cocina.

## **Asistente de cocina**

### **Las funciones que deben cumplir:**

- ✓ Para la preparación de los diferentes alimentos el Asistente de cocina deberá tener conocimientos de cocina y contará con el apoyo de recetarios e instrucciones de elaboración.
- ✓ Control de mantenimiento del equipo e utensilios.
- ✓ Para el empaclado y etiquetado de los alimentos en los diferentes empaques y posteriormente etiquetarlos y almacenarlos.

## **Personal de Ventas**

- ✓ Realizar las órdenes de pedido hecho por los consumidores y proveedores.
- ✓ Mantener un informe de ventas.
- ✓ Saludar al cliente de acuerdo a las normas establecidas.
- ✓ Brindar plena satisfacción en el servicio y atención a los clientes, logrando en ellos lealtad y preferencia.
- ✓ Recomendar y/o sugerir al cliente la compra de los alimentos.
- ✓ Actuar con iniciativa ante exigencias o detalles de nuestros clientes, logrando su satisfacción.
- ✓ Mantener el acomodo y adecuada presentación visual del producto en los, percheros, estantes, etc., donde se va a exhibir el alimento.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

Con la finalidad de efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo Se ha utilizado una matriz de valoración, como se muestra a continuación: Se determina mediante la actividad comercial que realiza la empresa se procederá a calificar ciertos parámetros que permita conocer los impactos generados por la empresa “Lo Tradicional de Alejita”.

Para cada ámbito se tomará en cuenta cómo influye en la vida diaria de cada uno de los consumidores del alimento, así como también la calidad de los productores principales de la materia prima para la empresa.

Las áreas o ámbitos donde se realizará el análisis de impactos, para el caso se han determinado las áreas:

- Social
- Económica
- Ambiental
- Tecnológica
- Científica
- Empresarial

Se aplicará una matriz diagnóstica que permita medir el nivel de impacto de cada indicador.

**Tabla 61.- VALORACIÓN DE IMPACTOS**

<b>POSITIVO</b>	<b>NIVEL</b>
1	BAJO
2	MEDIO
3	ALTO
<b>NEGATIVO</b>	<b>NIVEL</b>
-1	BAJO
-2	MEDIO
-3	ALTO

FUENTE: INVESTIGACIÓN  
ELABORADO: Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

## 7.1. IMPACTO SOCIAL

**Tabla 62.- IMPACTO SOCIAL**

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fuentes de Trabajo							X	3
Mejorar la Cultura Alimenticia de los Consumidores							X	3
Aportación de la Inversión en empresa						X		2
<b>TOTAL</b>								<b>8</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN  
ELABORADO: Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO SOCIAL} = \frac{8}{3} = 2,67$$

### **Fuentes de Trabajo**

El beneficio Social que determina en la elaboración del proyecto es la generación de fuentes de trabajo a familias de la provincia y en general a jóvenes con espíritu de sobre salir adelante obteniendo un buen empleo, por lo tanto se pretende disminuir los índices de delincuencia, migración, y entre otros problemas sociales.

### **Mejorar la Cultura Alimenticia de los Consumidores**

El presente tiene por objetivo rescatar la buena cultura alimenticia y contribuir a mejorar la calidad de vida de los consumidores el cual se pretende dar a conocer alimentos nutritivos, saludables, proteínicos para la buena salud.

### **ANÁLISIS:**

El impacto social se encuentra en nivel medio positivo, tendiente al alto positivo, esto permitirá sensibilizar a la población de Ibarra a la generación de nuevas fuentes de trabajo mediante la creación de la empresa que

brinda alimentos nutritivos y proteínicos beneficiando una satisfacción de las necesidades de toda la sociedad.

## 7.2. IMPACTO ECONÓMICO

**Tabla 63.- IMPACTO ECONÓMICO**

<b>FACTOR</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Rentabilidad							X	3
Costos de Elaboración						X		2
Conocimiento del producto							X	3
<b>TOTAL</b>								<b>8</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN

ELABORADO: Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO} = \frac{8}{3} = 2,67$$

### ANÁLISIS

El impacto económico se encuentra en nivel medio positivo, tendiente al alto positivo, es un negocio rentable a un corto plazo no muy difícil de emprenderlo; el estudio de mercado de muestra que existe una demanda insatisfecha por lo que el producto tendrá una aceptación favorable y convirtiéndose en un proyecto rentable.

### 7.3. IMPACTO AMBIENTAL

Tabla 64.- IMPACTO AMBIENTAL

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Protección del medio ambiente (aire)							X	2
Desechos solidos					X			1
Protección del agua							X	3
<b>TOTAL</b>								<b>6</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN

ELABORADO: Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL} = \frac{6}{3} = 2$$

#### MEDIDAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL

- Uniforme – Mandil
- Guantes
- Gorras
- Extintores de Incendios
- Señalizaciones de Información.

Los impactos generados por el establecimiento, son significativos lo cual es una medida de seguridad que debe acoger la empresa de acuerdo a la Ordenanza de Gestión Ambiental.

#### ANÁLISIS:

El Impacto ambiental tiene un impacto medio positivo, tendiente a alto positivo, la contaminación del aire en la empresa obtendrá medidas de prevención utilizando focos ahorradores, Los materiales que se utilizarán para la elaboración de nuestros productos son biodegradables, siendo desechos perecibles en su mayoría están compuestos por materia orgánica los cuales son fácilmente reciclables, y su descomposición se utiliza como abono orgánico aportando a la agricultura casera en la disminución de fertilizantes químicos.

## 7.4. IMPACTO CULTURAL

Tabla 65.- IMPACTO CULTURAL

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Hábitos de Consumo							X	3
Generación de empresas productivas.						X		2
Bienestar comunitario.							X	3
<b>TOTAL</b>								<b>8</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN

ELABORADO: Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO CULTURAL} = \frac{8}{3} = 2,67$$

### ANÁLISIS:

El impacto cultural se encuentra en el nivel medio positivo, tendiente a alto positivo, los hábitos de consumo, la generación de empresas productivas y el bienestar comunitario. Este proyecto prevé a corto y mediano plazo, el cambio de hábitos en el consumo de alimentos elaborados a base de insumos naturales como son los quimbolitos, humitas, morocho con leche, tortillas de tiesto, arroz de cebada de leche, beneficiados a los consumidores de la ciudad de Ibarra con la reducción de problemas de enfermedades causadas por la mala alimentación de comidas chatarras.

Además de generación de este proyecto de ser factible permitirá generar una empresa productiva alternativa en donde se beneficiaran los gastronómicos que elaboran alimentos naturales de la cultura.



## 7.5. IMPACTO TECNOLÓGICO

Tabla 66.- IMPACTO TECNOLÓGICO

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Capacitación						X		2
Atención al cliente						X		2
Implementación de Maq.							X	3
<b>TOTAL</b>								<b>7</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN

ELABORADO: Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO TECNOLÓGICO} = \frac{7}{3} = 2,33$$

### ANÁLISIS:

El impacto tecnológico se encuentra en el nivel medio positivo, tendiente a alto positivo, la capacitación, las experiencias de los miembros de la empresa y cuenta con una tecnología de calidad para la elaboración de los diferentes alimentos. Por lo que se contribuirá el mejoramiento de la innovación de los alimentos de calidad utilizando materia prima natural y proteínico; como también la implementación de estrategias de ventas.

## 7.6. IMPACTO EMPRESARIAL

Tabla 67.- IMPACTO EMPRESARIAL

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Estrategias de mercado							X	3
Manejo de recursos y control de costos							X	3
Informes contables							X	3
<b>TOTAL</b>								<b>9</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN

ELABORADO: Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO EMPRESARIAL} = \frac{9}{3} = 3$$

### ANÁLISIS:

El impacto empresarial está en el nivel alto positivo, es decir que la empresa que elabora los alimentos tendrá un posicionamiento en el mercado el cual se logrará un servicio de calidad ofreciendo un valor agregado en la elaboración de los alimentos para poder vender ante la competencia que existe y brindar un producto que satisfaga las necesidades de los consumidores como para sí misma empresa “Lo Tradicional de Alejita”.

## 7.7. IMPACTO GLOBAL

Tabla 68.-IMPACTO GLOBAL

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO SOCIAL						X		2,67
IMPACTO ECONÓMICO						X		2,67
IMPACTO AMBIENTAL						X		2,00
IMPACTO CULTURAL						X		2,67
IMPACTO TECNOLÓGICO						X		2,33
IMPACTO EMPRESARIAL							X	3,00
<b>TOTAL</b>								<b>15,34</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN

ELABORADO: Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO GLOBAL} = \frac{15,34}{6} = 2,56$$

### ANÁLISIS:

La sumatoria total del impacto global nos da 15,34, esto significa que el proyecto de “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Elaboración y Comercializadora de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura” es ejecutable, en vista que no genera impactos negativos.

## CONCLUSIONES

- ✓ En la ciudad de Ibarra existe una gran demanda insatisfecha de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales determinado en el estudio de mercado, debido a los pequeños negocios como ofertante principal de quimbolitos entre otros. El cual la mayoría de ciudadanos como jóvenes y adultos tienen gran interés en adquirir el alimento ya que es un alimento natural que beneficia para su salud.
- ✓ Para la implementación de la empresa elaboradora de alimentos a base de insumos tradicionales como el Quimbolito, humita, tamal, morocho con leche, tortillas de tiesto, arroz de cebada con leche, no demanda de mucha tecnología ni mano de obra altamente calificada, por lo tanto al crear la empresa en la ciudad se beneficiara con nuevas fuentes de trabajo, ayudando a disminuir el alto índice de desempleo, delincuencia, migración en el país.
- ✓ El proyecto se puede concluir que es factible, por tener un VAN \$ 10.631,68 positivo, el TIR se ubica en el 22,66% siendo mayor que la TRM que es de 15%, lo que garantiza generar rentabilidad con una recuperación de 2 años 9 meses y 29 días y la relación costo beneficio de 1,40 que justifica la inversión.
- ✓ Para el financiamiento del proyecto se realizará a través del Banco Produbanco con una tasa del 11,20% anual, institución financiera que apoya al sector productivo PYMES. El cual favorece a este proyecto por las tasas razonables de acuerdo lo estipulado el Banco Central del Ecuador
- ✓ El impacto ambiental de este proyecto es positivo lo que influye en la aceptación de la creación de la empresa en la ciudad ya que se utiliza medidas de prevención en la disminución de fertilizantes

químicos y aprovechamiento de desechos perecibles de materia orgánica son fáciles reciclables.

- ✓ Realizado el estudio de factibilidad se puede concluir que es viable la creación de la Empresa “Lo Tradicional de Alejita” en la ciudad de Ibarra, en vista de que en la actualidad existen negocios pequeños que produce estos alimentos pero no abastece la demanda de la variación de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales.

## RECOMENDACIONES.

- ✓ Este estudio de Factibilidad tiene a fin de cubrir las necesidades insatisfechas es preciso ejecutar el proyectos para tener una acogida a los segmentos de diferentes mercados donde la competencia existente no llega, cumpliendo las respectivas normas legales para su constitución de empresa.
- ✓ Es importante aprovechar los recursos naturales del sector como también del talento humano que favorece en la elaboración de los alimentos hechos a base de insumos tradicionales como son: Los quimbolitos. Humitas, tamales, morocho con leche, tortillas de tiesto y el arroz de cebada el cual gravan primordialmente el nivel de calidad del alimento.
- ✓ De acuerdo a los resultados financieros obtenidos este proyecto genera rentabilidad, con el fin de extender las utilidades es preciso determinar el precio de venta del alimento en función de un margen de ganancias al que se le resta el margen de utilidad de la competencia con el fin de que el precio sea competitivo y aceptado en el mercado
- ✓ Para la creación de la Empresa debe aprovechar del financiamiento a través de las institución Bancaria ya que brindan Microcréditos para los sectores productivos Pymes el cual beneficia a productores en sobre salir generando fuentes de empleo con el fin de progresar ante la sociedad.
- ✓ Es primordial elaborar productos que cumplan con las normas de higiene el cual se brindará un buen alimento nutritivo y buen servicio de calidad el que permite crear una cultura y rescatar las costumbres de una buena cultura alimenticia.

- ✓ Para lograr impactos positivos es necesario que en la empresa deberá constituirse en un referente en la conservación y respeto del medio ambiente, también exista el compromiso de sus propietarios, personal administrativo y operativo en donde existan convenios de cumplimiento y ejecución en forma conjunta y continua. Como
- ✓ Se recomienda que se implemente la empresa de la elaboración de alimentos a base de insumos tradicionales porque es enriquecedor ya por su rentabilidad como también por su valor agregado al producir y ubicar en el mercado un alimento saludable, nutritivo.

## BIBLIOGRAFÍA

- ZAPATA, Sánchez Pedro, Año 2011, Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.
- BRAVO Valdivieso, Mercedes, (2011), "Contabilidad General", Novena Edición, Editorial Nuevo día, Quito-Ecuador
- BRAVO VALDIVIESO, Mercedes. (2009), "Contabilidad de Costos" (Segunda Edición), Editorial Nuevo Día, Quito, Ecuador.
- NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) *Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión*, Primera Edición, Editorial Trillas. México
- BACA URBINA, Gabriel; (2010), "Evaluación de Proyectos", Sexta Edición, Editorial Mac Graw Hill Interamericana S.A, México.
- Chilingua Jaramillo Manuel Patricio, (2007), Contabilidad de Costos, Primera edición, Editorial, Ibarra Ecuador.
- LEIVA ZEA, Francisco (2009); *Nociones de Metodología de Investigación Científica*, Quinta Edición: Editorial Marca Gráfica.
- Fierro Martínez, Ángel María, (2011) *Contabilidad General*.
- Hongren Charles. T , (2012) ,*Contabilidad de Costos*
- Flores Uribe, Juan Antonio, (2010), *Proyectos de Inversión para las PYMES*.
- Daft, Richar I., (2010) *Introducción a la Administración*.
- Jhonny de Jesús Meza Orosco, (2010), *Evaluación financiera de Proyectos*.
- González Arguinzones, Ubaldo, (2009), *El Maíz y los productos de su Industria*.
- Villalva, A. Carlos (2009), *Metodología de la investigación científica*; Quinta Edición; Sur Editores
- JÁCOME, Walter (2009); *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y la Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión*; Primera edición; Editorial Universitaria.



- Carlos Mallo Rodríguez, (2010) *Contabilidad Financiera. Un Enfoque Actual*

## LINCOGRAFÍA

- [http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra\\_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_(Ecuador))
- <http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-organizacion.html>
- <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>
- <http://www.promonegocios.net/producto/ciclo-vida-producto.html>
- <http://es.thefreedictionary.com/precio>
- <http://definicion.de/comercializacion/>
- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Antecedentes-DelMaiz/1918758.html>
- <http://dacsa.com/spa/mundo-maiz/caracteristicas-y-tipos-de-maiz/caracteristicas-generales-del-maiz.html>
- <http://www.monografias.com/trabajos6/trigo/trigo.shtml>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Hordeum\\_vulgare](http://es.wikipedia.org/wiki/Hordeum_vulgare)
- [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/co\\_agricola.php?id=01122.01.02.](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/co_agricola.php?id=01122.01.02)
- <http://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/que-es-la-cebada>
- <http://html.rincondelvago.com/la-cebada.html>
- <http://www.mira.ec/paginas/Gastronomia/Tortiesto.aspx>
- <http://www.latradicion.com.ec/tortillas-de-tiesto.php>
- <http://recetaecuatoriana.com/2009/06/pan-de-leche-o-dulce/>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Arroz\\_con\\_leche](http://es.wikipedia.org/wiki/Arroz_con_leche)
- <http://www.monografias.com/trabajos15/calidad-serv/calidad-serv.shtml>
- [http://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/LEY\\_DE\\_COMPANIAS.pdf](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf)
- [http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com\\_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es](http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Quimbolitos>
- <http://recetaecuatoriana.com/2009/02/quimbolitos/>
- <http://laylita.com/recetas/2012/11/27/morocho/>
- <http://comidasecuatorianas.blogspot.com/2012/08/receta-ecuatoriana-de-morocho-con-leche.html>
- <http://mysexygourmetandsybariteworld.blogspot.com/2012/10/cebada-con-leche.html>

# ANEXOS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE IBARRA, POTENCIALES  
CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ELABORADOS A BASE DE INSUMOS  
TRADICIONALES.**

**Objetivo:** Recopilar suficiente información que permita implementar la creación de una Empresa de elaboración y comercialización de alimentos elaborados a base de Insumos tradicionales en la ciudad de Ibarra, garantizando una alimentación nutritiva y saludable la cual permita mejorar la calidad de vida.

**Instrucción:** Estimado Sr. por favor sírvase contestar las preguntas con la mayor sinceridad del caso.

1.- ¿Consume usted habitualmente alimentos elaborados a base de insumos tradicionales que posean un alto contenido proteínico o vitamínico?

Sí  No

2.- ¿Cuál de estos alimentos elaborados a base de insumos tradicionales usted ha consumido?

Quimbolitos  Humitas  Tamales  Morocho con leche

Tortilla de tiesto  Arroz de Cebada  Otros

Especifique.....

3.- ¿En su opinión cuál es la principal ventaja de consumir productos alimenticios tradicionales?  
(Señale en orden de importancia siendo 1 el más importante)

Salud  Nutrición  Sin preservantes y Colorantes  Otros

Especifique.....

4.- ¿Si usted tuviera la oportunidad degustar algunos de estos alimentos, cuáles escogería?  
(Establezca en orden de importancia, siendo 1 el más importante)

Quimbolitos  Humitas  Tamales  Morocho con leche

Tortilla de tiesto  Arroz de Cebada  Otros

Especifique.....

5.- ¿Con qué frecuencia usted consumiría estos alimentos Saludables?

Diario  Una vez por semana  Quincenalmente  Una vez al mes

Otros  Especifique.....

6.- ¿En qué lugares usted consumiría estos alimentos Saludables?

Restaurantes y Cafeterías  Negocios pequeños  Supermercados  Tiendas

Panaderías  Otros

Especifique.....

7.- ¿Cómo usted prefiere estos productos y alimentos?

Terminados  Semielaborados

8.- ¿Con qué le gustaría acompañar estos alimentos?

Café  Gaseosas  Agua aromática  Jugos naturales   
 Otros

Especifique.....

9.- ¿En qué clase de empaque preferiría usted comprar los alimentos elaborados a base de insumos tradicionales?

Funda plástica  Bandejas desechables  Empaque al vacío   
 Tarrinas  Otros

Especifique.....

10.- ¿En qué horario preferiría usted consumir estos alimentos?

En la mañana  Al mediodía  En la tarde  En la noche  Otros

Especifique.....

11. ¿Cuál es la razón que toma en cuenta el momento de comprar los alimentos?:

- Precio
- Sabor
- Calidad
- Otros

12.- ¿Qué precio pagaría usted por estos alimentos tradicionales?

Quimbolitos		0,30- 0,35	<input type="checkbox"/>	0,36- 0,40	<input type="checkbox"/>	0,41- 0,45	<input type="checkbox"/>
Humitas		0,30- 0,35	<input type="checkbox"/>	0,36- 0,40	<input type="checkbox"/>	0,41- 0,45	<input type="checkbox"/>
Tamales		0,30- 0,35	<input type="checkbox"/>	0,36- 0,40	<input type="checkbox"/>	0,41- 0,45	<input type="checkbox"/>
Morocho	con	0,50- 0,75	<input type="checkbox"/>	1,00- 1,25	<input type="checkbox"/>	1,25- 1,50	<input type="checkbox"/>
Tortillas	de	0,25- 0,50	<input type="checkbox"/>	0,75- 1,00	<input type="checkbox"/>	1,30- 1,50	<input type="checkbox"/>
Tiesto							
Arroz	de	0,50- 0,75	<input type="checkbox"/>	1,00- 1,30	<input type="checkbox"/>	1,50- 1,75	<input type="checkbox"/>
Cebada							

13. ¿Cumplen sus expectativas los alimentos a base de insumos Tradicionales?

- Si
- No

Y porqué?.....

**Datos Informativos:**

**Sexo** M  F

**¡Muchas gracias por su colaboración!**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

#### ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE RESTAURANTES, NEGOCIOS PEQUEÑOS, PANADERÍAS DE LA CIUDAD DE IBARRA.

**Objetivo:** Identificar las principales Empresas de consumo de alimentos elaborados a bases de insumos tradicionales.

**Instrucciones:** Lea determinadamente cada una de las preguntas y marque con un visto en una de las respuestas que usted crea es la correcta.

1. ¿Hace que tiempo está dedicada a esta actividad?
  - a) Entre 1 – 5 años ( )
  - b) Entre 6 – 10 años ( )
  - c) Más de 10 años. ( )
  
2. ¿Qué alimentos a base de insumos tradicionales elabora la empresa?
  - Quimbolitos ( )
  - Humitas ( )
  - Tamales ( )
  - Morocho con leche ( )
  - Tortilla de tiesto ( )
  - Arroz de cebada ( )
  - Otros.
  
3. Los insumos para la producción, de que manera los obtiene?
  - Mediante proveedores ( )
  - Comprando en otras ciudades ( )
  - Importando ( )
  
4. Ha realizado algún préstamo para producir sus alimentos?  
SI ( ) NO ( )

Porqué?.....

5. En que mercados ubica sus productos:

- Restaurantes ( )
- Negocios pequeños ( )
- Panaderías ( )

6. ¿En que medio de comunicación realiza la publicidad de su empresa?

- Cuñas radiales ( )
- Espot televisivos ( )
- Trípticos ( )
- Vallas publicitarias ( )
- Ninguno ( )

7. La venta de sus productos la realiza a través de la distribución de:

- Intermediarios ( )
- Directamente al consumidor ( )
- Local propio ( )

8. Tiene clientes fijos? SI ( ) NO ( ) y quienes son:

Mayoristas ( )

Negociantes ( )

Consumidores finales ( )

Si son negociantes en donde llevan a vender?.....

10. ¿De acuerdo a su conocimiento y experiencia, qué factores afectan a la producción de Alimentos a base de insumos tradicionales?

- Precios de los insumos ( )
- Escases de trabajadores ( )
- Competencia ( )

11. ¿Cuál cree usted que es el principal problema de comercialización de alimentos elaborados a base de insumos tradicionales?.

.....  
.....

**DATOS INFORMATIVOS:**

Tipo de Actividad..... Ubicación.....

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

## LOS ALIMENTOS A BASE DE INSUMOS TRADICIONALES

**QUIMBOLITOS**



**HUMITAS**



**TAMALES**



**MOROCHO CON LECHE**



**TORTILLAS DE TIESTO  
LECHE**



**ARROS DE CEBADA CON**

