



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

TRABAJO DE GRADO

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOCOLATE PARA PERSONAS DIABÉTICAS DE LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”

PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA C.P.A.

AUTORAS: RAMÍREZ TRAVEZ SILVIA CRISTINA

CAMPO VALENCIA JACQUELINE ELIZABETH

ASESORA: ING. SANDRA GUEVARA

Ibarra, Julio, 2016

RESUMEN EJECUTIVO

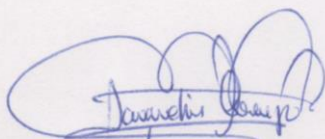
La presente investigación empezó con el diagnóstico situacional realizado dentro del área de investigación, posteriormente se analizó las bases teóricas científicas que sustentó al proyecto, seguidamente el estudio de mercado se lo realizó para determinar la oferta y la demanda de chocolate con edulcorante natural, basados en las encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Otavalo, se determinó la demanda insatisfecha. La macro y micro localización del proyecto, se presenta en el estudio técnico, además de procesos, inversiones en propiedad, planta y equipo y establecer el capital de trabajo necesario para iniciar las actividades productivas. El estudio económico financiero, se estimó el total de la inversión del proyecto, su financiamiento y sus proyecciones para llegar a la evaluación financiera del mismo, por medio del valor actual neto, la tasa interna de retorno, el costo – beneficio; obteniendo estos indicadores, señaló la viabilidad de ejecución del presente estudio. La estructura organizacional, legal de la microempresa, los trámites a seguir para la constitución legal de la misma, indicando un organigrama estructural propuesto y un manual de funciones para cada miembro de la unidad productiva. Se establece al final de un estudio, los posibles impactos que se pueden dar al implantar la microempresa productora y comercializadora de chocolate, para ello se ha estudiado el impacto económico, social, microempresarial y ambiental.

SUMMARY

This research began with the situational diagnosis made in the area of research, then the scientific theoretical basis that supported the project, then the market survey it conducted to determine the supply and demand for chocolate with natural sweetener was analyzed based on the surveys of the population of the city of Otavalo, unmet demand was determined. The macro and micro location of the project is presented in the technical study, as well as processes, investments in property, plant and equipment and establish the necessary working capital to start productive activities. The financial economic study, total project investment, financing, and their projections to reach the financial evaluation of it, through the net present value, internal rate of return, the cost was estimated - benefit; It obtaining these indicators pointed to the feasibility of implementation of this study. The legal microenterprise, organizational structure, the procedures to be followed for the legal incorporation of the same, indicating a proposed organizational structure and operating functions for each member of the production unit. It is set at the end of a study, the potential impacts that may occur when implementing micro producer and marketer of chocolate, for it has been studied the economic, social, microenterprise and environmental impact.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras, **CAMPO VALENCIA JACQUELINE ELIZABETH** con C.I. Nro. 1002554739, y **RAMÍREZ TRAVEZ SILVIA CRISTINA** con C.I. Nro.1003323779, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOCOLATE PARA PERSONAS DIABÉTICAS DE LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las referencias bibliográficas consultadas que se incluye en este documento.



FIRMA

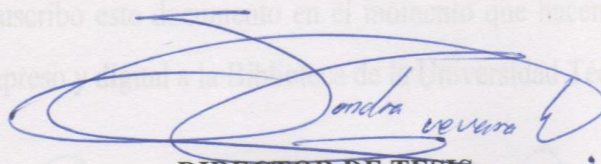


FIRMA

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de director del trabajo de grado presentado por las egresadas señoritas, **CAMPO VALENCIA JACQUELINE ELIZABETH**, y **RAMÍREZ TRAVEZ SILVIA CRISTINA**, para optar por el título de ingenieras en Contabilidad Superior y Auditoría C.P.A, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOCOLATE PARA PERSONAS DIABÉTICAS DE LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”** Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 22 días del mes de julio de 2016.



DIRECTOR DE TESIS

ING. SANDRA GUEVARA

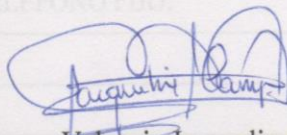


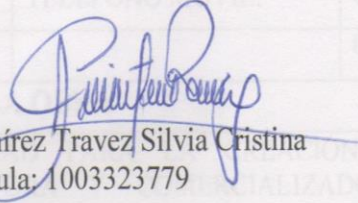
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Nosotras, **CAMPO VALENCIA JACQUELINE ELIZABETH** con cédula de ciudadanía Nro. 1002554739 y **RAMÍREZ TRAVEZ SILVIA CRISTINA**, con cédula de ciudadanía Nro. 1003323779, manifestamos nuestra 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 MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOCOLATE PARA PERSONAS DIABÉTICAS DE LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA C.P.A en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.


 Campo Valencia Jacqueline
 Cédula: 1002554739


 Ramírez Travez Silvia Cristina
 Cédula: 1003323779

Ibarra, a los 22 días del mes de julio de 2016.



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:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002554739 1003323779		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Campo Valencia Jacqueline Ramírez Travez Silvia Cristina		
DIRECCIÓN:	Otavalo Posada de Ubidia y walambari lote 56 Otavalo Barrio Santa Anita; calle Ulpiano Chavez		
EMAIL:	jacquita_2885 hotmail.es sivcristy_2385hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2928159	TELÉFONO MÓVIL:	0997990565
	2924 054		0985719727
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOCOLATE PARA PERSONAS DIABÉTICAS DE LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”		
AUTOR (ES):	Campo Valencia Jacqueline Ramírez Travez Silvia Cristina		
FECHA:	22/07/2016		
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/>	POSGRADO	<input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.		
ASESOR/ DIRECTOR:	ING. SANDRA GUEVARA		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

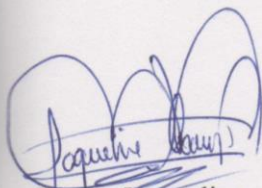
Nosotras, Campo Valencia Jacqueline con cédula de ciudadanía Nro. 1002554739 y Ramírez Travez Silvia Cristina con cédula de ciudadanía Nro. 1003323779, en calidad de autor(es) y titular(es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo.144

3. CONSTANCIAS

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

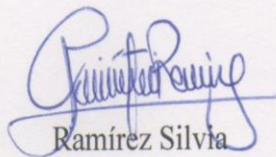
Ibarra, a los 22 días del mes de julio del 2016.

AUTORAS



Campo Jacqueline

1002554739



Ramírez Silvia

1003323779

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a Dios, por regalarnos el don de la vida y salud, quien enmarca a través de su palabra ser personas de valores y buenas costumbres.

A nuestros padres por el esfuerzo, el apoyo y confianza que han depositado en nosotras durante nuestra vida estudiantil

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Técnica del Norte y sus docentes, quienes formaron parte fundamental en nuestro crecimiento profesional compartiendo con nosotras todas sus enseñanzas y brindándonos la oportunidad de ser un ente positivo para la sociedad.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxii
ÍNDICE DE ANEXOS	xxii
INTRODUCCIÓN	xxiii
CAPÍTULO I	25
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	25
Antecedentes	25
Justificación	28
Objetivos.....	29
Objetivo general.....	29
Objetivos específicos	29
Variables Diagnósticas.....	29
Matriz de relación diagnóstica	31
Análisis de variables diagnósticas	32
Política	33
Económica.....	34
Social.....	35
Población diabética	37
Producción de chocolate	37
Determinación de oportunidades, riesgos, aliados y oponentes	40
Aliados	40
Oponentes	41
Oportunidades	41
Riesgos.....	41

Determinación de la oportunidad de inversión	42
CAPÍTULO II	43
MARCO TEÓRICO.....	43
Proyectos.....	43
Importancia de los proyectos	43
La Microempresa	44
Nombre o razón social	44
Estudio de Mercado	45
Oferta	45
Demanda	45
Producto	46
Precio	46
Estudio técnico.....	46
Macro localización.....	47
Micro localización	47
Tamaño	48
Diagrama de flujo del proceso.	48
Estudio Económico	49
Gastos administrativos	49
Gastos de venta	50
Costos financieros.....	50
Estados Financieros	50
El estado de resultados o de pérdidas y ganancias.....	50
Estados de cambios en el capital contable	51
Estado de situación financiera o balance general	51
Estado de flujos de efectivo	52
Indicadores para medir la bondad económica de un proyecto.....	52
Valor presente neto	53
Tasa interna de retorno (TIR)	53
Costo /Beneficio.....	53
Filosofía empresarial.....	54
Misión	54
Visión.....	54
Organización.....	54

¿Qué es la diabetes?	55
Síntomas.....	55
Chocolate	56
Variedades de chocolate	56
Chocolate de cobertura	56
Chocolate Blanco	57
Chocolate Fondant	57
Chocolate con leche	57
Chocolate amargo	57
Chocolate en polvo	57
CAPÍTULO III.....	58
ESTUDIO DE MERCADO	58
Introducción	58
Descripción del producto.	58
Objetivo General.....	59
Objetivos Específicos.....	59
Indicadores de las variables	59
Matriz de relación Diagnóstica de mercado.....	61
Segmento de mercado	62
Población.....	62
Muestra	62
Encuesta dirigida a posibles consumidores.....	64
Oferta	77
Análisis de la Oferta.....	77
Comportamiento histórico de la Oferta.....	77
Proyección de la Oferta.....	79
Demanda	80
Proyección de la Demanda.....	82
Determinación de la Demanda Insatisfecha.....	83
Análisis de precios	83
Estrategia de distribución.....	84
Estrategias de promoción.....	84
CAPÍTULO IV.....	86
ESTUDIO TÉCNICO	86

Introducción	86
Objetivo general del estudio técnico	86
Localización del proyecto	86
Macro localización.....	86
Micro localización	88
Servicios básicos	89
Comercialización	89
Espacios Físicos.....	90
Seguridad.....	90
Aceptación Comunidad.....	90
Ubicación de la microempresa.....	90
Ingeniería del proyecto	91
Análisis de la distribución física	91
Flujo grama de proceso.....	93
Recepción de la materia prima.....	93
Trituración.....	93
Torrefacción.....	94
Molienda	94
Mezclado.....	94
Refinación	95
Conchado	95
Templado	95
Mezcla.....	96
Moldeo y embalaje.....	96
Tamaño del proyecto.....	97
Presupuesto técnico.....	98
Terreno	98
Infraestructura	98
Maquinaria y equipo	98
Muebles y enseres	101
Equipo de computación.....	101
Talento Humano.....	101
Costo de producción	102
Materia prima directa.....	102

Mano de obra directa	103
Costos indirectos de fabricación	103
Gastos Administrativos.....	104
Suministros de oficina.....	105
Servicios Básicos	105
Gastos de venta	106
Capital de trabajo	107
Inversión total del proyecto	107
CAPÍTULO V	108
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	108
Inversión	108
Proyecciones de Ventas, Costos y Gastos.....	108
Proyección de Ventas.....	109
Costo de Producción	109
Materia Prima Directa.....	109
Mano de Obra Directa.....	110
Costos Indirectos de Fabricación.....	110
Costo de producción total	111
Gastos Administrativos.....	112
Sueldos Administrativos	112
Suministros de Oficina y Servicios Básicos Administrativos.....	112
Depreciación	113
Gasto Financiero	114
Estados Financieros Proyectados.....	116
Estado de Situación Financiera.....	116
Proyecciones de Estado de Pérdidas y Ganancias	117
Flujo de Caja Proyectado	118
Evaluación de la Inversión.....	118
Valor Actual Neto	119
Tasa Interna de Retorno. TIR.....	119
Costo/Beneficio.....	120
Periodo de Recuperación	121
Punto de Equilibrio	122
CAPÍTULO VI.....	123

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA MICROEMPRESA	123
Introducción	123
Base legal	123
Denominación de la microempresa.....	125
Logotipo.....	125
Aspectos filosóficos	128
Misión	128
Visión.....	128
Objetivos institucionales.....	128
Valores institucionales	129
Calidad	129
Estructura Organizacional de la microempresa	129
Niveles jerárquicos.....	129
Directivo	129
Auxiliar	130
Operativo.....	130
Manual de descripción de puestos y funciones.....	131
CHOCONATURAL	131
Gerente General	131
Encargado de la dirección, organización, y control de los bienes y recursos que posee la microempresa.....	131
CHOCONATURAL	132
Auxiliar Contable.....	132
Responder por el manejo adecuado de toda la contabilidad, tributación de la microempresa.	132
CAPÍTULO VII	135
IMPACTOS DEL PROYECTO	135
Introducción	135
Impacto Económico	136
Empleo	136
Ingresos	136
Actividad económica	136
Impacto Social	137
Seguridad familiar.....	137

Salud	137
Bienestar	137
Impacto Microempresarial	138
Crecimiento microempresarial	138
Calidad	138
Nuevos productos.....	138
Impacto Ambiental.....	139
Medio ambiente	139
Reciclaje.....	139
Impacto General del proyecto	139
CONCLUSIONES	141
RECOMENDACIONES	142
Bibliografía	143
Linkografía.....	144
Anexos	145

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Matriz de relación diagnóstica	31
Tabla N° 2 Matriz de relación Diagnóstica de mercado	61
Tabla N° 3 Gustos	64
Tabla N° 4 Perjudiciales para la salud	65
Tabla N° 5 Restricción.....	66
Tabla N° 6 Creación de la microempresa	67
Tabla N° 7 Precio.....	68
Tabla N° 8 Factores de consumo	69
Tabla N° 9 Chocolates aptos para todos	70
Tabla N° 10 Presentación	71
Tabla N° 11 Cantidad de adquisición	72
Tabla N° 12 Calidad	73
Tabla N° 13 Medio de comunicación	74
Tabla N° 14 Distribución del producto.....	75
Tabla N° 15 Chocolates para diabéticos	76
Tabla N° 16 Oferta actual Fybeca.....	79
Tabla N° 17 Proyección de la Oferta	80
Tabla N° 18 Proyección de la Demanda.....	82
Tabla N° 19 Determinación Demanda Insatisfecha.....	83
Tabla N° 20 Precio de la competencia.....	83
Tabla N° 21 Matriz de factores.....	89
Tabla N° 22 Terreno	98
Tabla N° 23 Infraestructura	98
Tabla N° 24 Maquinaria y equipo.....	100
Tabla N° 25 Muebles y enseres	101
Tabla N° 26 Equipo de computación	101
Tabla N° 27 Talento humano.....	102
Tabla N° 28 Materia prima directa en unidades	102
Tabla N° 29 Materia prima directa en dólares	103
Tabla N° 30 Mano de Obra directa.....	103
Tabla N° 31 Costos indirectos de fabricación	104
Tabla N° 32 Gasto Sueldo Administrativo	104

Tabla N° 33 Gasto Sueldo Administrativo	105
Tabla N° 34 Suministros de Oficina	105
Tabla N° 35 Servicios básicos	105
Tabla N° 36 Gastos sueldo de venta	106
Tabla N° 37 Gastos sueldo transporte.....	106
Tabla N° 38 Gasto publicidad.....	106
Tabla N° 39 Capital de trabajo	107
Tabla N° 40 Inversión total del proyecto	107
Tabla N° 41 Presupuesto de Inversión Total	108
Tabla N° 42 Ventas Netas.....	109
Tabla N° 43 Materia prima directa en unidades	109
Tabla N° 44 Materia prima directa en dólares	110
Tabla N° 45 Mano de obra directa.....	110
Tabla N° 46 Costos indirectos de fabricación	111
Tabla N° 47 Costos indirectos de fabricación totales	111
Tabla N° 48 Costo de producción.....	112
Tabla N° 49 Proyección Sueldos Administrativos	112
Tabla N° 50 Proyección de Suministros y Servicios Básicos.....	113
Tabla N° 51 Depreciación.....	113
Tabla N° 52 Total Gastos Administrativos.....	113
Tabla N° 53 Gastos Financiero	114
Tabla N° 54 Tabla de Amortización	114
Tabla N° 55 Resumen tabla de amortización.....	116
Tabla N° 56 Tabla Impuesto a la Renta 2016.....	117
Tabla N° 57 Proyecciones de Estado de Pérdidas y Ganancias.....	117
Tabla N° 58 Flujo de Caja	118
Tabla N° 59 Determinación de la tasa de redescuento	118
Tabla N° 60 Flujos de Efectivos Actualizados Acumulados.....	121
Tabla N° 61 Costos Fijos	122
Tabla N° 62 Costos variables.....	122
Tabla N° 63 Calificación logotipo	128
Tabla N° 64 Manual de funciones Gerente General	131
Tabla N° 65 manual de funciones del Auxiliar contable	132
Tabla N° 66 Manual de funciones Mercadólogo	133

Tabla N° 67 Manual de funciones Operador	134
Tabla N° 68 Escala de medición de impactos.....	135
Tabla N° 69 Impacto económico	136
Tabla N° 70 Impacto social	137
Tabla N° 71 Impacto microempresarial.....	138
Tabla N° 72 Impacto ambiental	139
Tabla N° 73 Impacto general del proyecto.	139

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Población de Otavalo	36
Gráfico N° 2 Cacao Balanza Comercial (peso en toneladas métricas).....	39
Gráfico N° 3 Gustos.....	64
Gráfico N° 4 Perjudiciales para la salud	65
Gráfico N° 5 Restricción.....	66
Gráfico N° 6 Creación de la microempresa	67
Gráfico N° 7 Precio.....	68
Gráfico N° 8 Factores de consumo	69
Gráfico N° 9 Chocolates aptos para todos	70
Gráfico N° 10 Presentación	71
Gráfico N° 11 Adquisición	72
Gráfico N° 12 Calidad	73
Gráfico N° 13 Medio de comunicación	74
Gráfico N° 14 Distribución del producto.....	75
Gráfico N° 15 Chocolates para diabéticos	76
Gráfico N° 16 OTAVALO: Porcentaje de Personas Pobres por NBI Intercensal 2001 - 2010	81
Gráfico N° 17 Distribución.....	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Mapa de ubicación	87
Figura N° 2 Cantón Otavalo	88
Figura N° 3 Ubicación de la microempresa.....	91
Figura N° 4 Distribución física de la microempresa.....	92
Figura N° 5 Flujograma de proceso de elaboración de chocolate para diabéticos	97
Figura N° 6 Nombre de la microempresa	125
Figura N° 7 Logotipo 1	126
Figura N° 8 Logotipo 2	126
Figura N° 9 Logotipo 3	127
Figura N° 10 Logotipo 4.....	127
Figura N° 11 Organigrama	130

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Encuesta dirigida a posibles clientes	146
Anexo N° 2 Maquinaria	149

INTRODUCCIÓN

El diseño de este proyecto es la propuesta de realizar el estudio de la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de chocolate para personas diabéticas en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

En el diagnóstico situacional con la finalidad de determinar las empresas y microempresas existentes dedicadas a la producción de chocolate para diabéticos en la ciudad de Otavalo, producción agrícola de cacao y en qué zonas de la provincia de Imbabura.

Seguidamente se elaborará un marco teórico con la finalidad de tener un enfoque teórico científico, que posibilite la estructura del proyecto, mediante la obtención de información de libros actuales, revistas e internet.

En el estudio de mercado en él, se determinara oferta y demanda existente relacionada con el producto chocolate para diabéticos además del estudio y análisis de la competencia, a través de encuestas y entrevistas dirigidas al sector comercial y consumidores.

En el estudio técnico, se establecerá la macro y micro localización, el tamaño de la microempresa que contribuya a optimizar los recursos que se transformen en el proyecto en forma sustentable y sostenible. En la ingeniería se planteara el proceso, la distribución física, el requerimiento de maquinaria, equipo y personal.

En el estudio económico financiero también se establecerá las inversiones total que se requieren para implementar la microempresa, además de los análisis de los costos, gastos y los ingresos, estados financieros proyectados, la evaluación de la viabilidad económica del proyecto y su aceptabilidad de inversión.

La estructura organizacional será ejecutada las actividades iniciales de creación y posteriores, filosofía empresarial y definición de procesos mediante la utilización de flujogramas y un organigrama.

En conclusión, luego de todo el avance de la investigación, se establecerá los posibles impactos positivos y negativos tanto económico, social, microempresarial y ambiental que traerá consigo la realización del presente estudio de factibilidad.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes

La síntesis histórica del cantón y señala que de legitimarse la hipótesis del HOMO OTAVALENSIS u HOMO OTAVALUS nuestra antigüedad dataría de unos 28.000 años atrás. Si diferentes son los testimonios que buscan explicar la presencia de los primeros habitantes del sector, es lógico deducir que el origen de la palabra OTAVALO tiene varias interpretaciones. En base al idioma Chaima (Caribe-Antillano). Otavalo provendría de OTO-VA-L-O que significa "lugar de los antepasados". Si es el Cara el generativo, del Pansaleo OTAGUALÓ, GUALÓ o TAGUALO se interpretaría como "casa". Con el fundamento del idioma Chibcha OTEGUA- LO daría el significado " en lo alto grande laguna" y por último en lengua de los indígenas de la zona se traduciría "como cobija de todos" y SARANCE como "pueblo que vive de pie" OTAVALO, G. (2011). *PLan de Vida*. Otavalo.

Por las evidencias, es más seguro afirmar que en toda la comarca se hablaba la lengua caranqui la que, por motivo de las dos conquistas consecutivas: La Inca y la Española, fueron sustituyéndose paulatina y relativamente en forma tardía OTAVALO, G. (2011). *PLan de Vida*. Otavalo.

La invasión Inca se produce a finales del siglo XV y los primeros 25 años del siglo XVI. La férrea resistencia ofrecida especialmente por los Cayambis, Carangues y Otavals determinó que Tupac Yupanqui no pueda consolidar su dominación. El Otavalo primitivo se ubicaba a orillas del Lago San Pablo en lo que hoy se conoce como San Miguel, Sarance se localizaba más al norte.

Con las reducciones de Toledo Virrey de Lima, los españoles eligen a Sarance como centro administrativo colonial pero le atribuyen el nombre de Otavalo por ser más conocido y por el respeto que infundía en la población indígena.

El pueblo de Otavalo, tiene su origen prehispánico a orillas del Lago San Pablo (Chicapán), en el área comprendida entre San Roque y Villagranpugro; los motivos que llevaron a las autoridades españolas a trasladar el asentamiento a su actual emplazamiento obedecieron a mejores condiciones geográficas para su futura expansión y control de los pueblos que pensaban incorporarle OTAVALO, G. (2011). *Plan de Vida*. Otavalo.

El cantón Otavalo está situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura. Tiene una superficie de 579 kilómetros cuadrados, según los nuevos límites otorgados por el Gobierno Municipal de Otavalo. La ciudad de Otavalo se localiza al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las siguientes coordenadas:

78° 15' 49'' longitud oeste

0° 13' 43'' latitud norte

El cantón se encuentra limitado: al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur limita con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

Según el quinto censo de población del INEC de 1990, el cantón Otavalo tenía 56.286 habitantes; para el censo 2001 la población aumentó a 90.188 habitantes y para el censo 2010 se incrementó a 104.874 habitantes, de los cuales el 48.10% de hombres y el 51.9% son mujeres, siguiendo el patrón tanto del país como de la provincia de Imbabura, en la que se

puede observar mayor número de mujeres que de hombres. En el período intercensal del 2001 al 2010 hubo un aumento de población del 16.28%.

En el contexto de la provincia de Imbabura, el cantón Otavalo posee el 26.3% de población para este censo mientras que en el 2001 fue del 26.21%, observándose un pequeño incremento OTAVALO, G. (2011). *PLan de Vida*. Otavalo.

Así como incrementa la población, también el padecimiento de enfermedades como la diabetes, que puede ser prevenida con un estricto cambio al estilo de vida y sobre todo alimenticio. Los alimentos prohibidos para diabéticos son aquellos que elevan los niveles de glucosa en la sangre. Para quienes sufre diabetes, esto representa un doble riesgo de hiperglucemia y otras consecuencias graves, como daños a los riñones y al corazón, por lo tanto deben procurar evitarlos en su alimentación sea como sea.

Reemplazar el consumo de azúcar por edulcorantes, reduce la ingesta de carbohidratos de absorción rápida, lo cual implica una reducción de síntesis de ácidos grasos a partir de glucosa circulante en sangre y por ende, una disminución en la oxidación de lípidos y su posible acumulación en las paredes arteriales.

Es importante tener presente que todo alimento consumido en exceso puede acarrear complicaciones para la salud, por ello es necesario moderar el consumo de alimentos ricos en azúcares simples para evitar posibles enfermedades metabólicas.

Un simposio celebrado en el 2º Congreso Mundial de Nutrición y Salud Pública destaca la necesidad de apoyo a los profesionales sanitarios para garantizar a los consumidores que los edulcorantes bajos en calorías pueden desempeñar una función importante dentro de una dieta equilibrada.

Justificación

En la época actual, la gente que realiza la adquisición de víveres y comestibles para el consumo en sus hogares, contemplan las cuestiones relacionadas con la salud en el momento de elegir los alimentos que van a consumir en su dieta.

Esta tendencia se va reflejada en un significativo crecimiento del mercado de alimentos vegetales con alto contenido proteico, productos dietéticos, alimentos con un bajo contenido de colesterol, entre otros. En lo referente al consumo de chocolate anhelamos complacer sus gustos y exigencias con la elaboración de un producto novedoso, diferente, utilizando materias primas e ingredientes naturales de bajo aporte calórico, aplicando condiciones óptimas de higiene para preservar el bienestar de los clientes como también brindar un servicio personalizado y de calidad, contribuyendo así a que los índices de mortalidad por esta causa bajen e implantando medidas de prevención para crear una cultura a favor de la buena alimentación y complaciendo paladares.

La carencia de microempresas o empresas que brinden este tipo de producto da una apertura a un nuevo mercado por explorar, debido a que existe una demanda que espera satisfacer este tipo de necesidades, brindándole originalidad y apertura a este negocio que busca indudablemente satisfacer las necesidades del consumidor.

La Factibilidad que se tiene para elaborar el proyecto es por la disponibilidad de recursos humanos al tener el asesoramiento de catedráticos expertos y la colaboración de las autoras; además de los recursos económicos.

Los principales beneficiarios de este proyecto serán todas las personas que sufren de diabetes, y que por ello no pueden disfrutar degustar un chocolate, con la intención de

satisfacer esta necesidad se desea crear una microempresa, que generará fuentes de trabajo, ingresos que contribuyen a sus habitantes, y el desarrollo económico de la ciudad de Otavalo.

Objetivos

Objetivo general

Realizar un diagnóstico general que permita establecer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de una microempresa productora y comercializadora de chocolate para personas diabéticas de la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

Objetivos específicos

- Indagar sobre el aspecto político del cantón Otavalo.
- Verificar la situación económica de la población del área de estudio.
- Analizar aspectos sociales de la población en la zona de investigación.
- Identificar la población afectada por diabetes en la provincia de Imbabura.
- Establecer la producción existente de cacao en el Ecuador.

Variables Diagnósticas

Para la realización del diagnóstico se requerirá de información proporcionada por libros, datos estadísticos relacionados con la investigación.

Se ha identificado las principales variables con sus respectivos indicadores que se detalla:

- Política
- Situación económica.
- Aspectos sociales.

- Población diabética
- Producción de cacao.

Variable: Política

- Autoridades
- Disposiciones

Variable: Situación económica.

- Financiamiento para microempresa
- PIB
- Sueldos

Variable: Aspectos sociales.

- Población
- Vías de acceso
- Tradiciones y cultura

Variable: Población diabética

- Estilo de vida
- Diagnóstico
- Edulcorantes

Variable: Producción de chocolate

- Crecimiento agrícola
- Balanza comercial
- Producción Imbabura

Matriz de relación diagnóstica

Tabla N° 1 Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE
Indagar sobre el aspecto político del cantón Otavalo	Política	<ul style="list-style-type: none"> • Autoridades • Disposiciones 	Secundaria (folletos, libros, revistas e internet)
Verificar la situación económica de la ciudad de Otavalo.	Económica.	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento para microempresa • PIB • Sueldos 	Primaria (entrevista) Secundaria (folletos, libros, revistas e internet)
Analizar aspectos sociales de la población en la zona de investigación.	Social.	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Vías de acceso • Tradiciones y cultura 	Primaria (entrevista) Secundaria (folletos, libros, revistas e internet)
Identificar la población afectada por diabetes en la provincia de Imbabura	Población diabética	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de vida • Diagnóstico • edulcorantes 	Primaria (entrevista) Secundaria (folletos, libros, revistas e internet)
Establecer la producción existente de cacao en el Ecuador.	Producción de cacao.	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento agrícola • Balanza comercial • Producción Imbabura 	Primaria (entrevista) Secundaria (folletos, libros, revistas e internet)

Elaborado por: las autoras

Fuente: primaria y secundaria

Análisis de variables diagnósticas

Para verificar y analizar diferentes aspectos importantes se determinó la necesidad de realizar una entrevista al presidente del grupo de diabéticos de la ciudad de Otavalo Wellington Rosales, Coordinador del Club de Diabéticos el mismo que colaboró con las siguientes interrogantes:

- ¿Considera importante la alimentación que debe tener una persona diabética?

Es de mucha importancia y cuidado tener una alimentación saludable, para no correr peligro de empeorar la enfermedad existente en nuestro cuerpo.

- ¿Qué alimentos conoce usted que son perjudiciales para la diabetes?

Los alimentos más perjudiciales en esta enfermedad son los azúcares, y el exceso de carbohidratos.

- ¿Qué edulcorantes consumen los otavaleños?

La mayoría de la población de Otavalo, consume el azúcar de siempre la blanca, este alimento es perjudicial para los diabéticos ya que incrementa la glucosa en la sangre, por ello es importante no consumir, o cambiar por un edulcorante natural.

- ¿Puede dar su apreciación personal sobre la situación de la población de la ciudad de Otavalo, referente a su salud?

Las personas de este tiempo son más propensas a enfermarse y más aun de adquirir diabetes a temprana edad, porque desde pequeños se inculca el facilismo de comidas rápidas y muchos dulces.

- ¿Cuál es el estilo de vida de los otavaleños?

Los otavaleños tienen un estilo de vida sedentario y existe poco interés de alimentarse adecuadamente, por ello el incremento de enfermedades relacionadas a las actitudes pasivas de la población.

- ¿Conoce cuántos otavaleños son diabéticos?

El número de otavaleños con diabetes es impredecible, ya que han de existir muchas personas que desconocen que tengan esta enfermedad, por no hacerse atender y llevar controles médicos periódicos, en cuanto a los integrantes del grupo El Club de Diabéticos del Hospital de Otavalo, al cual dirijo somos 145 actualmente.

- ¿El Hospital de Otavalo que le proporciona?

El hospital proporciona charlas, medicina de manera gratuita en el Hospital de Otavalo, el club de diabéticos es beneficiario directo para recibir medicamentos. Las personas que forman parte de dicho club de diabéticos se reúnen todos los jueves para compartir sus experiencias de la enfermedad y conocer más sobre ella.

Política

Autoridades

El GAD-Otavalo está precedido por su alcalde Abg. Gustavo Pareja Cisneros, como Alcalde de Otavalo, vicealcaldesa Ercilia Castañeda y concejales ,el doctor Rubén Buitrón, el magíster Carlos Cevallos, ingeniero Héctor Sánchez e ingeniero Marco Torres Oña, y José Quimbo.

Disposiciones

El Ecuador se encuentra en una crisis política y económica, llena de conflictos tanto nacionales como internacionales y la inestabilidad provoca poca inversión interna y externa, esto debido al cambio constante de leyes e impuestos, provocando desequilibrio político.

En lo referente a Otavalo, es importante considerar dos etapas bien definidas dentro de la vida jurídica de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, etapas que se marcan a raíz de la vigencia de la actual Constitución de la República aprobada en referéndum por el pueblo ecuatoriano en el año 2008, así como la aprobación del Código Orgánico de Organización

Territorial, Autonomía y Descentralización, COOTAD, publicado en el Suplemento del Registro Oficial Nro. 303 de 19 de octubre del año 2.010 y el código de Planificación y Finanzas Publicas, ya que en estos cuerpos legales existen disposiciones concretas en las cuales se definen en forma clara su función, su articulación con los grandes objetivos nacionales y en base de estos objetivos se definen cuáles son sus competencias exclusivas y hacia donde deben estar encaminados sus esfuerzos, sin perder de vista el papel fundamental que juega la ciudadanía con su participación en el cumplimiento de estos objetivos.

Las normas y los actos del poder público deberán mantener conformidad con las disposiciones constitucionales, en el Código de Organización Territorial Autonomías y Descentralización OTAVALO, G. (2011). *PLan de Vida*. Otavalo.

Económica

Financiamiento para microempresa

Es aceptado internacionalmente que el financiamiento a microempresas constituye una de las herramientas más prácticas para reducir la pobreza en los países. Esto se debe a que dan a aquellos que no tienen recursos la posibilidad de generar empleo en vez de solicitarlo desesperadamente. Ecuador es un país con grandes dificultades económicas. El 68% de nuestra población vive en pobreza y el desempleo es la situación del 10.6% de nuestros habitantes.. Sin embargo tenemos una increíblemente alta tasa de espíritu emprendedor según el GEM (Monitor de Emprendimiento Mundial) CARRERA, N. (2012). *Yo nací en este país*. Obtenido de <http://vivenciasecuador.blogspot.com/2012/03/el-micro-financiamiento-en-ecuador.html>

Producto Interno Bruto PIB

A nivel de la economía, en Otavalo no se ha desarrollado la gran industria. A excepción de la fábrica de cementos UNACEM y de la fábrica de textiles Pinto, las demás actividades

siguen siendo igual que antes: el pequeño y mediano comercio, la agricultura, la ganadería y la artesanía. Esta última ha alcanzado una gran dinámica a partir de los años ochenta, provocando un proceso de diversificación y dinamización de nuevas actividades económicas, fundamentalmente de servicios, tanto turísticos (hoteles, residenciales, hosterías y pensiones, restaurantes, salas de música, bares, cafeterías y agencias de turismo, entre otros, como de aquellos ligados a las necesidades de la producción y comercialización de artesanías (bancos, agencias de exportaciones, distribuidoras de insumos y materias primas, de maquinaria y repuestos industriales y transporte. En el contexto del auge artesanal es muy significativa la presencia del capital financiero en Otavalo, expresada en varios bancos, agencias financieras y cooperativas de ahorro y crédito

Sueldos

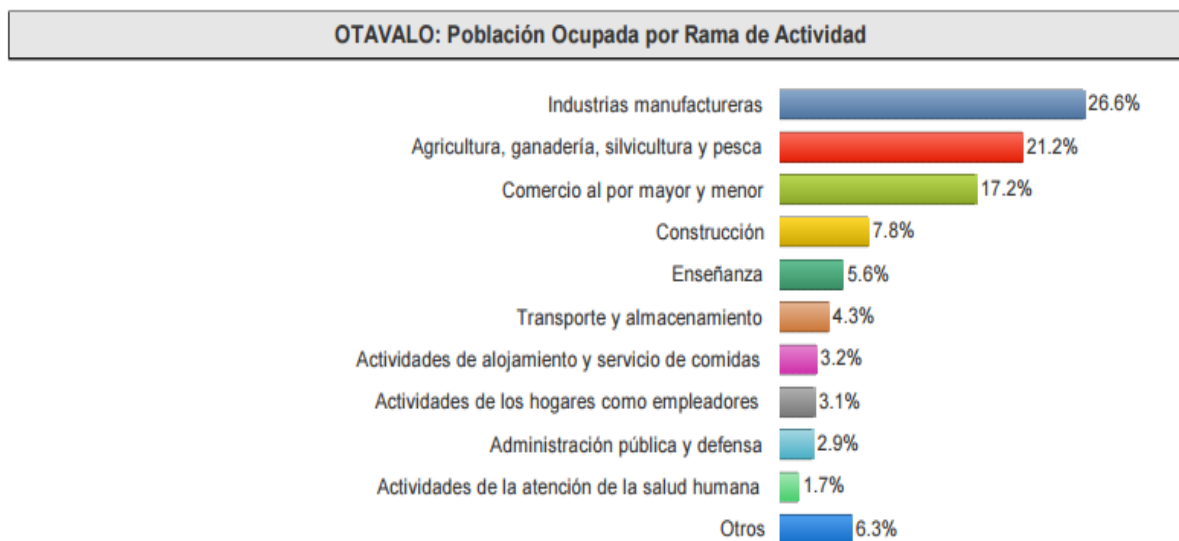
En salario básico unificado es de 366 dólares en el 2016, lo que significa un incremento de 12 dólares más al establecido en el 2015 que fue de USD\$ 354. El incremento fue fijado por el Ministerio del Trabajo.

Social

Población

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, recopilada del último censo de poblacional y vivienda realizado en el año 2010, con la proyección de la población total de la provincia de Imbabura para el año 2015 de 445.175 habitantes, y su 26,3% del total de la provincia, el cantón Otavalo, resultando una población del cantón Otavalo para el año 2015 de: 117.081 habitantes.

Gráfico N° 1 Población de Otavalo



Fuente: (INEC, 2014)

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

Vías de acceso

La principal vía de acceso a la ciudad es la reciente construcción de la autovía a 6 carriles entre el nudo de Cajas y la ciudad de Otavalo es parte de la ampliación de la vía Panamericana que el gobierno ecuatoriano ejecuta para dinamizar el comercio entre el norte del país y Quito, contempla los intercambiadores González Suárez, San Rafael y Eugenio Espejo, que permitirán conectar la vía panamericana con poblaciones al a misma.

Tradiciones y cultura

Los quichua Otavalo como herencia ancestral son diligentes artesanos, que, a las étnicas heredadas, han introducido la tecnología actual, produciendo hermosos tapices, sacos, hamacas y muchas otras prendas, que son exhibidas en la plaza de los ponchos, constituye un gran atractivo para los turistas extranjeros; que expresamente vienen atraídos por conocer este lugar y adquirir lo que más les llame la atención LARREA, M. V. (2011). *Imbabura un eden*. Quito: Studio 21.

Población diabética

Estilo de vida

Como se obtuvo información mediante la entrevista, se considera que la población de Otavalo tiene un estilo de vida sedentario, ya que no realiza ninguna actividad física, ni tiene una alimentación balanceada, inclinándose a degustar de comidas rápidas y de poco sustento alimenticio, ocasionando enfermedades.

Diagnóstico

Para su diagnóstico la población debe realizarse controles médicos periódicos que ayuden a determinar a tiempo la detección de la diabetes en la población, por ello el Hospital de Otavalo, realiza dichos exámenes a la población, además de proporcionarle información de la alimentación adecuada y medicina gratuita.

Edulcorantes

El consumo de edulcorantes que generan incremento de glucosa es prohibidos para las personas con diabetes y para aquellas que desean cuidar de su salud, para esto se sugiere el consumo de un edulcorante natural como puede ser stevia.

Producción de chocolate

Crecimiento agrícola

La producción de cacao en el año 2014, sigue su tendencia de crecimiento, debido a que las plantaciones recibieron mantenimiento y rehabilitación dentro del “Proyecto de Rehabilitación de Cacao” que emprendió tanto el BNF (créditos) como el MAGAP (asesoramiento técnico) hace dos años, lo que se refleja en la obtención de rendimientos mayores, en consecuencia el volumen de producción registró un crecimiento de 11%, cuatro puntos porcentuales por arriba de lo que creció la variable el año anterior (7%).

Por las razones anotadas respecto a las condiciones de las plantaciones, el 50% de los entrevistados las consideraron como normales, mientras que el otro 50% dijeron que fueron buenas. La encuesta se la realizó en las provincias de: Manabí, Guayas, Los Ríos, Esmeraldas, Santo Domingo de Los Tsáchilas, Azuay, El Oro y Cañar.

Al efectuar el análisis desagregado por zonas productivas en el cantón Quinindé, los entrevistados señalaron que el cultivo de cacao presenta niveles favorables, debido a que las plantaciones mantienen buenas condiciones vegetativas. De hecho, este comportamiento ha permitido que tanto los rendimientos como el volumen de producción en el período en estudio, sean mayores. Estos crecimientos se fundamentan básicamente en que se está sembrando más cacao en reemplazo de la palma y, porque se ha recuperado la fertilidad de los terrenos con la asistencia del MAGAP, efectuando nuevas podas. Por tal razón, el volumen de producción alcanzado en el 2014 fue mayor, en el 25% (Ecuador, Reporte de coyuntura sector agropecuario, 2015, pág. 28)

Balanza comercial

La producción de cacao se realiza principalmente en la costa y amazonia del Ecuador. Las provincias de mayor producción son Los Ríos, Guayas, Manabí y Sucumbíos. En el Ecuador se desarrollan 2 tipos de cacao:

Cacao Fino de Aroma, conocido también como Criollo o Nacional cuyo color característico es el amarillo, posee un aroma y sabor único, siendo esencial para la producción del exquisito chocolate gourmet apetecido a nivel mundial.

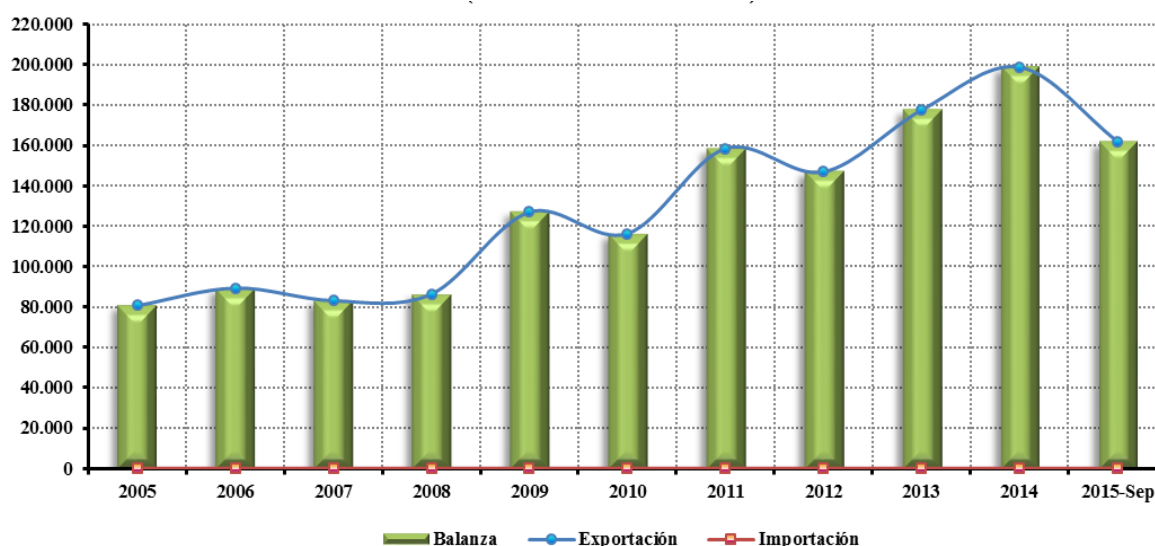
Cacao CCN-51, conocido también como Colección Castro Naranjal cuyo color característico es el rojo. Además es reconocido por sus características de alto rendimiento para la extracción de semielaborados, ingredientes esenciales para la producción a escala de

chocolates y otros PROECUADOR. (2011). *Ministerio de comercio exterior*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cacao-y-elaborados/>.

El consumo anual per cápita de chocolate en Ecuador oscila entre los 300 y 800 gramos por persona al año, mientras que en Alemania promedia los nueve kilos. Esa cifra revela que aún falta impulsar el consumo local en el Ecuador, según analistas y productores consultados

LÍDERES, R. (2013). *Revista Líderes*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/sabor-dulce-preferido-ecuador.html>

Gráfico N° 2 Cacao Balanza Comercial (peso en toneladas métricas)



Fuente: Banco Central del Ecuador (cifras provisionales 2013, 2014, 2015 acumulado a Septiembre)

Elaboración: MAGAP/CGSIN/DAPI (Ecuador, Ministerio de agricultura ganadería acuicultura y pesca, 2015).

Producción Imbabura

El olor a chocolate caliente invade una finca de la parroquia de Lita, ubicada en el noroccidente de Imbabura. Allí, el técnico Patricio Donoso explica a un grupo de campesinos que un quintal de pepa de cacao cuesta USD 120. Pero, si es producido orgánicamente, es decir sin agroquímicos, el coste llega a los USD 150. La explicación de Donoso es parte de un proyecto de introducción de cacao en Imbabura, impulsado por el Fondo Ítalo Ecuatoriano y la Prefectura de Imbabura. En el lugar ya se entregaron cerca de 10 000 plantas, de la

variedad nacional fino de aroma mejorado. Actualmente, en las 32 comunidades de Lita se cultiva plátano, maíz, papaya y naranjilla. Estas son especies de temporada cuyos precios no garantizan ingresos altos. La caja de naranjilla, por ejemplo, varía entre USD 2 y USD 4, al pie de finca. Sin embargo, el cacao, asegura Donoso, garantizará a los campesinos de la zona una producción sustentable a partir de los dos años, en que los arbustos producen cada semana 40 campesinos, interesados en producir cacao, se han organizado en la Asociación Grano de Oro, que mantiene las puertas abiertas en espera de más miembros. Pero quizás el socio más grande de esta iniciativa, impulsada por el Fondo Ítalo Ecuatoriano y la Prefectura de Imbabura, es la Fundación Cristo de la Calle. Esta institución, que tiene a su cargo 223 niños y 95 familias en situación de alta vulnerabilidad, vio en el cacao una oportunidad para financiar sus programas. Por eso ya sembró 25 000 plantas en 30 hectáreas. La compra y el traslado de cada planta cuesta USD 0,75. Las instituciones que apoyan el proyecto decidieron donar las matas. Pero los socios de la Asociación Grano de Oro fijaron el pago de USD 0,35 para crear un fondo comunitario. El proyecto de producción de cacao en Imbabura inició en Lita. Sin embargo, se prevé extender a las zonas de Íntag (Cotacachi) y al recinto de Las Golondrinas (entre Imbabura y Esmeraldas), ambos beneficiados por su clima cálido húmedo.

COMERCIO. (Agosto de 2011). El comercio. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/imbabura-activa-produccion-cacao.html>.

Determinación de oportunidades, riesgos, aliados y oponentes

Aliados

- Apoyo de organismos estatales en incrementar la producción de cacao a nivel nacional y en Imbabura por el Fondo Ítalo Ecuatoriano y la Prefectura de Imbabura.
- Existe mercado para los productos bajos en azúcar, por ser una restricción médica para las personas con diabetes y para aquellas que gustan cuidar su salud.

- Las vías de acceso de la ciudad de Otavalo se encuentran en buen estado, existiendo la ampliación de seis carriles, en el tramo de Cajas a Otavalo.
- Existencia de producción de cacao en la provincia de Imbabura en diferentes comunidades.

Oponentes

- Existe sedentarismo en la mayor parte de la población, por la falta de actividad física y una alimentación inadecuada, manifiesta el entrevistado.
- Falta de revisiones médicas periódicas, para la detección a tiempo de diabetes, a pesar de que el Hospital de Otavalo las realiza de forma gratuita.
- Poca promoción para socializar la afectación de diabetes y sus cuidados de prevención, por parte de la población por descuido.

Oportunidades

- La demanda del mercado es alta ya que cada día crece la población afectada con diabetes.
- La producción de la materia prima se encuentra en la provincia de Imbabura, lo que facilitará la elaboración y minimizará costos por transporte.
- Mano de obra directa en la ciudad de Otavalo, ya que existe jóvenes especializados en el procesamiento de alimentos, estudiando o egresados con ganas de insertarse en el ámbito laboral.

Riesgos

- Presencia de alto consumo de chocolate normal por parte de la población, sin considerar la afectación a la salud que este puede ocasionar por su alto contenido de azúcar (sucralosa).

- Surgimiento de productos sustitutos o limitación de consumir el chocolate con edulcorante natural.

Determinación de la oportunidad de inversión

Una vez realizado el diagnóstico situacional, mediante el análisis de los aspectos sociales, situación económica, población diabética y producción de cacao. Se llega a determinar la necesidad de ofrecer a las personas diabéticas un producto rico y que no afecte su enfermedad y por ende su salud, sin dejar de disfrutar una golosina, que a la mayor parte de las personas encanta.

Después del estudio realizado, se ha determinado que en Otavalo existen las condiciones necesarias para la formulación de un proyecto denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOCOLATE PARA PERSONAS DIABÉTICAS DE LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Proyectos

“Los proyectos metódicamente diseñados de actividades planificadas y relacionadas entre sí, que utilizan recursos para generar resultados concretos, con los cuales apuntan a alcanzar objetivos definidos.” CÓRDOBA, Marcial (2011). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único
RIVERA, F., & HERNÁNDEZ, G. (2010). *Administración de proyectos*. México: Prentice Hall.

Con las definiciones anteriores se puede decir que el proyecto es una idea fundamentada de actividades, que se lleva a cabo con la aplicación de implementos necesarios, que permite cumplir un objetivo, satisfacer las necesidades de los clientes.

Importancia de los proyectos

Según CÓRDOBA, Marcial (2011). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones dice:

“La ejecución de proyectos productivos constituyen el motor del desarrollo de una región o país, razón por la cual las instituciones financieras del orden regional, nacional e internacional, tiene como objetivos la destinación de recursos para la financiación de inversiones que contribuyen a su crecimiento económico y beneficios sociales”

Un proyecto es muy importante puesto que son actividades a desarrollar a futuro, que permiten el impulso financiero de un sector productivo, comercial o de servicios, garantizando así el buen vivir de las personas involucradas y a la vez satisfaciendo necesidades de los consumidores.

La Microempresa

“Organización destinada a producir o comercializar bienes y servicios, de magnitud pequeña” CHIAVENATO, I. (2014). Introducción a la teoría general de la administración. Colombia: Nomos. S.A.

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES. La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Se afirma que una microempresa es una unidad económica pequeña, que genera ingresos para las personas que constituyen su creación.

Nombre o razón social

“El nombre o razón social de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo. Debe reunir las siguientes características:

- Descriptivo: reflejar el giro de la empresa
- Atractivo: fácil de recordar, que identifique el objeto del negocio, que tenga aceptación y que se pueda memorizar

- Claro y simple
- Significativo
- Agradable” PALACIOS, L. (2012). Estrategias de creación empresarial. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Estudio de Mercado

“El estudio de mercado es un estudio que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda, para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados” BACA URBINA, G. (2013). Evaluación de proyectos. México: McGraw-Hill.

El Estudio de Mercado será una herramienta útil para enfocar un proyecto, y poder tomar decisiones, el mismo ayudará a entender al cliente, a los competidores y al mercado en sí mismo, logrando examinar la viabilidad del proyecto.

Oferta

”El propósito que persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.” BACA URBINA, G. (2013). Evaluación de proyectos. México: McGraw-Hill.

La Oferta en el proyecto permitirá establecer la cantidad de producto disponible para los consumidores a un precio y tiempo determinado, satisfaciendo sus necesidades.

Demanda

“Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” BACA URBINA, G. (2013). Evaluación de proyectos. México: McGraw-Hill.

Con la implementación del proyecto, y los estudios necesarios del mercado al que va dirigido el producto, se obtendrá la demanda de consumidores o futuros clientes, a quienes se va a satisfacer sus necesidades.

Producto

“El producto se define como todo aquello que un profesional o empresario pone a disposición de otras personas, llamadas clientes, que satisface sus necesidades.” VARGAS, A. (2013). Marketing y plan de negocio de la microempresa. España: IC Editorial.

Según lo investigado el producto es el hecho generado, por la demanda de consumidores, es el concepto que tiene un cliente de lo que se le ofrece o se sirve.

Precio

“La curva de la demanda indica la cantidad demandada para cada precio. La relación entre el precio y la cantidad demandada es inversa.” VARGAS, A. (2013). Marketing y plan de negocio de la microempresa. España: IC Editorial.

Mediante lo investigado, el precio es simplemente el valor de los productos, expresado en una moneda, con el objetivo de poder vender un bien u ofertar un servicio, el mismo que se determinan a través de la influencia de la oferta y la demanda, obteniendo una ganancia.

Estudio técnico

Según SAPAG CHAIN, N. (2011). Proyectos de inversión Formulación y evaluación. Chile: Prentice Hall manifiesta:

“El estudio de viabilidad técnica busca determinar si es físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los

aspectos técnicos de la ingeniería del proyecto. Para ello en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se lo logre eficaz y eficientemente. Para esto, se deberán examinar debidamente las opciones tecnológicas que es posible implementar, así como sus efectos sobre las futuras inversiones, costos y beneficios”

Después de los análisis realizados el Estudio Técnico, permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del proyecto, el mismo que debe mostrar todas la maneras que se puedan elaborar el producto a través de un proceso el que determinara la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada, como también identifica los proveedores y acreedores de materia prima y herramientas que ayuden a lograr la elaboración y comercialización del producto.

Macro localización

“La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto” CÓRDOBA, M. (2011). Formulación y Evaluación de proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones.

La Macro Localización, tiene por objetivo determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas.

Micro localización

“El micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.” CÓRDOBA, M. (2011). Formulación y Evaluación de proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones.

La Micro Localización permitirá elegir el punto preciso dentro de la macro zona, en donde se ubicara definitivamente la microempresa.

Tamaño

Según SAPAG CHAIN, N. (2011). *Proyectos de inversión Formulación y evaluación*. Chile: Prentice Hall revela:

“El tamaño de un proyecto muestra su relación con el número de unidades a producir, el número de unidades a producir, el número de consultas médicas que atender, la cantidad de empresas a las que prestar servicios contables o el número de cursos a dictar en un periodo de tiempo”

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de los insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, etc.

En lo referente al análisis del tamaño del proyecto será fundamental para determinar cuál es la capacidad de atención al mercado, en cuanto a presupuestos para compra de materia prima, maquinaria, capital, etc., y cumplir con uno de los objetivos que es atender un mercado insatisfecho.

Diagrama de flujo del proceso.

“Aunque el diagrama de bloques también es un diagrama de flujo, no posee tantos detalles e información como el diagrama de flujo del proceso, donde se usa una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas” BACA URBINA, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.

Con el diagrama de flujo de procesos se plasmará gráficamente las actividades a cumplirse en la microempresa, desde la adquisición de materia prima hasta la distribución y recuperación de las ventas del producto. Con esto medir qué actividades requieren de mayor control y garantizar la fluidez en optimización de recursos.

Estudio Económico

“El Estudio Económico su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” BACA URBINA, G. (2013). Evaluación de proyectos. México: McGraw-Hill.

Con el estudio económico demostraremos el nivel de ingresos y gastos que se desarrollarán con la ejecución del proyecto, y así determinar su factibilidad en los diferentes periodos empezando por el año de inversión.

Gastos administrativos

“Los gastos operacionales de administración son los ocasionados en el desarrollo del objeto social principal de ente económico y registra, sobre la base de causación, las sumas o valores en que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionados con el área administrativa.” URIBE, & Consultores, A. (2014). Plan Único de cuentas 2014. Bogotá: Ecoe Ediciones.

En los gastos administrativos se tiene una idea en valores cuantitativos de cuanto se necesitará para poder cubrir con los rubros que infieren en la ejecución del proyecto desde el área administrativa. Ejemplo, sueldos y salarios secretarias, recursos humanos, materiales de oficina, estatutos, etc.

Gastos de venta

“Comprende los gastos ocasionados en el desarrollo principal del objeto social del ente económico y se registran, sobre la base de causación, las sumas o valores en que se incurren durante el ejercicio, directamente relacionados con la gestión de ventas encaminadas a la dirección, organización de las políticas establecidas para el desarrollo de la actividad de ventas del ente económico incluyendo básicamente las incurridas en las áreas ejecutiva, de distribución, mercadeo, comercialización, promoción, publicidad y ventas.” URIBE, & Consultores, A. (2014). Plan Único de cuentas 2014. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Con este estudio se determinará el gasto que la empresa incurrirá directa e indirectamente con la venta del producto; publicidad, promoción, venta, distribución, etc. Logrando así que nuestro producto sea conocido dentro del mercado y obviamente requerido por el mismo

Costos financieros

“Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo” BACA URBINA, G. (2013). Evaluación de proyectos. México: McGraw-Hill.

El estudio de los costos financieros ayudará a conocer el rubro que la empresa pagará por el financiamiento bancario, con eso establecer el nivel de endeudamiento al que la empresa accedería de acuerdo a sus ingresos.

Estados Financieros

El estado de resultados o de pérdidas y ganancias

Según GUAJARDO, G., & ANDRADE, N. (2014). Contabilidad Financiera. México: McGraw Hill dice:

“El primero de los estados financieros básicos es el estado de resultados, que pretende determinar el momento en el cual los ingresos contables difieren de los gastos contables.

Al remanente se le llama resultado, que puede ser positivo o negativo, si es positivo se conoce como utilidad y si es negativo se denomina pérdida”

Con el estado de resultados, se determina que tan factible es la ejecución del proyecto, conociendo una rentabilidad o pérdida del mismo y así tomar una decisión de ponerlo o no en marcha, ya que la finalidad es demostrar un resultado positivo.

Estados de cambios en el capital contable

Según GUAJARDO, G., & ANDRADE, N. (2014). Contabilidad Financiera. México: McGraw Hill dice:

“El estado de cambios en el capital contable, también conocido como estado de variaciones en el capital contable, al igual que el de resultados, es un estado financiero básico que pretende explicar, en forma desglosada, las cuentas que han generado variaciones en la cuenta de capital contable”

A través de los Estados de cambio en el capital contable, permitirá reflejar la utilidad o variaciones en el capital contable, en un periodo contable como resultado de las operaciones y de las decisiones que se tomen.

Estado de situación financiera o balance general

Según GUAJARDO, G., & ANDRADE, N. (2014). Contabilidad Financiera. México: McGraw Hill indica:

“El estado de situación financiera, también conocido como balance general, presenta, en un mismo reporte, la información necesaria para tomar decisiones en las áreas de inversión y financiamiento. Dicho estado incluye en el mismo informe ambos aspectos, pues se basa en la idea de que los recursos con que cuenta el negocio deben corresponderse directamente con las fuentes necesarias para adquirirlos”.

La elaboración del balance general permitirá determinar cuál es la inversión en el negocio frente a la generación de un patrimonio. Con eso saber cuan solvente es el negocio para enfrentar cualquier eventualidad que se presentará en la ejecución de sus actividades.

Estado de flujos de efectivo

Según GUAJARDO, G., & ANDRADE, N. (2014). Contabilidad Financiera. México: McGraw Hill dice:

“El estado de flujos de efectivo, anteriormente denominado estado de cambios de la situación financiera, a diferencia del estado de resultados, es un informe que desglosa los cambios en la situación financiera de un período a otro e incluye, de alguna forma, las entradas y salidas de efectivo para determinar el cambio en esta partida, el cual es un factor decisivo al evaluar la liquidez de un negocio”

Con la elaboración del flujo de efectivo se determinara la fluidez del efectivo entre cada periodo, y así conocer la liquidez que el negocio tendrá para cubrir con sus obligaciones y además obtener una rentabilidad. El flujo de efectivo además nos ayudará a conocer que salidas de dinero requieren de mayor control o a su vez suspensión.

Indicadores para medir la bondad económica de un proyecto

La determinación de la viabilidad económica de un proyecto de inversión requiere la proyección del flujo de fondos

Los indicadores financieros serán aplicados para saber la vialidad del negocio en cuanto a la rentabilidad de la misma, así como el retorno de la inversión determinados en tiempo y cantidad. Con eso se conocerá si el negocio está generando los resultados que como ejecutoras se espera.

Valor presente neto

“El valor presente neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” BACA URBINA, G. (2013). Evaluación de proyectos. México: McGraw-Hill.

El valor presente neto en el estudio dará una idea de cuánto cuesta en tiempo presente la inversión una vez que se ha generado un estudio en tiempo futuro con la el flujo de efectivo.

Tasa interna de retorno (TIR)

“Es la tasa de descuento por la cual el Valor actual neto VAN, es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” BACA URBINA, G. (2013). Evaluación de proyectos. México: McGraw-Hill.

Con la tasa interna de retorno podemos ver cuál es el rendimiento del proyecto sin considerar la inversión inicial. De esta manera se conocería cual es el nivel de retorno de la inversión

Costo /Beneficio

“El análisis del Costo-Beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto” SAPAG CHAIN, N. (2011). Proyectos de inversión Formulación y evaluación. Chile: Prentice Hall.

Con este indicador se puede evaluar que tan factible resulta invertir en el proyecto frente al rendimiento que se obtiene del mismo. Lógicamente se espera un resultado positivo y así quedará demostrado que el proyecto es factible para posibles inversionistas.

Filosofía empresarial

Misión

“La misión de una empresa se fundamenta básicamente en el propósito para el cual fue creada, teniendo en cuenta el tipo de actividad que realizará durante su período de operación”

GALINDO, C. (2011). Formulación y Evaluación de planes de negocio. Ediciones de la U.

La misión es consolidar como una empresa estable y solvente que genere trabajo y que atienda a un grupo de personas que requieran degustar de un producto rico y saludable. Con esto se sabe cuál es la meta a la que debe apuntar y cumplir con la misión para la que fue creada la empresa.

Visión

“Es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a donde quiere llegar la organización en un futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativa” GALINDO, C. (2011). Formulación y Evaluación de planes de negocio. Ediciones de la U.

La visión es convertir en cinco años como una empresa líder en el mercado en la producción y comercialización de chocolate para diabéticos. Para lo que se requiere de esfuerzos conjuntos y un buen manejo de la empresa y así cumplir con la visión.

Organización

“La organización desde el punto de vista de la función administrativa, es la que constituye el doble organismo material y social de la empresa. Desde el punto de vista de la entidad social, conforma el conjunto de personas que interactúan entre sí para alcanzar objetivos específicos” CHIAVENATO, I. (2014). Introducción a la teoría general de la administración. Colombia: Nomos. S.A.

Con la estructura organizacional se determinarían cada uno de los puestos y roles que cada empleado dentro de la organización tendrá, delimitando autoridades y funciones; así mantener un mejor control en cada una de las áreas que se requieren para poner en marcha la empresa.

¿Qué es la diabetes?

Para comprender que es la diabetes primero debemos determinar quién interviene en dicha enfermedad como factor principal tenemos a la glucosa quien es a principal fuente de energía del cuerpo, es decir es un combustible en nuestro metabolismo de tal manera que participa en todas las funciones del cuerpo. Para la manipulación de dicha glucosa conocemos a dos hormonas el glucagón y la insulina, en donde realizan acciones diferentes mientras la insulina es un agente hipoglucemiante es decir, estimula todas las vías que disminuyen glucosas en la sangre, el glucagón en cambio es hiperglucemiante que cumple la función de aumentar los niveles de glucosa en la sangre. Pero aquella hormona que se relaciona con la diabetes es la insulina la cual según (CHIASON, y otros, 2010), mencionan que “si la glucosa es la gasolina de nuestro cuerpo, entonces podríamos decir que la insulina es como la llave que permite poner en marcha al carro. Al dejar que la glucosa entre en las células, la insulina hace que baje la glucemia (concentración de glucosa en sangre)”, determinando así a la diabetes como una glucemia de índices demasiado elevados.

Síntomas

Según el Doctor Javier Rosado Martín (ROSADO, 2015)

“Los síntomas de alerta y más frecuentes cuando la enfermedad está plenamente desarrollada son: poliuria, polidipsia, polifagia, visión borrosa, cansancio y pérdida de peso”

Cuando la glucosa en la sangre se eleve por encima de los niveles normales el paciente presentará varios síntomas como la poliuria (mayor cantidad y frecuencia al orinar),

polidipsia (fenómeno que provoca una sed excesiva y mantiene a la boca seca debido a la gran pérdida de líquidos por medio de la orina), polifagia (aumento de apetito por el mal aprovechamiento de la glucosa ya introducida) pérdida de peso debido al mal aprovechamiento energético, visión borrosa, cansancio y falta de energía. Cabe recalcar que algunos pacientes no presentan síntomas sin embargo la enfermedad sigue evolucionando y dañando a los órganos involucrados.

Chocolate

Según HIDALGO, P. (2012). Chocolate. Madrid: Libsa manifiesta:

El chocolate, más allá de ser un alimento particularmente sano con un alto contenido en nutrientes y del gusto de la mayoría de las personas, está vinculado, como símbolo, a una amplia variedad de situaciones que abarcan extremos tan opuestos como la guerra y el amor. A los soldados que iban al frente se les regalaba latas de chocolate para que su ingesta les infundiera fuerzas; es decir, paradójicamente se les entregaba el mismo alimento que tradicionalmente en algunos países aún se sigue dando presente a la persona amada en el día de San Valentín.

El chocolate es el principal producto de estudio en el diseño de la propuesta por lo que se requiere conocer cuáles son sus atributos y bondades, demostrando que también es apto para consumo de diabéticos si es tratado debidamente.

Variedades de chocolate

Chocolate de cobertura

Es el utilizado por los reporteros profesionales para cubrir bombones y pasteles, o bien, para rellenarlos y cuentan con una elevada calidad. Este chocolate puede ser moldeado en capas sumamente finas que tiene un 32% de manteca de cacao que lo facilita.

Chocolate Blanco

Esta clase de chocolate contiene baja proporciones de cacao sólido y está hecho a base de manteca de cacao, leche azúcar y edulcorantes y su sabor suele tener la misma intensidad que el negro. Hay algunos fabricantes que reemplazan a la manteca de cacao con edulcorante sintético y aceites vegetales.

Chocolate Fondant

Este tipo de chocolate está compuesto por un 40% de pasta cacao y un 40% de mantequilla de cacao. Es muy utilizado en la repostería para la cobertura de bombones, tortas y tartas.

Chocolate con leche

La combinación de cacao con leche hace que algunos expertos en la materia no lo consideren como chocolate propiamente dicho. A pesar de esto, se pueden encontrar variedades de esta clase de chocolate que llegan a tener un 50% de cacao, aunque en la mayoría de los casos llegan al 20%. Para fabricar algunos chocolates, con leche utilizan grasa vegetal y edulcorantes artificiales en reemplazo de la manteca de cacao.

Chocolate amargo

También conocido como negro o si leche, contiene cacao puro en por lo menos un 34% de su composición. A medida que este porcentaje se incrementa, mejor será la calidad del chocolate, de hecho, los de alta calidad deben tener por lo menos el 60% de cacao.

Chocolate en polvo

Esta variedad de chocolate no suele utilizar para la repostería sino más bien para la preparación de bebidas. Está compuesto por azúcar, harina y cacao en polvo.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Introducción

El estudio de mercado considera un conjunto de acciones realizables con la finalidad de obtener un análisis minucioso y sistemático de los factores que intervienen en el mercado y que ejercerán influencia sobre el producto propuesto.

Las variables de oferta y demanda establecen el comportamiento de los consumidores y productores, lo que nos permitirá fijar el precio del bien así como la cantidad a producirse.

Con este estudio se pretende realizar un análisis histórico, actual y proyectado de las variables que intervienen en el mercado. El estudio de mercado incluye aspectos precisos internos o externos de los competidores, de los consumidores y de la distribución del producto, siendo elementos que influyen sobre el proyecto.

El conocimiento del mercado insatisfecho permitirá determinar la provisión de materia prima, insumos, materiales y bienes de capital, considerando costos, calidad, cantidad y condiciones de venta.

Descripción del producto.

EL producto es un chocolate de 40 gramos, sustituido el azúcar refinado y los edulcorantes químicos por los edulcorantes naturales más ricos y saludables del mercado endulzado con edulcorante natural además de su sabor, su color y su intenso aroma a cacao, lo convierten en el preferido de los auténticos amantes del chocolate, con beneficios de cuidar su salud.

Objetivo General

Realizar el estudio de mercado a fin de conocer la oferta y demanda existente del chocolate para diabéticos en la ciudad de Otavalo.

Objetivos Específicos

- Conocer los gustos, preferencias y necesidades del mercado al cual se va a dirigir.
- Investigar la población que va dirigida el estudio de investigación, para fijar la oferta del producto.
- Determinar la demanda insatisfecha que posibilite la ejecución del proyecto.
- Verificar los procesos que intervienen en la comercialización de chocolates para diabéticos.
- Identificar la competencia directa e indirecta que representen los productores locales de chocolates endulzados con stevia.

Variables

- Gustos y preferencias
- Oferta
- Demanda
- Producción
- Competencia

Indicadores de las variables

- Gustos y preferencias

Gusto

Cuidado

Calidad

Aceptación del producto

- Oferta

Precio

Adquisición

- Demanda

Características del consumidor

Frecuencia de compra

Volumen de consumo

- Producción

Normas para el proceso

- Competencia

Canales de comercialización

Directa

Indirecta

Matriz de relación Diagnóstica de mercado

Tabla N° 2 Matriz de relación Diagnóstica de mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	PÚBLICO	FUENTE	TÉCNICA
<ul style="list-style-type: none"> Conocer los gustos y preferencias del mercado al cual nos vamos a dirigir. 	Gustos y preferencias	gusto cuidado Calidad Aceptación del producto	diabéticos	Primaria	Encuesta
<ul style="list-style-type: none"> Investigar la población que va dirigida el estudio de investigación, para fijar la oferta del producto. 	Oferta	Precio Adquisición	Diabéticos	Primaria	Encuesta
<ul style="list-style-type: none"> Determinar la demanda insatisfecha que posibilite la ejecución del proyecto. 	Demanda	Características del consumidor Frecuencia de compra. Volumen de consumo	Diabéticos	Primaria	entrevista
<ul style="list-style-type: none"> Verificar los procesos que intervienen en la comercialización de chocolates para diabéticos. 	Producción	Normas para el proceso	Diabéticos	primaria	Entrevista
<ul style="list-style-type: none"> Identificar la competencia directa e indirecta que representen los productores locales de chocolates endulzados con stevia. 	Competencia	Canales de comercialización Directa Indirecta	Diabéticos	Primaria	Encuesta

Fuente: Formulación de Variables e Indicadores

Elaborado por: Las autoras

Segmento de mercado

Por tratarse de una microempresa que se dedicará a la producción de chocolate para personas diabéticas, los principales beneficiarios van a ser todas las personas que padezcan esta afectación a su salud, y sean apasionadas por el chocolate que deseen consumir este nuevo producto, o para las personas que quieran degustar chocolate bajo en calorías, con edulcorante natural, en la provincia de Imbabura.

Población

Para realizar las encuestas a la población en estudio se arrancó la información obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, recopilada del último censo de poblacional y vivienda realizado en el año 2010, fuente que sirve para la proyección de la población del cantón Otavalo para el año 2015.

Siendo la proyección de la población total de la provincia de Imbabura para el año 2015 de 445.175 habitantes, y su 26,3% del total de la provincia, el cantón Otavalo, resultando una población del cantón Otavalo para el año 2015 de: 117.081 habitantes. Perteneciendo a la población económicamente activa el 52.3%, resultando 61.233.

Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula y los siguientes parámetros de medición:

La fórmula para el cálculo de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

$$n = \frac{61.233}{61.233 (0,05)^2 + 1}$$

$$n = 397$$

n = Tamaño de la muestra

e = Puesto que la población es finita trabajamos con el 5% de error.

N = Universo o población total en número de unidades (61.233 habitantes)

Encuesta dirigida a posibles consumidores

1. ¿Le gustan los chocolates?

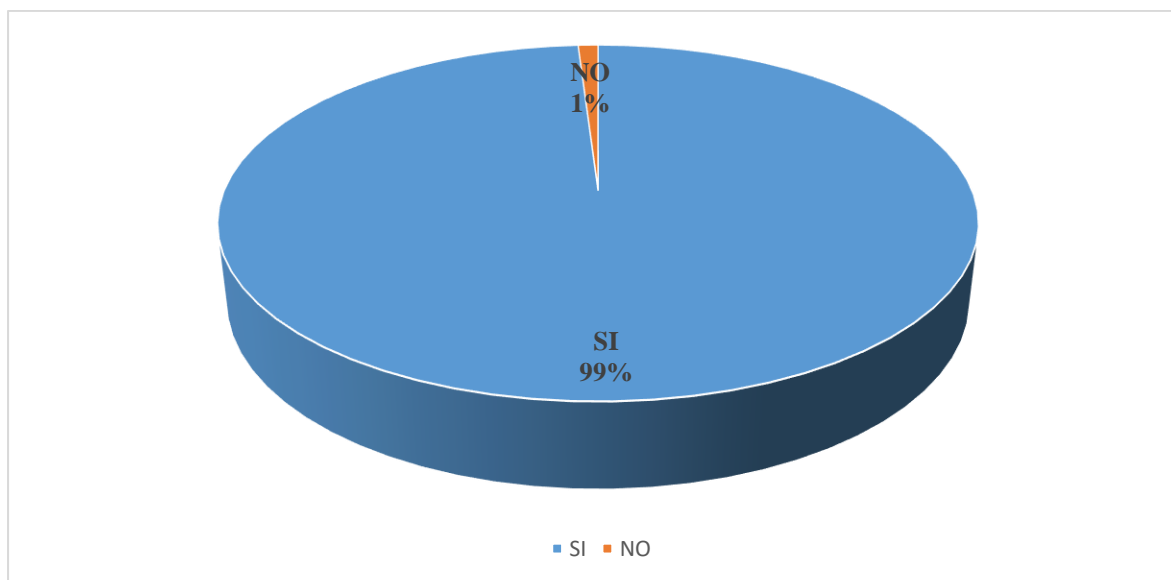
Tabla N° 3 Gustos

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	393	99%
NO	4	1%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras

Gráfico N° 3 Gustos



ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados afirman que tienen gusto especial hacia los chocolates, desde el momento mismo en que se lo abre se experimenta un exquisito aroma, que incita a degustarlo, sin embargo muchos se restringen de este placer, por problemas de salud, muchas calorías al ingerir este producto, por ello el deseo de creación de un chocolate bajo en azúcar, pero igual de exquisito.

2. ¿Cree usted que los chocolates son perjudiciales para su salud?

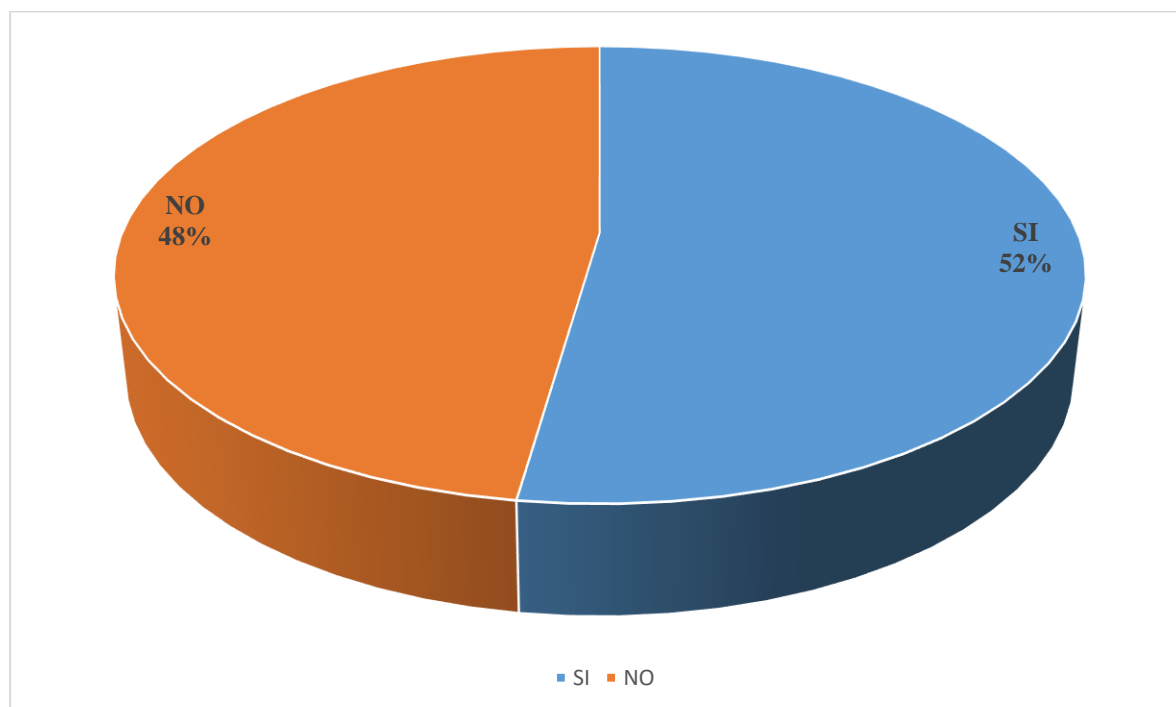
Tabla N° 4 Perjudiciales para la salud

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	206	52%
NO	191	48%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras

Gráfico N° 4 Perjudiciales para la salud



ANÁLISIS

La opinión de los encuestados se encuentra dividida sin embargo, con una mínima mayoría creen que el chocolate es perjudicial para la salud de las personas, por su alto nivel calórico que posee. Aunque tiene algunos beneficios como favorecer la juventud por su contenido de antioxidantes.

3. ¿Por qué motivo restringiría usted el consumo de este dulce?

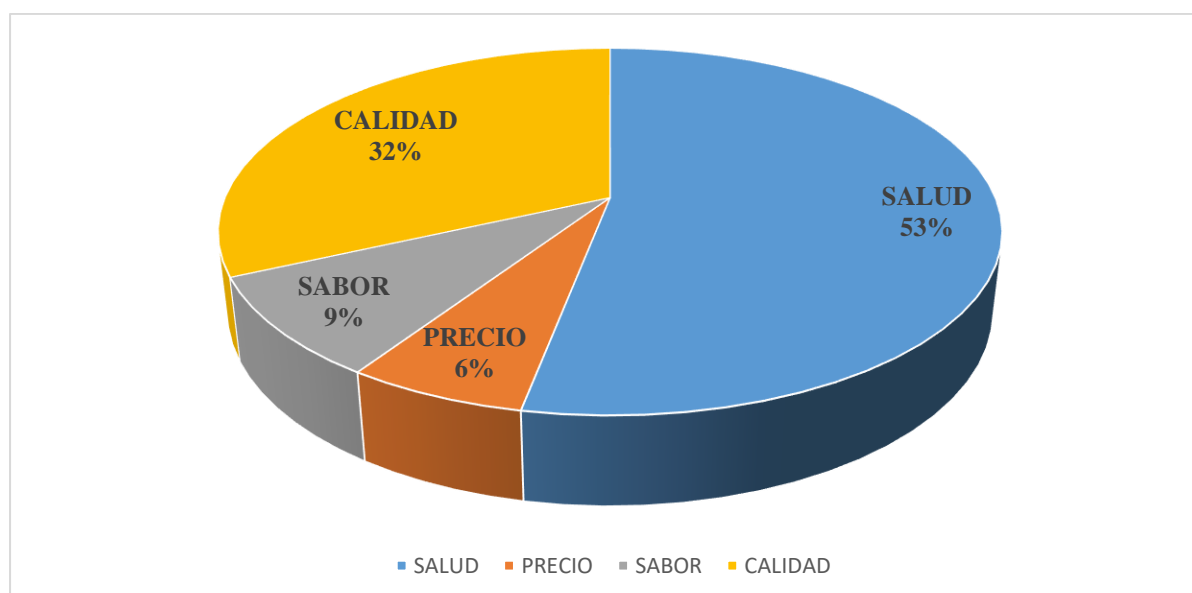
Tabla N° 5 Restricción

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SALUD	210	53%
PRECIO	24	6%
SABOR	36	9%
CALIDAD	127	32%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras

Gráfico N° 5 Restricción



ANÁLISIS

La población encuestada indica más de la mitad, que ha dejado de consumir esta golosina, por cuidar su salud, o prohibición médica; la tercera parte de los encuestados indican que dejarían de consumir chocolate, si no existe productos de calidad, considerando este factor de vital importancia en todos los productos, en minoría por el sabor y el precio.

4. ¿Considera necesario la creación de una microempresa productora de chocolate para personas diabéticas?

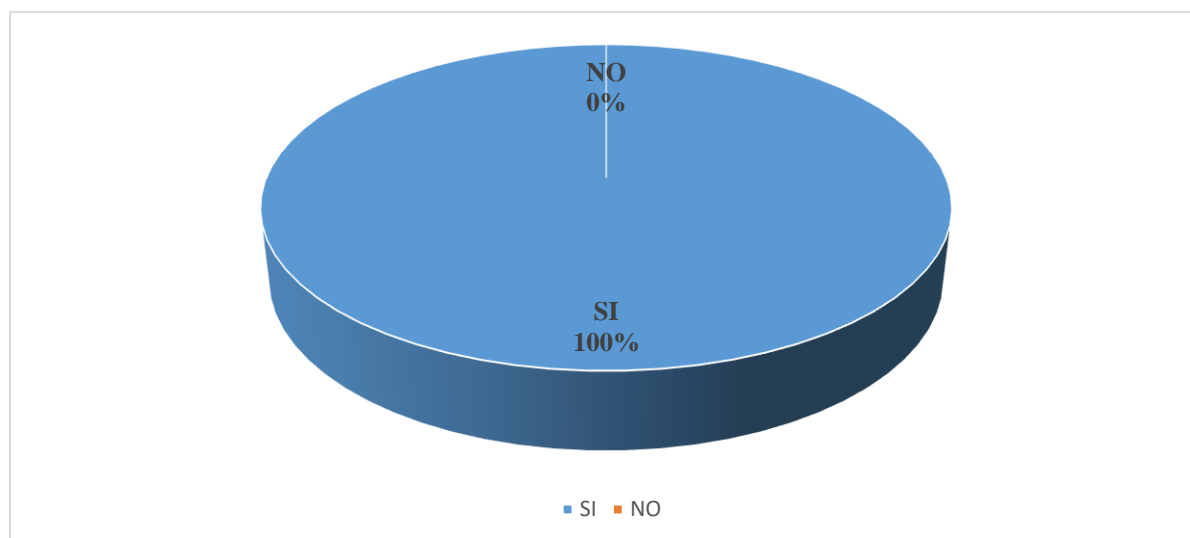
Tabla N° 6 Creación de la microempresa

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	397	100%
NO	0	0%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras

Gráfico N° 6 Creación de la microempresa



ANÁLISIS

Indagando a los encuestados si considera necesario la creación de una microempresa productora de chocolate para personas diabéticas, la totalidad indican estar totalmente de acuerdo en esta creación, ya que se ofrecerá un producto nuevo e innovador, que ayuda a satisfacer un gusto, manteniendo la necesidad de cuidar su salud, además de generar fuentes de trabajo y crecer el cantón Otavalo empresarialmente.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una barra de chocolate para diabéticos de 150 gramos?

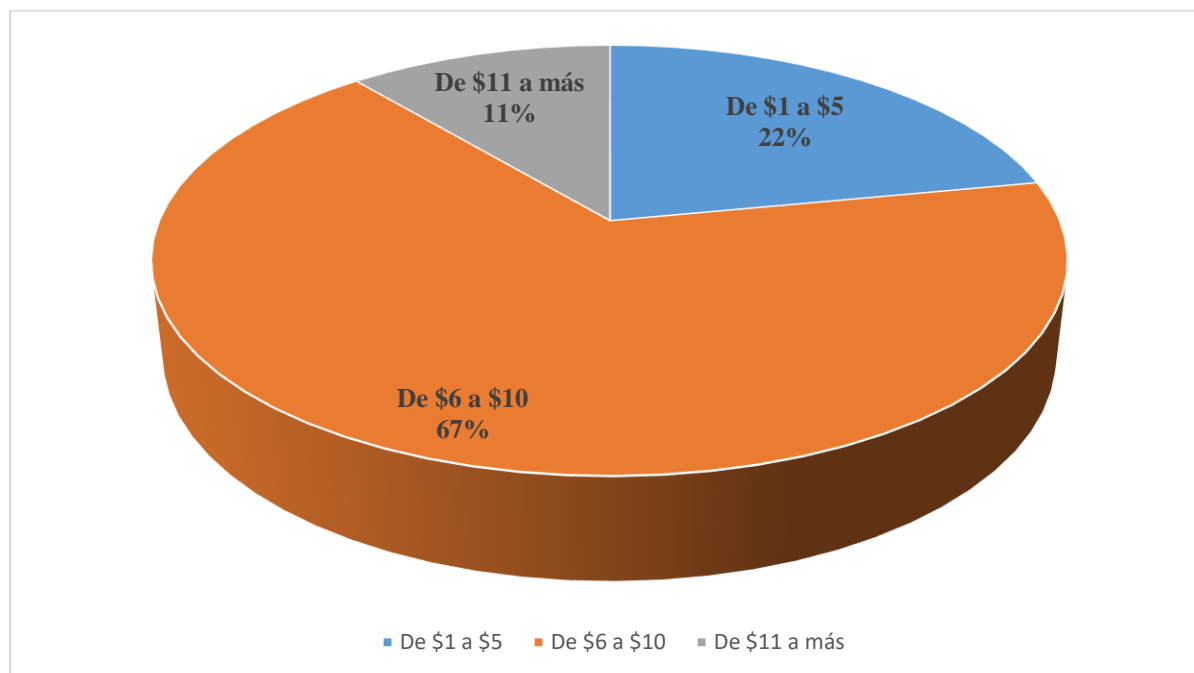
Tabla N° 7 Precio

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$1 a \$5	87	22%
De \$6 a \$10	266	67%
De \$11 a más	44	11%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras

Gráfico N° 7 Precio



ANÁLISIS

En lo referente al precio la población considera cancelar por un chocolate de 150 gramos para personas diabéticas entre \$6 a \$10 dólares más de la mitad de los encuestados, la quinta parte de los encuestados de \$1 a \$5 dólares, estableciendo rangos relacionados con los precios de la competencia existentes del producto.

6. ¿Qué factores usted vería para consumir un chocolate dietético?

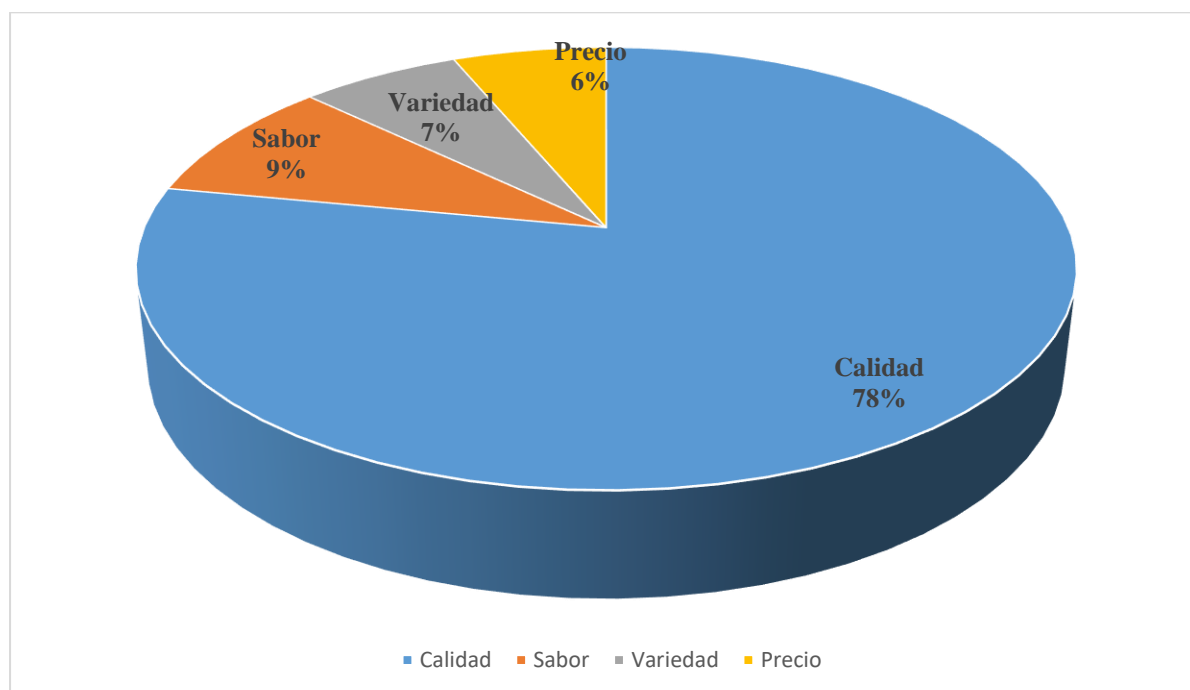
Tabla N° 8 Factores de consumo

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	309	78%
Sabor	36	9%
Variedad	28	7%
Precio	24	6%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras

Gráfico N° 8 Factores de consumo



ANÁLISIS

Entre los factores que los encuestados, toman en cuenta para consumir un chocolate dietético es la calidad, estando de acuerdo en esta opción la mayor parte de los encuestados, esto determina a producir un chocolate para personas diabéticas de calidad, que satisfaga las expectativas de los consumidores.

7. ¿Considera que existen chocolates aptos para todas las personas, tomando en cuenta su estado de salud?

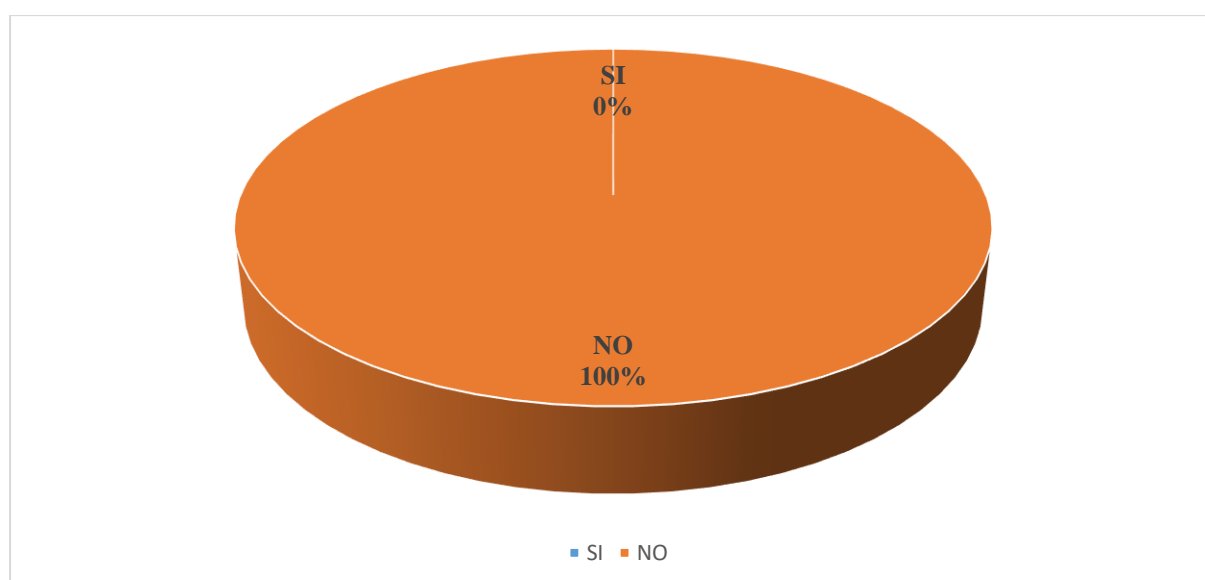
Tabla N° 9 Chocolates aptos para todos

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	397	100%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras.

Gráfico N° 9 Chocolates aptos para todos



ANÁLISIS

En lo referente a indagar si los encuestados conocen que existen chocolates aptos para todas las personas, tomando en cuenta su estado de salud, la totalidad de los mismos manifiesta que no, ya que estos productos no ha estado a disposición de consumo de la población en lugar de expendio de productos masivos, en el estudio de campo realizado solo se encontró en Fybeca.

8. ¿Cuál debe ser la presentación de los chocolates para diabéticos?

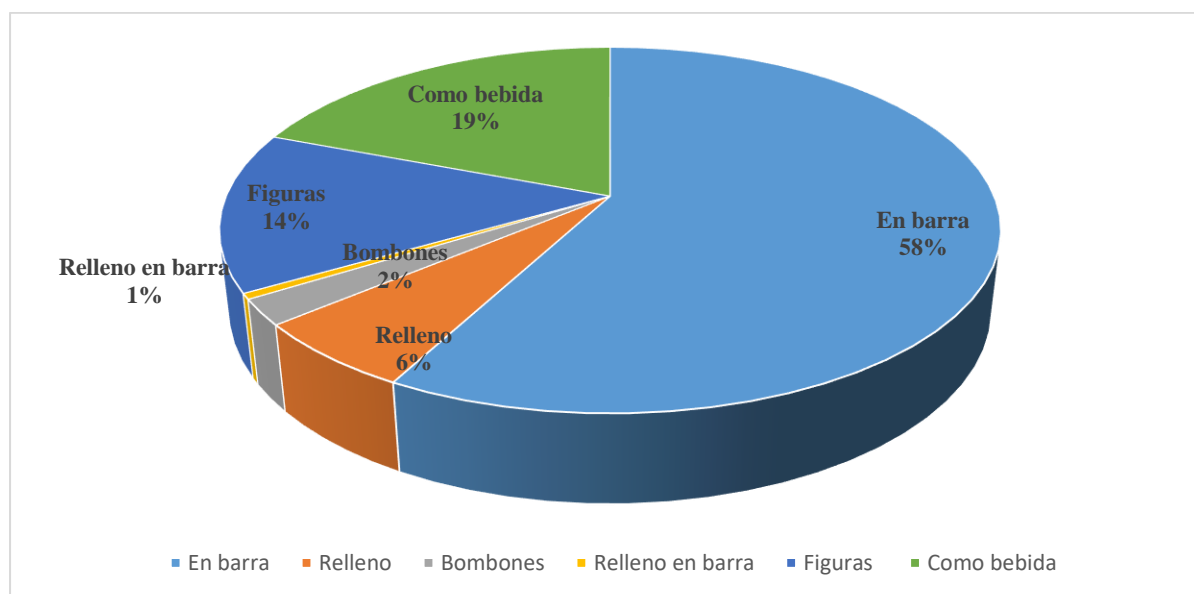
Tabla N° 10 Presentación

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En barra	230	58%
Relleno	24	6%
Bombones	8	2%
Relleno en barra	4	1%
Figuras	56	14%
Como bebida	75	19%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras

Gráfico N° 10 Presentación



ANÁLISIS

Los encuestados indican que la presentación de los chocolates para diabéticos prefieren en barra; una quinta parte del total como bebida y en menor proporción en figuras, cabe señalar que este resultado conlleva a determinar preferencia en la presentación del producto en el momento de la producción.

9. ¿Qué cantidad de chocolates para diabéticos, estaría dispuesto adquirir mensualmente?

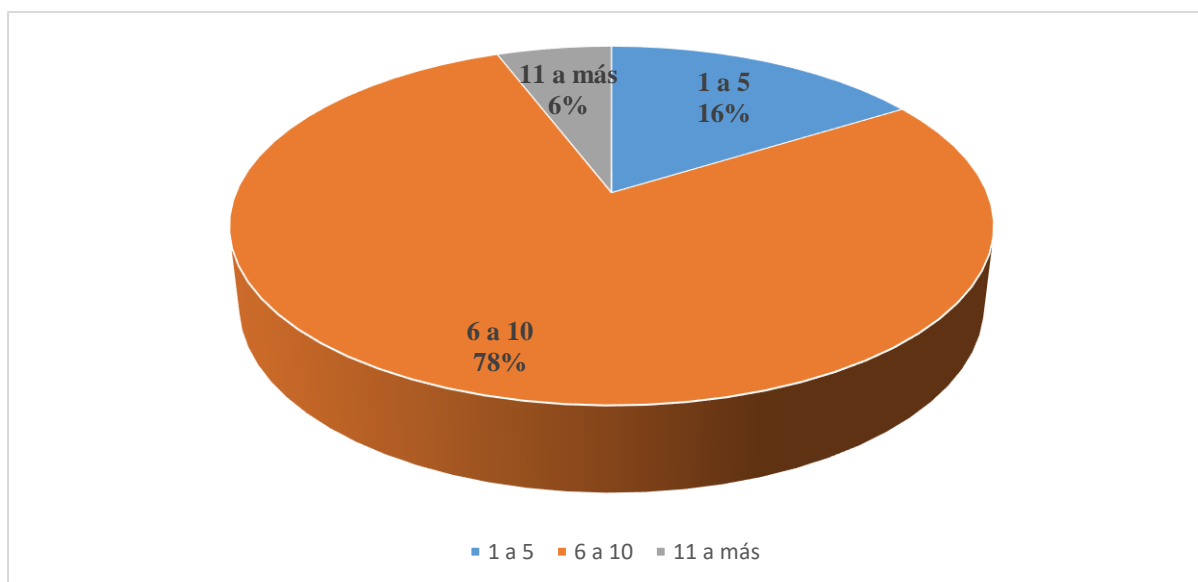
Tabla N° 11 Cantidad de adquisición

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5	64	16%
6 a 10	309	78%
11 a más	24	6%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras

Gráfico N° 11 Adquisición



ANÁLISIS

En lo concerniente a la cantidad de chocolates para diabéticos, que los encuestados estaría dispuesto adquirir mensualmente; la tercera parte de los encuestados indica que de 6 a 10 chocolates adquiriría cada mes; seguidamente en un porcentaje menor de 1 a 5 chocolates, esta información servirá para determinar la demanda existente, en la población de la ciudad de Otavalo.

10. ¿En el momento de comprar un producto, es cuidadoso(a) con la calidad?

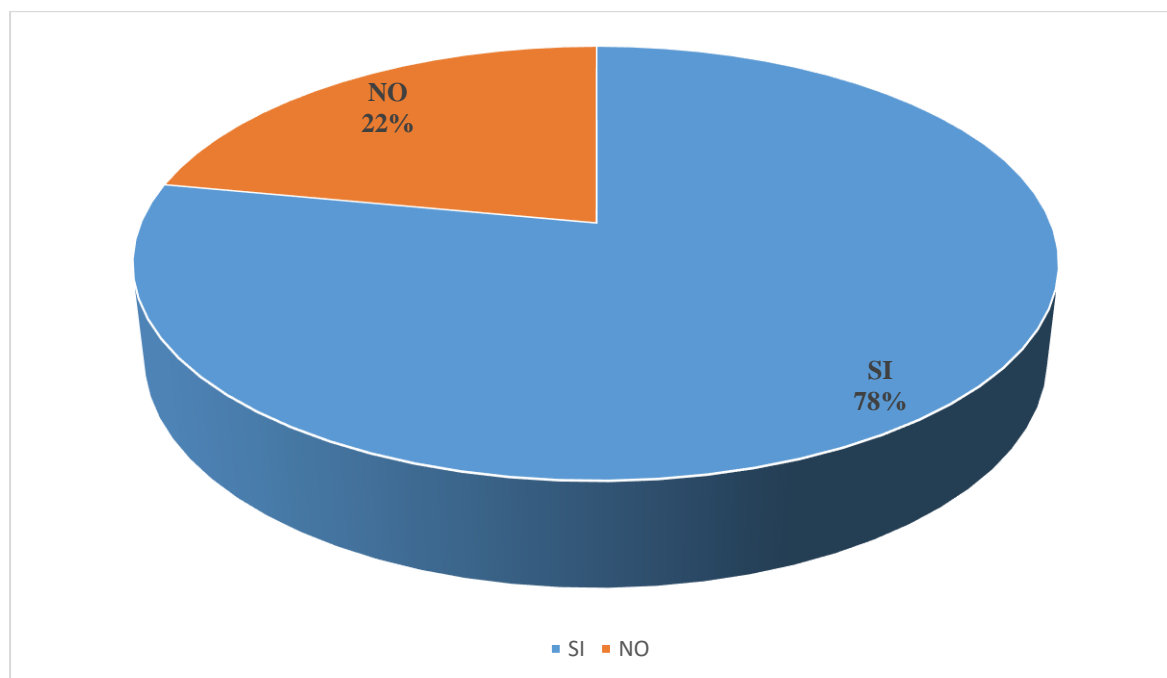
Tabla N° 12 Calidad

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	310	78%
NO	87	22%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras

Gráfico N° 12 Calidad



ANÁLISIS

En el gráfico anterior se indica la predisposición del encuestado en verificar la calidad del producto en el momento de la compra, siendo muy minuciosos en este aspecto la mayoría de los encuestados, indicando que es imprescindible el momento de elaborar el nuevo producto de confirmar su calidad para la aceptación de los consumidores.

11. ¿Por qué medio de comunicación, le gustaría conocer sobre este tipo de chocolates para diabéticos?

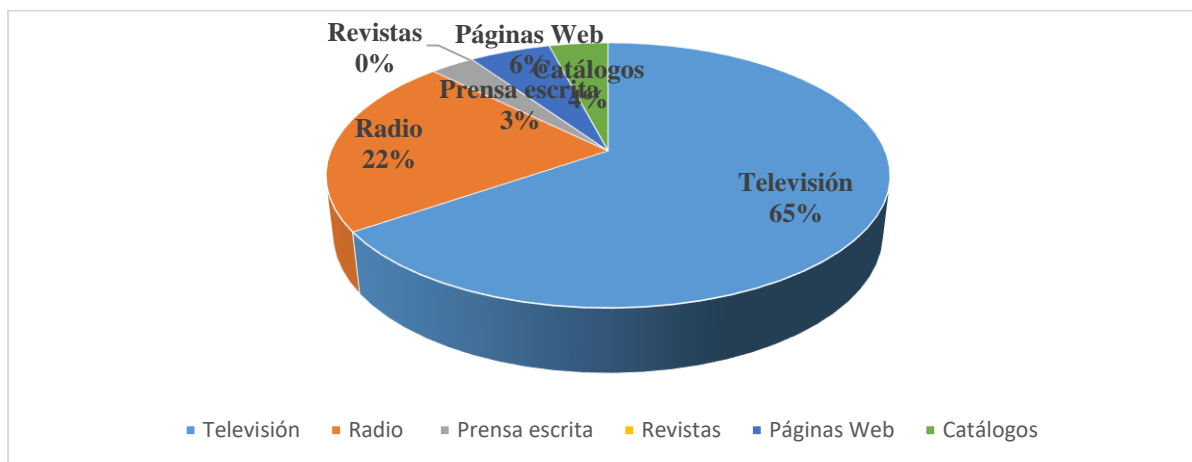
Tabla N° 13 Medio de comunicación

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	258	65%
Radio	87	22%
Prensa escrita	12	3%
Revistas	0	0%
Páginas Web	24	6%
Catálogos	16	4%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras

Gráfico N° 13 Medio de comunicación



ANÁLISIS

Indagando a la población encuestada, referente al medio de comunicación que le gustaría conocer sobre este tipo de chocolates para diabéticos, hay una inclinación mayoritaria por la televisión, seguidamente la radio, consideradas las más indicadas, cabe señalar que dicha información servirá para determinar los principales medios de comunicación en el momento de aplicar la estrategia de promoción y publicidad.

12. ¿El expendio o distribución del producto prefiere?

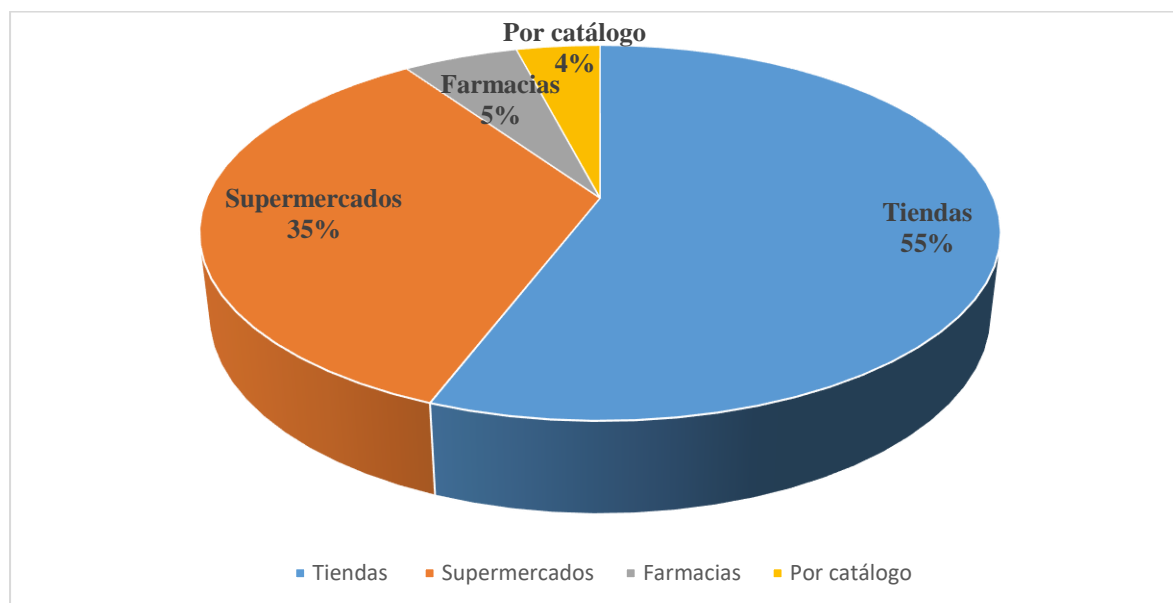
Tabla N° 14 Distribución del producto

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	218	55%
Supermercados	139	35%
Farmacias	24	6%
Por catálogo	16	4%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras

Gráfico N° 14 Distribución del producto



ANÁLISIS

En el gráfico presentado se observa que más de la mitad de los encuestados, manifiesta que el producto debe ser distribuido en tiendas, la tercera parte del total en cambio es de su preferencia que el producto sea distribuido en supermercados, esta información recabada indica que el canal de distribución sea a tiendas o abarrotes y a supermercados, para mayor cobertura y facilidad a los consumidores.

13. ¿Conoce que exista en el mercado, chocolates para diabéticos?

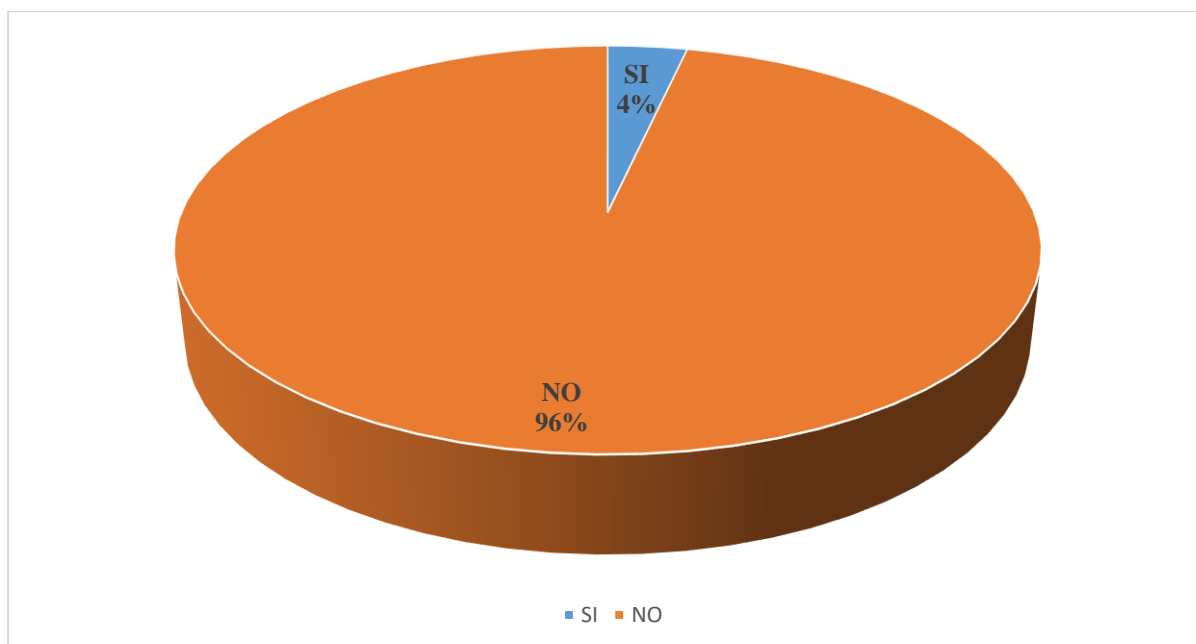
Tabla N° 15 Chocolates para diabéticos

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	4%
NO	381	96%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Otavalo (noviembre 2015)

Elaborado por: las autoras

Gráfico N° 15 Chocolates para diabéticos



ANÁLISIS

La mayor parte de los encuestados no conocen de la existencia de este producto, ni de empresas o microempresa que lo produzcan, esto debe ser a que el consumo del chocolate bajo en azúcar ha sido restringido y distribuido solo en un lugar de expendio, por ello el nuevo producto deberá ser distribuido y comercializado en los lugares de más fácil y continuo expendio de productos de consumo masivos, para llegar a la mayor parte de la población.

Oferta

En la actualidad en la ciudad de Otavalo, no existe una empresa o microempresa encargada de procesar y producir chocolate para diabéticos, por ello se ha investigado a las provincias adjuntas y en la ciudad de Quito existe Dulcione, microempresa familiar que oferta chocolate sin azúcar apto para el consumo de personas con diabetes (LIDERES, 2011).

Además se ha encontrado chocolates sin azúcar en Fybeca y Supermaxi de las marcas PACARI y VALOR, existiendo solo estas empresas que distribuyen a la ciudad de Ibarra.

Análisis de la Oferta

El presente proyecto busca producir y comercializar chocolate sin azúcar apto para el consumo de personas con diabetes, para abastecer las necesidades de los consumidores, especialmente para quienes desean disfrutar de esta golosina y no lo pueden hacer por restricción médica.

Comportamiento histórico de la Oferta

Endulzantes, chocolates, mermeladas de sabores, yogures todo sin azúcar, es la oferta que crece en el mercado local, para los clientes que sufren de diabetes. Hasta hace 10 años en el país era muy difícil conseguir este tipo de productos; en su mayoría eran importados y sus precios eran poco asequibles. Hoy, sin embargo, estos alimentos se producen también entre las marcas nacionales está la quiteña Dulce Gota, que oferta endulzantes líquidos elaborados con base en sucralosa. El producto se distribuye en cadenas como Megamaxi, Supermaxi y Fybeca. “Estimamos que el 50% de los clientes finales son diabéticos y la otra mitad son personas que quieren cuidar su salud”, indica su gerente. La firma comercializa también mermeladas, helados y pasteles sin azúcar. El helado, por ejemplo, lo vende en el Hospital Metropolitano de Quito, donde se brinda como postre a los pacientes que padecen de esta

enfermedad. Para Maldonado, estos productos permiten a los diabéticos disfrutar de una experiencia similar a la de consumir alimentos que contienen azúcar. “La sucralosa da un sabor agradable al paladar, a diferencia de los primeros productos de este tipo, que tenían un sabor amargo”, menciona el ejecutivo. Así lo confirma Juan Carlos Franco, un joven universitario que fue diagnosticado con diabetes hace unos siete años. Desde entonces, Franco eliminó el azúcar de su alimentación. Sin embargo, dice, cuando tiene “antojos” de algo dulce, encuentra productos disponibles en el mercado que le permiten complacer a su paladar. El producto preferido de Franco es el yogur dietético Toni. Este producto es endulzado con Splenda, una marca de endulzante de origen estadounidense. Otra opción son los chocolates para diabéticos. En el mercado ya se producen este tipo de alimentos. Tal es el caso de la firma Dulcione, que elabora chocolate de leche endulzado con fructosa. Bertha Prudent, fundadora de Dulcione, comenta que la tendencia de productos para diabéticos en el país está creciendo. No obstante, agrega, aún es limitada. Añade que decidió incursionar en la elaboración de estos alimentos, luego de hacer una investigación de mercado. Los resultados indicaron que el 5,5% de la población nacional padece de diabetes. “Y la cifra está en aumento, por lo que este negocio era rentable y necesario”. Para Prudent, el valor agregado de sus chocolates es el sabor. “Las personas diabéticas pueden disfrutar de un chocolate con fructosa, con el mismo sabor de aquellos endulzados con azúcar”. Debido a la acogida del producto, Dulcione se encuentra trabajando en la producción de una línea de chocolate fino de aroma especial para diabéticos. “Se hará con materias primas importadas”, señala. Otra firma que ofrece yogur para diabéticos es Below Zero, a través de dos locales en la vía a Samborondón (Guayas). Su yogur natural es apto para quienes padecen de diabetes, ya que es preparado con el endulzante Nevella, un producto importado de los Estados Unidos. Sin embargo, los productos de otros sabores sí contienen azúcar en bajas cantidades. Estos son para el consumo de las personas que cuidan de su figura y nutrición, en general. Así lo

explica Stalin Plúa, administrador del local del centro comercial Plaza Lagos. Isabel Ávila, de 80 años, sufre de diabetes desde hace más de 30. Ella señala que hoy existen más opciones de alimentos para este tipo de pacientes, que hace una década. Señala que antes existía una sola marca de endulzante en polvo, que era importada desde los Estados Unidos. Ávila añade que “antes tenía que encargarse de productos del extranjero cada vez que un familiar viajaba”. Ahora, dice, hay más marcas de endulzantes y se encuentran fácilmente en los supermercados y farmacias. Agrega que esto la ha ayudado a complacer sus gustos por algo dulce (PONCE, 2013)

Como se puede apreciar en la información anterior el mercado para los chocolates sin azúcares está iniciando por ello, se ha investigado sin encontrar ningún registro de alguna patente, que manifieste que en la ciudad de Otavalo exista una microempresa que se dedique a producir esta golosina.

Proyección de la Oferta

Mediante la observación directa, se ha indagado de la existencia de microempresas o empresas que distribuyan chocolate para diabéticos, resultando que en la ciudad de Otavalo no existe ningún local, supermercado o abastos que distribuya este producto, por lo tanto se expande la investigación a la ciudad de Ibarra, encontrando en la Plaza Shopping Center, en Fybeca y Supermaxi, las siguientes marcas, mediante una investigación informal se indagó al perchero quien manifestó que aproximadamente se oferta las siguientes cantidades.

Tabla N° 16 Oferta actual Fybeca

EMPRESA CHOCOLATE DIETÉTICO	OFERTA MENSUAL	OFERTA ANUAL
VALOR	36	432
PACARI	48	576
TOTAL	84	1.008

Fuente: Investigación de campo (Fybeca 2015)

Elaborado por: las autoras

Para determinar la oferta proyectada, se procede a utilizar la tasa de crecimiento de la población de la provincia de Imbabura, siendo del 1,68% , para realizar las proyecciones Se utiliza la siguiente fórmula:

$$P_p = P_0(1 + i)^n$$

En donde:

Pp = producto proyectado

Po = producto inicial

i = tasa de crecimiento

n = periodo observado

Tabla N° 17 Proyección de la Oferta

AÑOS	OFERTA		TOTAL
	UNIDADES DE PRODUCTO		
	VALOR	PACARI	
2016	432	576	1.008
2017	439	586	1.025
2018	447	596	1.042
2019	454	606	1.060
2020	462	616	1.077

Fuente: Investigación de campo (Fybeca 2015)

Elaborado por: las autoras

Estos datos determinan que existe oferta existente en la provincia de Imbabura, pero no en la ciudad de Otavalo, sin embargo se plantea para determinar la demanda insatisfecha

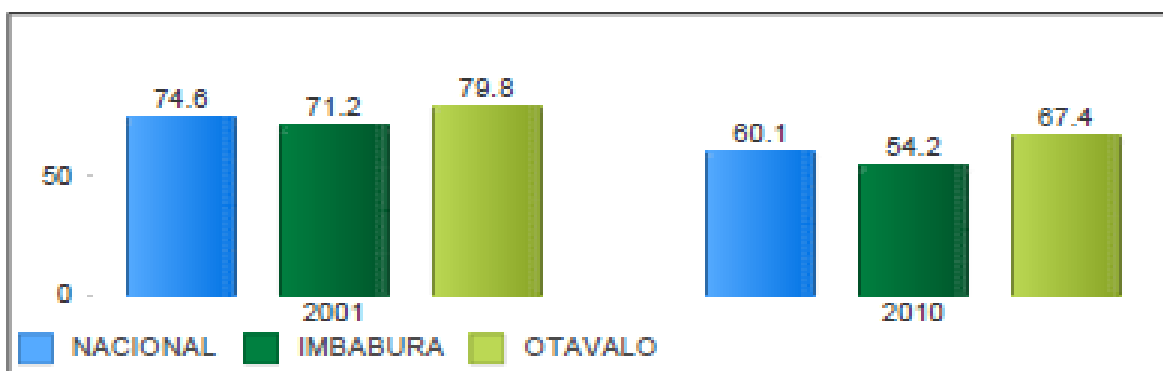
Demanda

La apreciación para determinar la demanda en el presente estudio, será realizado con los resultados obtenidos del trabajo de campo, con la aplicación de encuestas a la población económicamente activa del cantón Otavalo, de acuerdo a las unidades de compra de

chocolates para diabéticos anualmente, los encuestados se inclinan con un 78% en el rango de 6 a 10 unidades de 150 gramos, tomando el valor medio de dicho rango, 8 chocolates. Para determinar el consumo de cuantas personas, se toma 61.233 personas pertenecientes a la PEA del cantón Otavalo, de los cuales el 78%, 47.761 personas están dispuestos a consumir el producto, de ellos el 5,5% son personas diabéticas 2.626 personas, las mismas que de acuerdo a la respuestas están dispuestas a consumir 10 chocolates al año, tomando el rango superior de la opción en la pregunta.

Cabe señalar la población de la ciudad de Otavalo que es considerada pobre, ya que ellos no serán parte del mercado meta. Para ello se ha recabado información del último censo de población y vivienda que se detalla en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 16 OTAVALO: Porcentaje de Personas Pobres por NBI Intercensal 2001 - 2010



Fuente: (INEC, 2014)

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Como se observa en el gráfico anterior para el año 2010 el 67,4% de la población de Otavalo es considerada pobre, ya que sus ingresos no cubren las necesidades básicas, por ello el 32,6% se supone como posibles consumidores, tomando en cuenta su capacidad adquisitiva.

De las 2.626 obtenemos el 32,6% las cuales son consideradas no pobres y tienen la capacidad de adquisición, obteniendo 856 personas, quienes estiman consumir 10 chocolates al año de 150 gramos.

Cabe señalar que el 5,5% de la población nacional padece de diabetes, y en constante crecimiento, esto se debe a la mala alimentación, vida sedentaria y por herencia, mercado con miras de expansión y demanda del nuevo producto.

Proyección de la Demanda

La estimación de la demanda proyectada, ayudará a determinar la demanda insatisfecha, considerando como tasa de crecimiento de la población de Imbabura, siendo 1,68% de acuerdo al último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

Tabla N° 18 Proyección de la Demanda

AÑOS	DEMANDA
	UNIDADES DE PRODUCTO
2016	8.560
2017	8.704
2018	8.850
2019	8.999
2020	9.150

Fuente: Investigación de campo (Encuesta población ciudad de Otavalo)

Elaborado por: las autoras

En la tabla anterior se presenta demanda existente en la ciudad de Otavalo, tomando en cuenta que en el estudio de campo realizado, la mayoría de los encuestados no conoce que existan chocolates para personas diabéticas, con edulcorante natural por esto se debe hacer conocer el producto con promociones y publicidad.

Determinación de la Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se la llega a determinar una vez obtenida la oferta del producto y la demanda a continuación los resultados obtenidos.

Tabla N° 19 Determinación Demanda Insatisfecha

AÑOS	(a) DEMANDA PROYECTADA	(b) OFERTA PROYECTADA	(a - b) DEMANDA INSATISFECHA 150 gramos	DEMANDA INSATISFECHA en gramos	DEMANDA INSATISFECHA 40 gramos
2016	8.560	1.008	7.552	1.132.800	28.320
2017	8.704	1.025	7.679	1.151.831	28.796
2018	8.850	1.042	7.808	1.171.182	29.280
2019	8.999	1.060	7.939	1.190.858	29.771
2020	9.150	1.077	8.072	1.210.864	30.272

Fuente: Tabla N° 17 y 18.

Elaborado por: las autoras

De acuerdo en el cuadro existe demanda insatisfecha, la cual se pretende captar con la creación de la microempresa productora y distribuidora de chocolate para personas con diabetes.

Análisis de precios

En el mercado el producto, presenta varios precios de acuerdo a la marca, la microempresa fijará el precio del producto de acuerdo a los aspectos de competencia, costos de producción y el mercado, para determinar el precio del producto.

Las marcas encontradas a disposición de los consumidores en Fybeca son:

Tabla N° 20 Precio de la competencia

EMPRESA CHOCOLATE DIETÉTICO	GRAMOS	PRECIO DE VENTA
VALOR	150	\$ 10,27
VALOR	100	\$ 7,10
PACARI	200	\$ 3,88

Fuente: Investigación de campo (Fybeca 2015)

Elaborado por: las autoras

Los precios que se indican en la tabla anterior se consideran altos, sin embargo no se puede plantear precios bajos en el producto nuevo, ya que su precio estará fijado por el costo de producción, en el estudio económico financiero.

Estrategia de distribución

La nueva microempresa busca canales de distribución adecuados, para tener éxito en ventas del producto. Para llegar al consumidor final se ha escogido el canal de distribución más corto, ya que en la encuesta aplicada determinan los respondientes que desearían adquirir los productos, en tiendas el 56%; y en supermercados el 35%, siendo las opciones más destacadas.

Gráfico N° 17 Distribución



Elaborado por: las autoras

Estrategias de promoción

Estrategia de promoción en el mercado, parte con la utilización de medios masivos de comunicación local, en la investigación de campo los encuestados, afirman que sea impulsado en televisión 65%, en canales locales pertenecientes a la provincia de Imbabura, como el TVN, o el canal de la Universidad Técnica del Norte.

Además el 22% de los encuestados indican que debería ser transmitido en radio, como la EXA o CANELA, las más sintonizadas.

Conclusión

Luego de haber realizado la investigación de la demanda, oferta, y establecer la demanda insatisfecha, se puede indicar que un grupo de la población del cantón Otavalo gusta del chocolate, y consumirá esta golosina más aún si está indicada para personas diabéticas, ya que presenta ser bajo en azúcar, siempre garantizando la calidad del producto

Además la demanda de chocolate para personas diabéticas, crece por que incrementan los casos de personas con esta afección médica, conjuntamente de personas con un cambio de mentalidad, que desean cuidar su salud, mediante la prevención, información que conlleva a determinar la factibilidad y necesidad de implantar la microempresa de chocolate para personas diabéticas.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Introducción

El estudio técnico se determina y se optimiza la capacidad de producción que tendrá la planta, recursos económicos, financieros y humanos, tecnología, distribución de la microempresa, presupuesto y la determinación del capital de trabajo.

4.2 Objetivo general del estudio técnico

Investigar y establecer el tamaño, localización, equipos, instalaciones y la organización óptimos requeridos para iniciar con la producción de chocolate endulzado con stevia.

4.3 Localización del proyecto

La determinación de la localización del proyecto, se realizó un análisis para seleccionar la localización más adecuada.

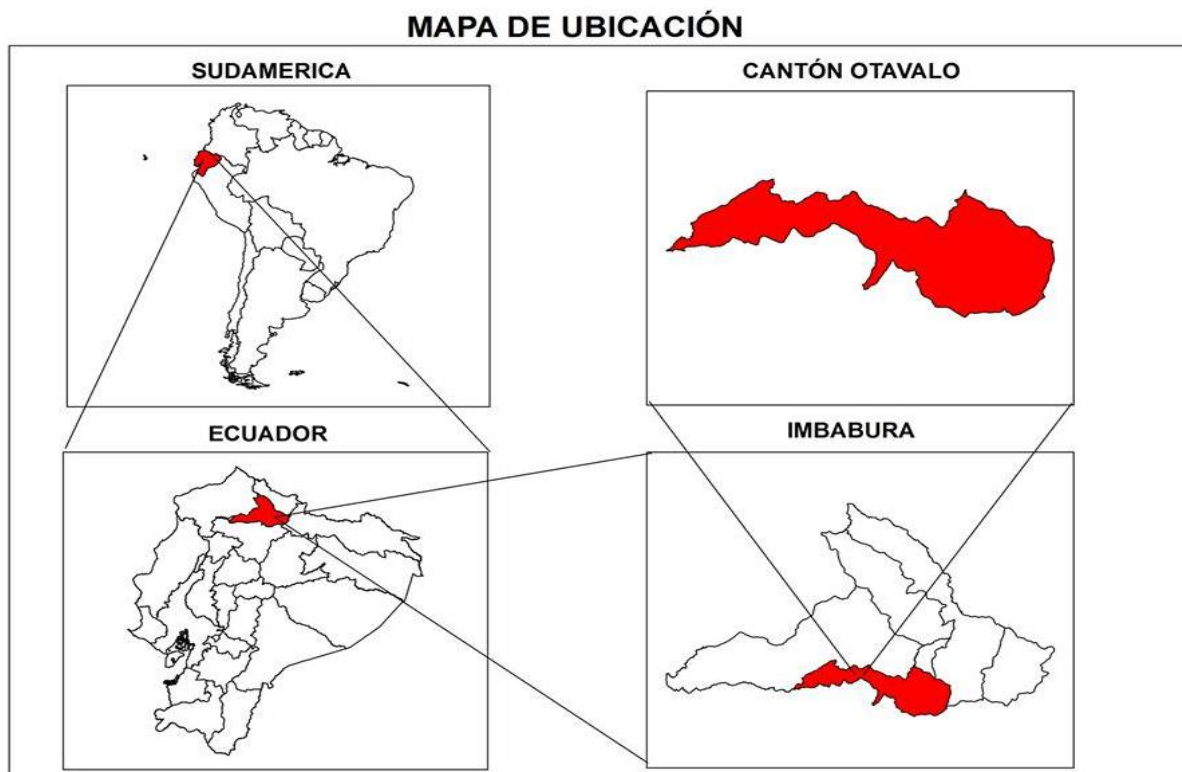
4.3.1 Macro localización

El presente proyecto se realizará en Ecuador, es un país de América ubicado en la región noroccidental de América del Sur. Sus límites al norte con Colombia, al oeste con el océano Pacífico y al sur y al este con Perú. El océano Pacífico baña la costa occidental y lo separa de las Islas Galápagos. El territorio continental es surcado de norte a sur la cordillera de los Andes.

Ecuador, está conformada por 4 Regiones: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular. Actualmente dividida en 24 provincia (Ecuadorextremo, 2012)

El cacao es parte de la identidad agrícola del Ecuador desde hace un siglo y uno de los productos no petroleros de mayor exportación, con 109 000 TM en el primer semestre del 2015; esto es, 27 000 TM más que en el mismo período del 2014 (Revista Líderes, 2015)

Figura N° 1 Mapa de ubicación



Fuente: IGM. Instituto Geográfico Militar 2015

Elaborado por: Las autoras

La Provincia de Imbabura está ubicada al norte del territorio ecuatoriano, en la hoya occidental del Chota. En ella existen valles muy fértiles, como los de Ibarra, Otavalo, Cotacachi y Chota; limita al norte con la provincia del Carchi, al sur la provincia de Pichincha, al este la provincia de Sucumbíos, al oeste la provincia de Esmeraldas, compuesta de siete cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro, San Miguel de Ibarra.

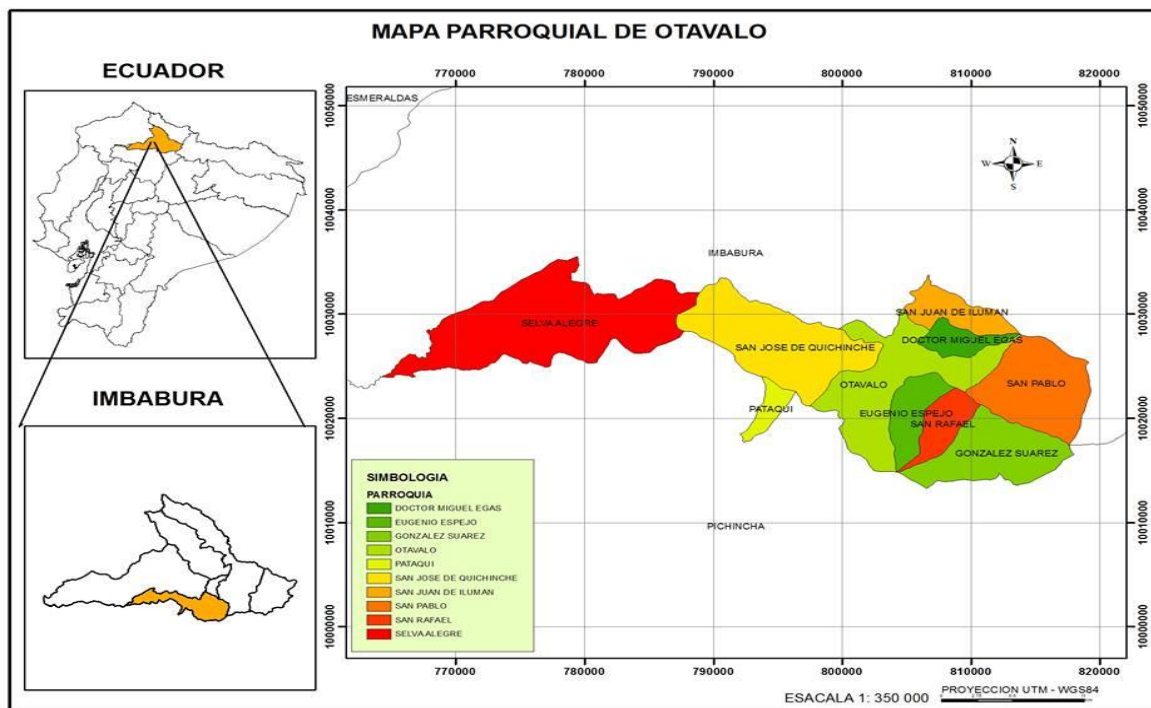
Se ha tomado en cuenta la provincia de Imbabura ya que desde el año 2010 se ha incentivado la siembra de cacao, ya sea en la parroquia de Lita, en la zona de Intag, como parte de un proyecto de introducción de cacao en Imbabura, impulsado por el Fondo Ítalo

Ecuatoriano y la Prefectura de Imbabura. En el lugar se entregaron cerca de 10 000 plantas, de la variedad nacional fino de aroma mejorado (Comercio E. , 2010).

4.3.2 Micro localización

El micro localización se determina en el cantón Otavalo, la ciudad está ubicada a 110 kilómetros al norte de Quito, capital del Ecuador; asentada en un amplio valle, a una altura de 2.565 m.s.n.m. Limita al norte: con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

Figura N° 2 Cantón Otavalo



Fuente: IGM. Instituto Geográfico Militar 2015

Elaborado por: Las autoras

Con la ayuda del método cualitativo por puntos, tomando como base las parroquias urbanas existentes en el cantón Otavalo, para designar el lugar más apropiado para la instalación de la microempresa.

Tabla N° 21 Matriz de factores

FUERZAS LOCACIONALES	%	Parroquia El Jordán		Parroquia San Luis	
		Puntos	Ponderación	Puntos	Ponderación
Servicios Básicos:	30%				
Agua potable	10%	10	1,00	10	1,00
Energía Eléctrica	10%	10	1,00	10	1,00
Teléfono	10%	10	1,00	10	1,00
Comercialización:	25%				
Vías de acceso	10%	10	1,00	5	0,50
Internet	5%	10	0,50	10	0,50
Transporte	10%	10	1,00	10	1,00
Espacios Físicos:	20%				
Adquisición de terreno	20%	20	2,00	10	1,00
Seguridad:	15%				
Policía - Bomberos	15%	5	0,75	5	0,75
Aceptación Comunidad	10%	10	1,00	5	0,50
TOTAL	100%		9,25		7,25

Fuente: Investigación Directa 2015

Elaborado por: Las autoras

Servicios básicos

En la elaboración del producto es necesario tener a la disposición todos los servicios básicos, cabe indicar que las dos parroquias urbanas poseen agua potable, energía eléctrica y teléfono, otorgando una ponderación de 3 puntos a cada parroquia.

Comercialización

Para realizar la comercialización del producto es necesario tener a disposición vías de acceso en buen estado, que facilite el transporte del producto, y la materia prima, las dos parroquias prestan este servicio sin embargo se asigna mayor puntuación a el Jordán, ya que tiene mayor cercanía a la vía panamericana; en lo referente a internet y transporte, las dos parroquias poseen este servicio.

Espacios Físicos.

Se ha considerado evaluar el espacio físico con la adquisición de terreno en cada una de las parroquias, determinando que el lugar más apropiado para la adquisición del mismo es en la parroquia El Jordán, por estar más cerca a la panamericana y por el costo de los terrenos del sector más económicos.

Seguridad.

Es de vital importancia la seguridad, por ello se toma en cuenta la cercanía de la Policía y Bomberos, en las dos parroquias se encuentran amparadas por Unidad de Policía Comunitaria y Bomberos.

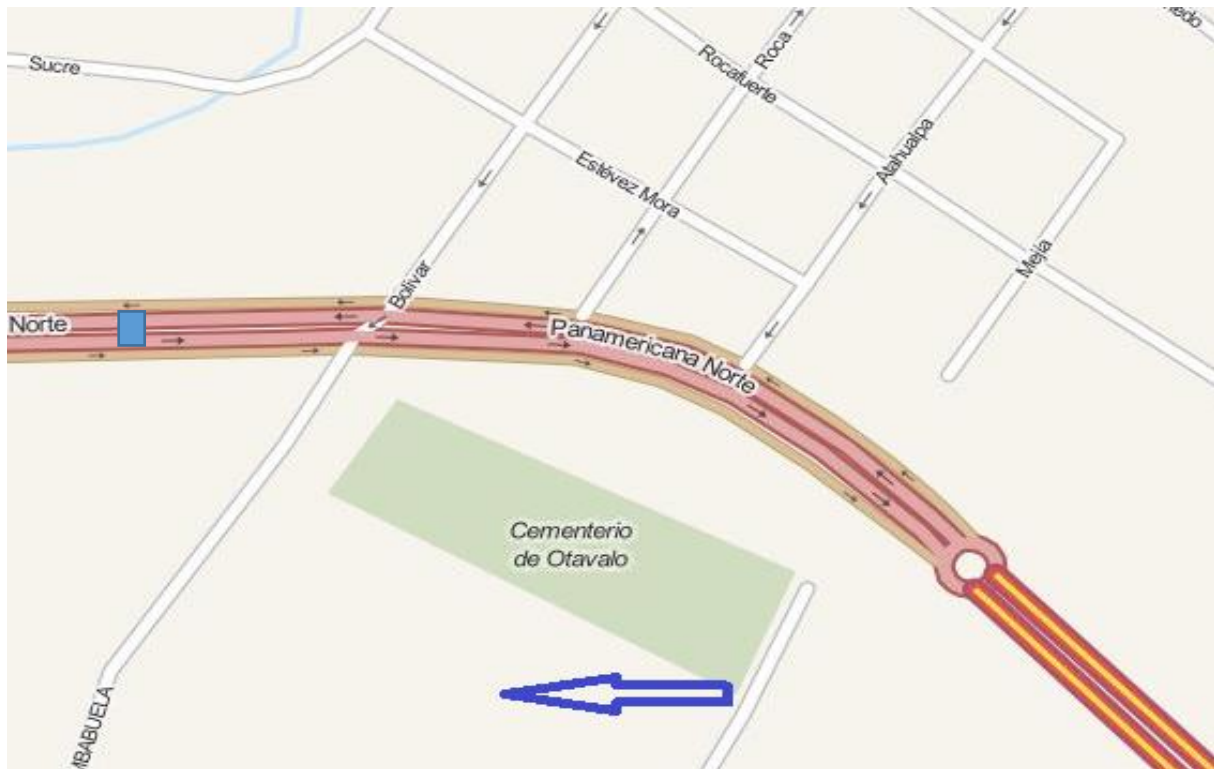
Aceptación Comunidad

Como se realizó indagación a la población del cantón Otavalo sobre la aceptación de la creación de la microempresa, en las dos parroquias urbanas, existe el apoyo de los habitantes en ver crecer económicamente a la ciudad de Otavalo.

4.3.3 Ubicación de la microempresa.

La ubicación de la microempresa es el cantón Otavalo, parroquia el Jordán, barrio Proaño Maya, calle Posada de Ubidia y Walambari.

Figura N° 3 Ubicación de la microempresa



Fuente: (Ecuador, MI nube, 2015)

Elaborado por: las autoras

La ilustración anterior indica el lugar donde se sitúa el terreno, cerca de la vía panamericana norte, permitiendo el fácil acceso de la materia prima y la distribución del producto, en el cual se edificará la microempresa productora y comercializadora de chocolate para personas diabéticas en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

4.4 Ingeniería del proyecto

En la ingeniería del proyecto se busca resolver lo referente a las instalaciones y funcionamiento de la unidad productiva.

4.4.1 Análisis de la distribución física

La distribución física es la que proporciona las condiciones de trabajo aceptables para iniciar la producción, buscando condiciones óptimas de seguridad y bienestar a sus integrantes. La microempresa explora en su distribución una integración total, minimizando distancias de recorrido y espacios realmente necesarios.

Área Administrativa

El Área Administrativa, está conformada por lo financiero, contable y de recursos humanos, además de brindar apoyo técnico a producción.

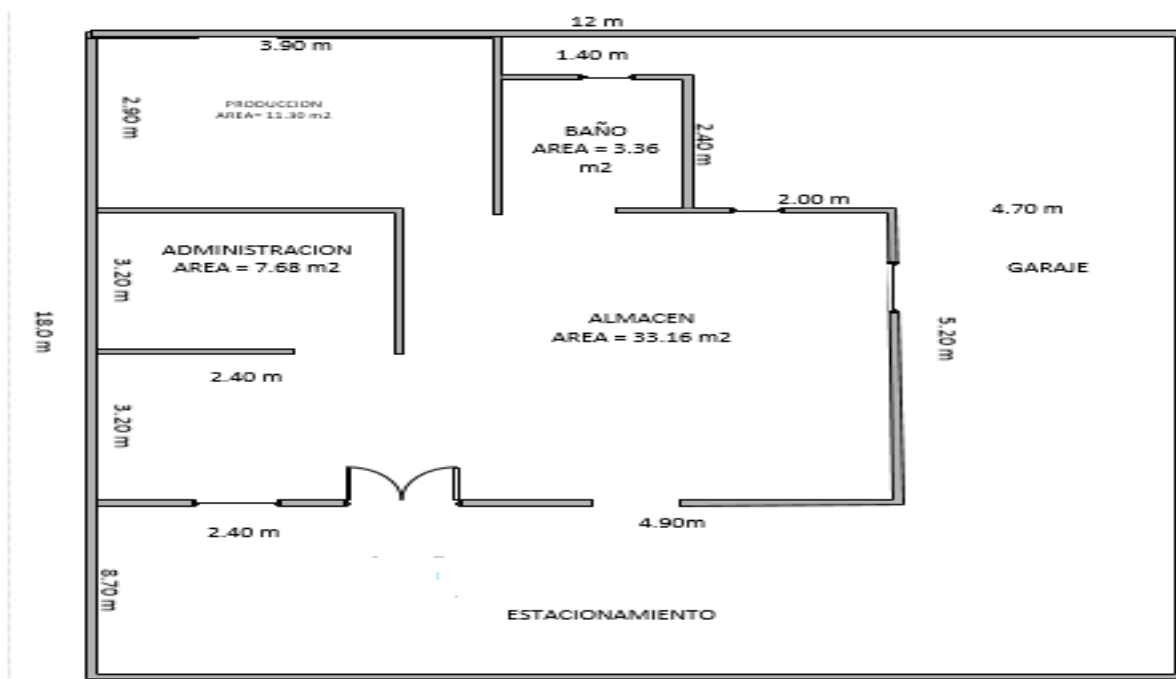
Área de Producción

La función de producción de la microempresa consta de todas las actividades que convierten la materia prima (cacao) en un chocolate exquisito elaborado con edulcorante natural.

Almacén

En el área de almacén, se desarrolla la comercialización y distribución del nuevo producto, además de tener en perchas a exhibición del cliente.

Figura N° 4 Distribución física de la microempresa



Elaborado por: Las autoras

4.4.2 Flujo grama de proceso

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza para la elaboración de chocolates para personas diabéticas, que la característica principal del chocolate, es endulzado con stevia, un edulcorante natural.

A continuación se detalla el proceso.

Recepción de la materia prima

Las habas de cacao, ya fermentadas, secas y enfriadas serán almacenadas en sacos para ser transportadas a las planta de la microempresa.

La microempresa se proveerá de la materia prima proveniente del cantón Cotacachi, parroquia García Moreno, comunidad Guallavilla, existiendo varios productores de cacao, entre ellos la Sra. Gloria Alvarado y el Sr Pablo Quinde, quienes vienen realizando esta actividad hace varios años, y están prestos a proveer de cacao a la microempresa Nestle. (2016). *Nestle*. Obtenido de <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/fabricacion-chocolate>.

Trituración

Antes de la trituración deben ser limpiadas, partiéndose en trocitos más pequeños. Las habas de cacao son de un tamaño similar a una almendra y también tienen una ligera cáscara. Por ello, una vez trituradas se separa la cáscara de haba de cacao a través de unos aspiradores, gracias a que pesa menos. El haba ya limpia y triturada, llamada “grué” pasará a ser tostada en el proceso de torrefacción Nestle. (2016). *Nestle*. Obtenido de <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/fabricacion-chocolate>.

Torrefacción

Es la torrefacción un delicado proceso que impacta el color, el aroma y el sabor del producto final, pues es en este proceso donde el haba de cacao desarrolla más de 400 aromas.

Las habas de cacao se tuestan a una temperatura que oscila entre 120 y 150 grados centígrados durante un tiempo variable que puede llegar a 25 minutos. Temperatura y tiempo de tostado son las variables claves a controlar para obtener un sabor y otro de chocolate. Conseguir el punto exacto de torrefacción es clave para obtener después el mejor chocolate Nestle. (2016). *Nestle*. Obtenido de <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/fabricacion-chocolate>.

Molienda

Una vez tostadas las habas son molidas de nuevo. En el molido las habas alcanzan mayor temperatura, y gracias a que el haba de cacao tiene un alto contenido en materia grasa (manteca) el “grué” se convierte, después de molido, en una masa líquida llamada pasta o licor de cacao que irá directamente al mezclado.

La molienda convierte los nibs en una finísima pasta o licor cacao de la que se extrae parte de la acidez que contiene el producto. Durante el proceso se une este licor a la manteca de cacao, azúcar y derivados lácteos Nestle. *Nestle*. Obtenido de <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/fabricacion-chocolate>.

Mezclado

Para elaborar el chocolate se vierten en una mezcladora diferentes ingredientes en función del tipo de chocolate:

Chocolate negro: pasta de cacao, manteca de cacao, stevia.

"AGROECOSOL" empresa dedicada a Medicina Salud y Belleza, es quien produce stevia en Imbabura Nestle. (2016). *Nestle*. Obtenido de <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/fabricacion-chocolate>.

Refinación

La textura de esta mezcla de ingredientes es granulosa por lo que se hace pasar por unas máquinas con cinco rodillos por los que va avanzando la mezcla a la vez que disminuyendo el tamaño de las partículas hasta obtener un polvo fino. Es un proceso esencial pues confiere al chocolate gran parte de su finura y calidad Nestle. (2016). *Nestle*. Obtenido de <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/fabricacion-chocolate>.

Conchado

Para que la mezcla alcance toda su finura y untuosidad y acabe de desarrollar todos los aromas, el cacao se somete al proceso de conchado, proceso en que la mezcla será amasada durante horas o incluso durante días, y donde perderá parte de los aromas amargos y ácidos y desarrollará todos los aromas más preciados en el chocolate. Durante el conchado se añade manteca de cacao y lecitina con el fin de incrementar la fluidez de la mezcla. También se incorpora aroma natural de vainilla que permitirá darle el gusto definitivo deseado. Es el conchado, junto con la torrefacción, el otro proceso clave en la elaboración de chocolate Nestle. (2016). *Nestle*. Obtenido de <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/fabricacion-chocolate>.

Templado

El templado o atemperado es el proceso de enfriamiento controlado del chocolate para permitir una perfecta cristalización de la manteca de cacao. Es otro proceso esencial para que el chocolate tenga el aspecto (brillante) y textura (fina, fundente) adecuados Nestle. (2016).

Nestle. Obtenido de <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/fabricacion-chocolate>.

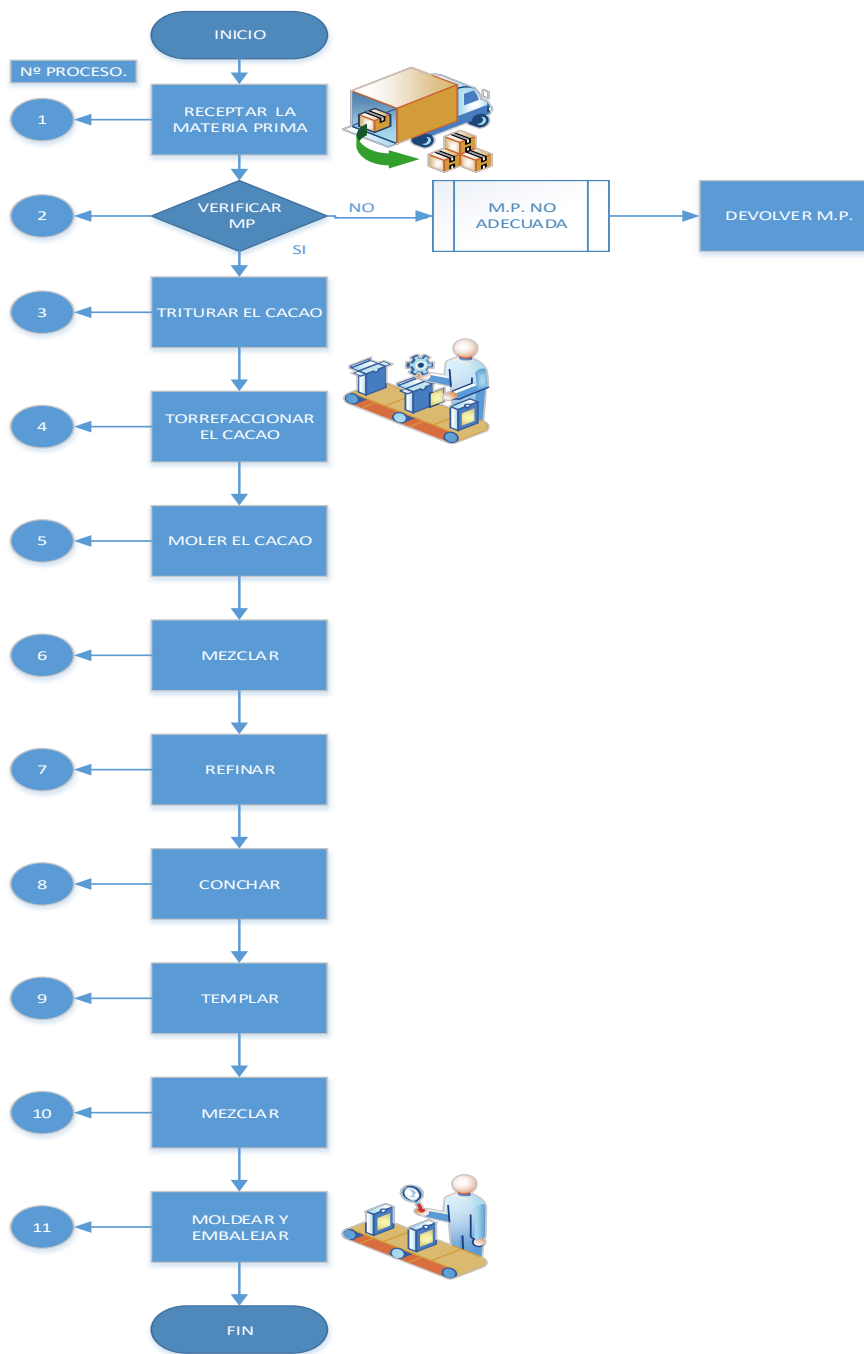
Mezcla

En el caso de querer fabricar chocolate con otros ingredientes: avellanas, almendras, galleta en este paso es ahora el momento de incorporarlos *Nestle*. (2016). *Nestle*. Obtenido de <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/fabricacion-chocolate>.

Moldeo y embalaje

Por último es hora de dar al chocolate la forma deseada vertiéndolo en moldes (tabletas, bombones, chocolatinas...) que después se hacen pasar por un túnel de enfriado. A la salida nuestros chocolates están listos para ser envasados y distribuidos, siempre a una temperatura controlada (entre 15 y 17 grados) para garantizar que llegan a ti en perfecto estado. Finalmente el producto se enfría, se envasa y se distribuye *Nestle*. (2016). *Nestle*. Obtenido de <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/fabricacion-chocolate>.

Figura N° 5 Flujograma de proceso de elaboración de chocolate para diabéticos



Fuente: (Nestle, 2016).

Elaborado por: las autoras

4.4.3 Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto se basa en la demanda insatisfecha determinada, en el estudio de mercado, limitando a que la microempresa produzca lo demandado por la población,

expandingo su tamaño de acuerdo al crecimiento en ventas del producto. Para iniciar se procederá a producir el 76,2711864% de la demanda insatisfecha.

4.4.4 Presupuesto técnico.

Terreno

A continuación se detalla el costo de terreno de 200 m², ubicado en la parroquia El Jordán del cantón Otavalo.

Tabla N° 22 Terreno

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Terreno	m ²	216	\$ 74,07	\$ 16.000,00

Fuente: Proformas

Elaborado por: las autoras

Infraestructura

La infraestructura a realizarse en el proyecto es de magnitud pequeña ya que se iniciará con poca producción hasta poder expandir el mercado del nuevo producto.

Tabla N° 23 Infraestructura

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Infraestructura	m ²	216	\$ 185,18	\$ 40.000,00

Fuente: Proformas

Elaborado por: las autoras

Maquinaria y equipo

Para la realización dentro del proceso de elaboración del chocolate en barra elaborado con edulcorante natural, es necesario adquirir la siguiente maquinaria para su transformación.

Balanzas Electrónicas 100 Kg con sensibilidad de 10 gramos

Balanza de 80 cm x 60 cm

Opera a corriente y batería recargable

Pantalla de gran luminosidad

Capacidad de 0 kg a 100 kg

Molino pasta de cacao

Máquina que muele granos de cacao y otros en forma homogénea, operación y mantenimiento fáciles.

Productividad (Kg/h) = Muele 250 kg por hora con cortes de 4 hasta 17mm

Voltaje para la maquina (voltios) = 220

Suministro Vida útil (años) = 10 años, motor monofásico

Mano de obra necesaria = 1 personas; para cargado y para recepción

Tostador

Máquina que sirve para tostar granos de café, cacao, maca, maní y cereales, permite tostar granos de diversos productos, tiene control de temperatura.

Productividad (Kg/h) = 50 a 60.

Voltaje para la maquina (voltios) = 220 ó 380

Suministro Vida útil (años) = 10 años, motor monofásico

Mano de obra necesaria = 1 personas; para cargado y para recepción

Molino refinador de cacao

Máquina que sirve para refinar la pasta de cacao mediante cinco rodillos, posee control de temperatura y tolva para carga de cacao; construido íntegramente en acero inoxidable.

Productividad (Kg/h) = 200 a 300

Voltaje para la maquina (voltios) = 220

Suministro Vida útil (años) = 10 años, motor trifásico

Mano de obra necesaria = 1 personas; para cargado y recepción

Amasadora

Amasadoras son equipamientos industriales diseñados para preparar masas alimentarias, químicas, cerámicas o otro tipo de preparados, substituyendo el trabajo manual a través de un sistema mecanizado que permite producir continuamente grandes cantidades de masa. Las amasadoras son mayoritariamente compuestas por:

Artesa para colocación de ingredientes

Elemento de amasadura (gancho, tenedor, brazo o otro sistema)

Motores que accionan los movimientos de la artesa y del gancho

Correlación de procesos tecnológicos que permiten a los operadores el control del proceso de amasadura y de otros procesos de trabajo (control de ingredientes, programar tiempos y velocidades)

Tabla N° 24 Maquinaria y equipo

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Balanzas Electrónicas 100 Kg con sensibilidad de 10 gramos	Unidad	1	200,00	200,00
Molino pasta de cacao	Unidad	1	400,00	400,00
Tostador	Unidad	1	325,00	325,00
Molino refinador de cacao	Unidad	1	9.300,00	9.300,00
Amasadora	Unidad	1	850,00	850,00
Moldes para chocolate	Unidad	50	8,99	449,50
			TOTAL	\$11.524,50

Fuente: Proformas

Elaborado por: las autoras

Muebles y enseres

Es necesario la adquisición de muebles y enseres para cada área o sección de la microempresa.

Tabla N° 25 Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Escritorios	Unidad	3	135,00	405,00
Sillas giratorias	Unidad	3	55,00	165,00
Sillones para recepción	Unidad	2	75,00	150,00
Teléfono-fax	Unidad	1	110,00	110,00
Archivadores	Unidad	2	90,00	180,00
TOTAL				\$ 1.010,00

Fuente: Proformas

Elaborado por: las autoras

Equipo de computación

El personal de la microempresa debe llevar registro, por lo que es necesario adquirir lo siguiente:

Tabla N° 26 Equipo de computación

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Equipo de cómputo: Modelo: CORE i7 Capacidad disco duro:1.000 Gb.	Unidad	2	719,04	1.438,08
TOTAL				\$ 1.438,08

Fuente: Proformas

Elaborado por: las autoras

Talento Humano

En lo concerniente a la necesidad de talento humano dentro de la microempresa se requiere contratar personal apto, detallando el siguiente:

Tabla N° 27 Talento humano

TALENTO HUMANO			
Descripción	Número Personal	Sueldo	
Gerente	1	1	700,00
Auxiliar Contable	1	1	450,00
Secretaria	1	1	430,00
Operadores	2	2	400,00
Asesor temporal de laboratorio	1	1	100,00

Elaborado por: las autoras

Costo de producción

El costo de producción está integrado por los rubros de materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, rubros necesarios para la fabricación del chocolate.

Materia prima directa.

La materia prima se constituye de los materiales necesarios para la elaboración del chocolate, como son:

Tabla N° 28 Materia prima directa en unidades

MATERIA PRIMA DIRECTA				
PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Cacao	kilogramo	10,00	40,00	480,00
Canela	gramo	40,00	160,00	1.920,00
edulcorante natural	kilogramo	5,00	20,00	240,00
leche	Litro	13,00	52,00	624,00
vainilla	Litro	0,10	0,40	4,80

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: las autoras

Es necesario determinar su valor económico para posteriormente asignar un precio que cubre el costo de producción y una utilidad a la microempresa.

Tabla N° 29 Materia prima directa en dólares

MATERIA PRIMA DIRECTA					
(en dólares)					
PRODUCTO	PRECIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL	
Cacao	\$ 1,50	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 720,00	
Canela	\$ 0,05	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 96,00	
edulcorante natural	\$ 4,00	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 960,00	
leche	\$ 0,75	\$ 9,75	\$ 39,00	\$ 468,00	
vainilla	\$ 2,00	\$ 0,20	\$ 0,80	\$ 9,60	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: las autoras

Mano de obra directa

En lo referente a la mano de obra directa está integrada por el personal que participe directamente en la elaboración del producto, para ello se verifica la necesidad de un operador, a continuación se detalla el desglose de su remuneración.

Tabla N° 30 Mano de Obra directa

OPERADOR		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Básico Unificado	\$ 380,00	\$ 4.560,00
Aporte Patronal	\$ 46,17	\$ 554,04
Fondos de Reserva	\$ 31,67	
Décimo Tercer Sueldo	\$ 31,67	\$ 380,00
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 30,50	\$ 366,00
TOTAL	\$ 520,00	\$ 5.860,04

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: las autoras

Costos indirectos de fabricación

Está compuesto por materia prima y mano de obra indirecta, se determina la necesidad de contratar periódicamente a un laboratorista, encargado de tomar muestras de producción y analizar su calidad; además de otros costos indirectos de fabricación como la depreciación de la maquinaria y los servicios básicos correspondientes en producción.

Tabla N° 31 Costos indirectos de fabricación

DESCRIPCIÓN	Unidades anuales	Precio unitario	Valor total Anual (en dólares)	Valor mensual (en dólares)
Materia Prima Indirecta				
Papel seda	21.600,00	\$ 0,01	\$ 108,00	\$ 9,00
Fundas	1.800	\$ 0,01	\$ 18,00	\$ 1,50
Cajas	360	\$ 0,05	\$ 16,20	\$ 1,35
Mano de Obra Indirecta				
Laboratorista			1.200,00	100,00
Otros CIF				
Depreciación de maquinarias	11.524,50	10	\$ 1.152,45	\$ 96,04
Servicios Básicos			\$ 300,00	\$ 25,00
Agua potable	300	\$ 0,33	\$ 99,00	
Luz electrica	2.513	\$ 0,08	\$ 201,00	
TOTAL			\$ 2.794,65	\$ 232,89

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: las autoras

Gastos Administrativos

La microempresa productora, comercializadora y distribuidora de chocolate, requiere contratar personal idóneo, que se encuentre capacitado y con experiencia en las áreas a desempeñar, de esta manera asegurar un trabajo eficiente.

Cabe señalar el sueldo básico unificado y sus beneficios de ley, del gerente.

Tabla N° 32 Gasto Sueldo Administrativo

GERENTE		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Básico Unificado	\$ 700,00	\$ 8.400,00
Aporte Patronal	\$ 85,05	\$ 1.020,60
Fondos de Reserva	\$ 58,33	
Décimo Tercer Sueldo	\$ 58,33	\$ 700,00
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 30,50	\$ 366,00
TOTAL	\$ 932,22	\$ 10.486,60

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: las autoras

Para el área contable se contratará los servicios de un auxiliar contable.

Tabla N° 33 Gasto Sueldo Administrativo

AUXILIAR CONTABLE		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Básico Unificado	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Aporte Patronal	\$ 54,68	\$ 656,10
Fondos de Reserva	\$ 37,50	
Décimo Tercer Sueldo	\$ 37,50	\$ 450,00
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 30,50	\$ 366,00
TOTAL	\$ 610,18	\$ 6.872,10

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: las autoras

Suministros de oficina

Es necesario en la microempresa tomar en cuenta suministros de oficina mensual siendo este el siguiente:

Tabla N° 34 Suministros de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Papel bon (resma)	2	\$ 3,75	\$ 7,50
Utiles básicos de oficina	5	\$ 0,35	\$ 1,75
Tinta para impresora (varios colores)	1	\$ 24,00	\$ 24,00
Carpetas	5	\$ 2,25	\$ 11,25
		TOTAL	\$ 44,50

Fuente: Proformas

Elaborado por: las autoras

Servicios Básicos

Los servicios básicos son necesarios, para las actividades de la microempresa, para ello se estima el siguiente consumo anual:

Tabla N° 35 Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Energía Eléctrica (Kwh)			
Consumo (Kwh)	2.400	\$ 0,08	\$ 192,00
Agua			
Consumo (m3)	240	\$ 0,33	\$ 79,20
Teléfono			
Consumo (min)	3.600	\$ 0,10	\$ 360,00
Internet			
Plan \$ 20	240		\$ 240,00
		TOTAL	\$ 871,20

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: las autoras

Gastos de venta

El gasto de venta constituye una herramienta importante para la comercialización del producto.

Tabla N° 36 Gastos sueldo de venta

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Básico Unificado	\$ 430,00	\$ 5.160,00
Aporte Patronal	\$ 52,25	\$ 626,94
Fondos de Reserva	\$ 35,83	
Décimo Tercer Sueldo	\$ 35,83	\$ 430,00
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 30,50	\$ 366,00
TOTAL	\$ 584,41	\$ 6.582,94

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: las autoras

Se incurrirá en gasto de transporte en distribuir el producto con el alquiler del servicio de transporte ya sea de una camioneta o taxi.

Tabla N° 37 Gastos sueldo transporte

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Gasto transporte	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL	\$ 50,00	\$ 600,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: las autoras

La publicidad es importante para dar a conocer el nuevo producto, esto se realizará en el diario de mayor circulación de la zona norte, de igual manera en la estación radial más sintonizada.

Tabla N° 38 Gasto publicidad

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Publicidad radial	\$ 45,00	\$ 540,00
Publicidad escrita	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL	\$ 65,00	\$ 780,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: las autoras

Capital de trabajo

El capital de trabajo es el rubro necesario para operar las actividades de la microempresa, se ha considera de un mes, ya que la comercialización del producto es en este tiempo.

Tabla N° 39 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Materia Prima Directa	\$ 187,80
Mano de obra Directa	\$ 488,34
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 232,89
Gastos Administrativos	
Sueldo Personal Administrativos	\$ 1.446,56
Suministros de Oficina	\$ 44,50
Servicios Básicos	\$ 72,60
Gastos de Ventas	
Sueldo Personal Ventas	\$ 548,58
Publicidad	\$ 65,00
Gasto transporte	\$ 50,00
SUBTOTAL	\$ 3.136,26
Imprevistos 5%	\$ 156,81
TOTAL	\$ 3.293,07

Fuente: cuadros anteriores

Elaborado por: las autoras

Inversión total del proyecto

La inversión total del proyecto, está constituida por la inversión en propiedad, planta y equipo y el capital de trabajo necesario.

Tabla N° 40 Inversión total del proyecto

INVERSIÓN TOTAL	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Propiedad, planta y equipo	\$ 69.972,58
Capital de trabajo	\$ 3.293,07
TOTAL	\$ 73.265,65

Fuente: cuadros anteriores

Elaborado por: las autoras

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Inversión

En la inversión se identifica y valora los componentes de la estructura de la inversión total del presente proyecto.

Tabla N° 41 Presupuesto de Inversión Total

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		\$ 69.972,58
Terreno	\$ 16.000,00	
Infraestructura	\$ 40.000,00	
Muebles y Enseres	\$ 1.010,00	
Equipo de Computación	\$ 1.438,08	
Maquinaria y Equipo	\$ 11.524,50	
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 3.293,07
TOTAL		\$ 73.265,65

Fuente: Estudio técnico 2015

Elaborado por: las autoras

5.2 Proyecciones de Ventas, Costos y Gastos

En la proyección de ventas se establece la cantidad de unidades a vender de chocolates, según el estudio de mercado, y la capacidad de producción.

El precio de cada chocolate de 40 gramos, se la realiza mediante el costo de producción, más gastos operacionales (Gastos de venta y administrativos), aplicando un margen de utilidad del 30% sobre el costo de cada chocolate de 40 gramos, mediante la siguiente fórmula:

$$\text{PRECIO} = \frac{\text{Costo de Producción} + \text{Gastos de Operación}}{\text{Volumen estimado de Ventas}} + \text{Margen de Utilidad}$$

$$\text{PRECIO} = \frac{10.908,29 + 23.644,26 + 7.962,94}{21.600 \text{ u}} + 0,59$$

PRECIO = \$ 2,56

Proyección de Ventas

Las ventas se proyectan con un crecimiento del 20% en unidades para cada año subsiguiente, y su incremento del precio de acuerdo a la inflación del año 2015 3,40%.

Tabla N° 42 Ventas Netas

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Chocolate en barra endulzado con stevia (unidades de 40gramos)	21.600	25.920	31.104	37.325	44.790
PRECIO	\$ 2,56	\$ 2,65	\$ 2,74	\$ 2,83	\$ 2,92
TOTAL	\$ 55.270,14	\$ 68.579,19	\$ 85.093,05	\$ 105.583,46	\$ 131.007,96

Elaborado por: las autoras

5.3 Costo de Producción

El costo de producción se compone de desembolso de recursos, directamente relacionadas con la producción del chocolate, entre los cuales tenemos materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

5.3.1 Materia Prima Directa

Los materiales directos necesarios para elaborar el chocolate elaborado con edulcorante natural stevia se detallan a continuación

Tabla N° 43 Materia prima directa en unidades

MATERIA PRIMA DIRECTA				
PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Cacao	kilogramo	10,00	40,00	480,00
Canela	gramo	40,00	160,00	1.920,00
edulcorante natural	kilogramo	5,00	20,00	240,00
leche	Litro	13,00	52,00	624,00
vainilla	Litro	0,10	0,40	4,80

Fuente: Estudio técnico 2015

Elaborado por: las autoras

Tabla N° 44 Materia prima directa en dólares

MATERIA PRIMA DIRECTA					
(en dólares)					
DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Cacao	\$ 720,00	\$ 893,38	\$ 1.108,50	\$ 1.375,43	\$ 1.706,63
Canela	\$ 96,00	\$ 119,12	\$ 147,80	\$ 183,39	\$ 227,55
edulcorante natural	\$ 960,00	\$ 1.191,17	\$ 1.478,00	\$ 1.833,90	\$ 2.275,51
leche	\$ 468,00	\$ 580,69	\$ 720,53	\$ 894,03	\$ 1.109,31
vainilla	\$ 9,60	\$ 11,91	\$ 14,78	\$ 18,34	\$ 22,76
TOTAL	\$ 2.253,60	\$ 2.796,27	\$ 3.469,61	\$ 4.305,09	\$ 5.341,76

Fuente: Estudio técnico 2015

Elaborado por: las autoras

5.3.2 Mano de Obra Directa

La mano de obra directa, compuesta por un operador, la proyección se realiza de acuerdo a la tasa de crecimiento del 6,11% del sueldo básico unificado de los últimos cinco años.

Tabla N° 45 Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA					
DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo Básico					
Unificado	\$ 4.560,00	\$ 4.838,62	\$ 5.134,26	\$ 5.447,96	\$ 5.780,83
Aporte Patronal	\$ 554,04	\$ 587,89	\$ 623,81	\$ 661,93	\$ 702,37
Fondos de Reserva		\$ 403,22	\$ 427,85	\$ 454,00	\$ 481,74
Décimo Tercer Sueldo	\$ 380,00	\$ 403,22	\$ 427,85	\$ 454,00	\$ 481,74
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 366,00	\$ 388,36	\$ 412,09	\$ 437,27	\$ 463,99
TOTAL	\$ 5.860,04	\$ 6.621,31	\$ 7.025,87	\$ 7.455,15	\$ 7.910,66

Fuente: Estudio técnico 2015

Elaborado por: las autoras

5.3.3 Costos Indirectos de Fabricación.

Los costos indirectos de fabricación están conformados por: materia prima indirecta, conformada por papel seda, fundas y cajas en las que se empacará los chocolates; en mano de obra indirecta, integrada por el trabajo temporal de un especialista analista en alimentos; y otros costos indirectos de fabricación, la depreciación de maquinaria y equipo y servicios básicos en el área de producción.

Tabla N° 46 Costos indirectos de fabricación

DESCRIPCIÓN	Unidades anuales	Precio unitario	Valor total Anual (en dólares)
Materia Prima Indirecta			
Papel seda	21.600,00	\$ 0,01	\$ 108,00
Fundas	1.800	\$ 0,01	\$ 18,00
Cajas	360	\$ 0,05	\$ 16,20
Mano de Obra Indirecta			
Laboratorista			1.200,00
Otros CIF			
Depreciación de maquinarias	11.524,50	10	\$ 1.152,45
Servicios Básicos			\$ 300,00
Agua potable	300	\$ 0,33	\$ 99,00
Luz eléctrica	2.513	\$ 0,08	\$ 201,00
TOTAL			\$ 2.794,65

Fuente: Estudio técnico 2015

Elaborado por: las autoras

A continuación el total de costo de producción, incurrido en la producción de chocolates.

Tabla N° 47 Costos indirectos de fabricación totales

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020	
Materia Prima Indirecta						
Papel seda	\$ 108,00	\$ 134,01	\$ 166,28	\$ 206,31	\$ 255,99	
Fundas	\$ 18,00	\$ 22,33	\$ 27,71	\$ 34,39	\$ 42,67	
Cajas	\$ 16,20	\$ 20,10	\$ 24,94	\$ 30,95	\$ 38,40	
Mano de Obra Indirecta						
Laboratorista	\$ 1.200,00	\$ 1.273,32	\$ 1.351,12	\$ 1.433,67	\$ 1.521,27	
Otros CIF						
Depreciación de maquinarias	\$ 1.152,45	\$ 1.152,45	\$ 1.152,45	\$ 1.152,45	\$ 1.152,45	
Servicios Básicos	\$ 300,00	\$ 310,20	\$ 320,75	\$ 331,65	\$ 342,93	
TOTAL	\$ 2.794,65	\$ 2.912,41	\$ 3.043,25	\$ 3.189,42	\$ 3.353,71	

Fuente: Estudio técnico 2015

Elaborado por: las autoras

Costo de producción total

En el costo de producción se agrupan los tres elementos del costo, que ayuda a determinar el costo de cada unidad de chocolate

Tabla N° 48 Costo de producción

COSTO DE PRODUCCIÓN					
DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Materia Prima					
Directa	\$ 2.253,60	\$ 2.796,27	\$ 3.469,61	\$ 4.305,09	\$ 5.341,76
Mano de Obra					
Directa	\$ 5.860,04	\$ 6.621,31	\$ 7.025,87	\$ 7.455,15	\$ 7.910,66
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 2.794,65	\$ 2.912,41	\$ 3.043,25	\$ 3.189,42	\$ 3.353,71
TOTAL	\$ 10.908,29	\$ 12.329,99	\$ 13.538,72	\$ 14.949,66	\$ 16.606,12

Fuente: Estudio técnico 2015

Elaborado por: las autoras

5.4 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son los demandados en las actividades que apoyan en la producción de chocolates.

5.4.1 Sueldos Administrativos

La proyección de los sueldos es con la tasa de crecimiento del sueldo básico unificado de los últimos años cinco años 6,11%.

Tabla N° 49 Proyección Sueldos Administrativos

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo Básico					
Unificado	\$ 13.800,00	\$ 14.643,18	\$ 15.537,88	\$ 16.487,24	\$ 17.494,61
Aporte Patronal	\$ 1.676,70	\$ 1.779,15	\$ 1.887,85	\$ 2.003,20	\$ 2.125,60
Fondos de Reserva		\$ 1.220,27	\$ 1.294,82	\$ 1.373,94	\$ 1.457,88
Décimo Tercer Sueldo	\$ 1.150,00	\$ 1.220,27	\$ 1.294,82	\$ 1.373,94	\$ 1.457,88
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 732,00	\$ 776,73	\$ 824,18	\$ 874,54	\$ 927,98
TOTAL	\$ 17.358,70	\$ 19.639,58	\$ 20.839,56	\$ 22.112,86	\$ 23.463,95

Fuente: Estudio técnico 2015

Elaborado por: las autoras

5.4.2 Suministros de Oficina y Servicios Básicos Administrativos.

La proyección de estos rubros se la realiza de acuerdo a la inflación acumulada 2015, que es de 3,40%.

Tabla N° 50 Proyección de Suministros y Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Suministros de Oficina	\$ 534,00	\$ 552,16	\$ 570,93	\$ 590,34	\$ 610,41
Servicios Básicos	\$ 871,20	\$ 900,82	\$ 931,45	\$ 963,12	\$ 995,86
TOTAL	\$ 1.405,20	\$ 1.452,98	\$ 1.502,38	\$ 1.553,46	\$ 1.606,28

Fuente: Estudio técnico 2015

Elaborado por: las autoras

5.4.3 Depreciación

La depreciación se aplica de acuerdo a la legislación vigente.

Tabla N° 51 Depreciación

DESCRIPCIÓN	VIDA ÚTIL	2016	2017	2018	2019	2020
Infraestructura	20	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Muebles y Enseres	10	\$ 101,00	\$ 101,00	\$ 101,00	\$ 101,00	\$ 101,00
Equipo de Computación	3	\$ 479,36	\$ 479,36	\$ 479,36	\$ 528,25	\$ 528,25
Maquinaria y Equipo	10	\$ 1.152,45	\$ 1.152,45	\$ 1.152,45	\$ 1.152,45	\$ 1.152,45
TOTAL		\$ 3.732,81	\$ 3.732,81	\$ 3.732,81	\$ 3.781,70	\$ 3.781,70

Fuente: Estudio técnico 2015

Elaborado por: las autoras

Consecutivamente se integran en un solo cuadro todos los gastos administrativos.

Tabla N° 52 Total Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Gasto sueldos y salarios administrativos	\$ 17.358,70	\$ 19.639,58	\$ 20.839,56	\$ 22.112,86	\$ 23.463,95
Suministro de oficina	\$ 534,00	\$ 552,16	\$ 570,93	\$ 590,34	\$ 610,41
Servicios Básicos	\$ 871,20	\$ 900,82	\$ 931,45	\$ 963,12	\$ 995,86
Depreciación Infraestructura	\$ 2.000,00	2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Depreciación Equipo de Computo	\$ 479,36	\$ 479,36	\$ 479,36	\$ 528,25	\$ 528,25
Dep. Muebles y Enseres	\$ 101,00	\$ 101,00	\$ 101,00	\$ 101,00	\$ 101,00
Gasto de Constitución	\$ 2.300,00				
TOTAL	\$ 23.644,26	\$ 23.672,92	\$ 24.922,30	\$ 26.295,57	\$ 27.699,48

Fuente: Estudio técnico 2015

Elaborado por: las autoras

5.5 Gasto Financiero

El gasto financiero está integrado por los intereses que se deben pagar por el préstamo obtenido. La inversión total es de \$ **73.265,65** por lo tanto se ve la necesidad de financiar el proyecto, por medio del Banco del Pichincha, por el monto de \$30.000,00, correspondiente al 41% del total, la diferencia por capital propio.

Tabla N° 53 Gastos Financiero

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Interés	\$ 6.388,00	\$ 5.474,68	\$ 4.333,29	\$ 2.906,88	\$ 1.124,26

Fuente: Estudio técnico 2015

Elaborado por: las autoras

La tabla de amortización, indica el interés mensual y el aporte de capital, para el pago de cada cuota mensual, por el plazo de cinco años a un interés del 22,5% se detalla a continuación

Tabla N° 54 Tabla de Amortización

N°	CAPITAL		INTERÉS		SALDO DE LA DEUDA
	SALDO	CUOTA	SALDO	CUOTA	
					50.227,10
1	30.000,00	274,62	20.227,10	562,50	49.389,98
2	29.725,38	279,77	19.664,60	557,35	48.552,86
3	29.445,61	285,01	19.107,25	552,11	47.715,75
4	29.160,60	290,36	18.555,15	546,76	46.878,63
5	28.870,24	295,80	18.008,38	541,32	46.041,51
6	28.574,44	301,35	17.467,07	535,77	45.204,39
7	28.273,10	307,00	16.931,30	530,12	44.367,27
8	27.966,10	312,75	16.401,18	524,36	43.530,15
9	27.653,34	318,62	15.876,81	518,50	42.693,04
10	27.334,73	324,59	15.358,31	512,53	41.855,92
11	27.010,13	330,68	14.845,78	506,44	41.018,80
12	26.679,45	336,88	14.339,34	500,24	40.181,68
13	26.342,58	343,20	13.839,10	493,92	39.344,56
14	25.999,38	349,63	13.345,18	487,49	38.507,44
15	25.649,75	356,19	12.857,69	480,93	37.670,33
16	25.293,57	362,86	12.376,76	474,25	36.833,21
17	24.930,70	369,67	11.902,51	467,45	35.996,09
18	24.561,03	376,60	11.435,06	460,52	35.158,97
19	24.184,43	383,66	10.974,54	453,46	34.321,85
20	23.800,77	390,85	10.521,08	446,26	33.484,73

N°	CAPITAL		INTERÉS		SALDO DE LA DEUDA
	SALDO	CUOTA	SALDO	CUOTA	
21	23.409,92	398,18	10.074,81	438,94	32.647,62
22	23.011,74	405,65	9.635,88	431,47	31.810,50
23	22.606,09	413,25	9.204,41	423,86	30.973,38
24	22.192,84	421,00	8.780,54	416,12	30.136,26
25	21.771,83	428,90	8.364,43	408,22	29.299,14
26	21.342,94	436,94	7.956,21	400,18	28.462,02
27	20.906,00	445,13	7.556,03	391,99	27.624,91
28	20.460,87	453,48	7.164,04	383,64	26.787,79
29	20.007,39	461,98	6.780,40	375,14	25.950,67
30	19.545,41	470,64	6.405,26	366,48	25.113,55
31	19.074,77	479,47	6.038,78	357,65	24.276,43
32	18.595,30	488,46	5.681,13	348,66	23.439,31
33	18.106,85	497,61	5.332,47	339,50	22.602,20
34	17.609,23	506,95	4.992,96	330,17	21.765,08
35	17.102,29	516,45	4.662,79	320,67	20.927,96
36	16.585,84	526,13	4.342,12	310,98	20.090,84
37	16.059,70	536,00	4.031,14	301,12	19.253,72
38	15.523,70	546,05	3.730,02	291,07	18.416,60
39	14.977,65	556,29	3.438,95	280,83	17.579,49
40	14.421,37	566,72	3.158,12	270,40	16.742,37
41	13.854,65	577,34	2.887,72	259,77	15.905,25
42	13.277,30	588,17	2.627,94	248,95	15.068,13
43	12.689,14	599,20	2.378,99	237,92	14.231,01
44	12.089,94	610,43	2.141,07	226,69	13.393,89
45	11.479,51	621,88	1.914,39	215,24	12.556,78
46	10.857,63	633,54	1.699,15	203,58	11.719,66
47	10.224,09	645,42	1.495,57	191,70	10.882,54
48	9.578,67	657,52	1.303,86	179,60	10.045,42
49	8.921,16	669,85	1.124,26	167,27	9.208,30
50	8.251,31	682,41	956,99	154,71	8.371,18
51	7.568,90	695,20	802,28	141,92	7.534,07
52	6.873,70	708,24	660,36	128,88	6.696,95
53	6.165,47	721,52	531,48	115,60	5.859,83
54	5.443,95	735,04	415,88	102,07	5.022,71
55	4.708,91	748,83	313,80	88,29	4.185,59
56	3.960,08	762,87	225,51	74,25	3.348,47
57	3.197,21	777,17	151,26	59,95	2.511,36
58	2.420,04	791,74	91,31	45,38	1.674,24
59	1.628,30	806,59	45,94	30,53	837,12
60	821,71	821,71	15,41	15,41	0,00

Elaborado por: las autoras

Tabla N° 55 Resumen tabla de amortización

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
PRINCIPAL	\$ 3.657,42	\$ 4.570,74	\$ 5.712,13	\$ 7.138,54	\$ 8.921,16
INTERÉS	\$ 6.388,00	\$ 5.474,68	\$ 4.333,29	\$ 2.906,88	\$ 1.124,26
TOTAL	\$ 10.045,42	\$ 10.045,42	\$ 10.045,42	\$ 10.045,42	\$ 10.045,42


Elaborado por: las autoras

5.6 Estados Financieros Proyectados.

Los estados financieros proyectados se pueden definir como aquello que se espera lograr en un determinado tiempo.

5.6.1 Estado de Situación Financiera.

Este Balance general muestra una situación financiera futura probable, indicando las diferentes inversiones y su financiamiento.

CHOCONATURAL		BALANCE GENERAL	
		Al 31 de Diciembre del 2016	
			
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			
Capital de Trabajo		\$	3.293,07
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			
Terreno		\$	16.000,00
Infraestructura		\$	40.000,00
Muebles y Enseres		\$	1.010,00
Equipo de Computación		\$	1.438,08
Maquinaria y Equipo		\$	11.524,50
	TOTAL	\$	69.972,58
	TOTAL ACTIVO	\$	<u>73.265,65</u>
PASIVO			
Prestamo por pagar		\$	30.000,00
PATRIMONIO			
Capital Propio		\$	43.265,65
	TOTAL	\$	<u>73.265,65</u>
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:	

5.6.2 Proyecciones de Estado de Pérdidas y Ganancias

La proyección de este estado determina la utilidad o pérdida que se estima obtener para cada año de proyección, dentro de la microempresa.

Tabla N° 56 Tabla Impuesto a la Renta 2016

Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto a la Fracción Básica	% Impuesto a la fracción excedente
0	11.170	0	
11.170	14.240	0	5%
14.240	17.800	153	10%
17.800	21.370	509	12%
21.370	42.740	938	15%
42.740	64.090	4.143	20%
64.090	85.470	8.413	25%
85.470	113.940	13.758	30%
113.940	En adelante	22.299	35%

Fuente: Resolución NAC-DGERCGC15-00003195

Tabla N° 57 Proyecciones de Estado de Pérdidas y Ganancias

CHOCONATURAL

Estado de Pérdidas y Ganancias



DESCRIPCIÓN CUENTAS	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas Netas	\$ 55.270,14	\$ 68.579,19	\$ 85.093,05	\$ 105.583,46	\$ 131.007,96
(-) Costos de Producción	\$ 10.908,29	\$ 12.329,99	\$ 13.538,72	\$ 14.949,66	\$ 16.606,12
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 44.361,85	\$ 56.249,20	\$ 71.554,33	\$ 90.633,80	\$ 114.401,84
(-) Gastos Administrativos	\$ 23.644,26	\$ 23.672,92	\$ 24.922,30	\$ 26.295,57	\$ 27.699,48
(-) Gastos de Ventas	\$ 7.962,94	\$ 8.868,35	\$ 9.371,54	\$ 9.904,15	\$ 10.467,95
Utilidad Operativa	\$ 12.754,65	\$ 23.707,93	\$ 37.260,50	\$ 54.434,08	\$ 76.234,40
(-) Gastos Financieros	\$ 6.388,00	\$ 5.474,68	\$ 4.333,29	\$ 2.906,88	\$ 1.124,26
Utilidad Neta antes del 15%					
Participación Trabajadores	\$ 6.366,65	\$ 18.233,25	\$ 32.927,21	\$ 51.527,20	\$ 75.110,13
(-) 15 % Part Trabajadores	\$ 955,00	\$ 2.734,99	\$ 4.939,08	\$ 7.729,08	\$ 11.266,52
Utilidad antes de Impuestos	\$ 5.411,65	\$ 15.498,27	\$ 27.988,13	\$ 43.798,12	\$ 63.843,61
(-) Impuesto a la Renta	\$ -	\$ 278,82	\$ 1.930,71	\$ 4.354,62	\$ 8.363,72
Utilidad Neta	\$ 5.411,65	\$ 15.219,45	\$ 26.057,42	\$ 39.443,50	\$ 55.479,89

Elaborado por: las autoras

5.6.2 Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja proyectado, permite saber si la microempresa tiene un déficit o un excedente de efectivo, ya que presenta las entradas y salidas de efectivo.

Tabla N° 58 Flujo de Caja

CHOCONATURAL

Flujo de Caja



DESCRIPCIÓN CUENTAS	2016	2017	2018	2019	2020
	\$				
INVERSIÓN	73.265,65				
	\$				
Propia	43.265,65				
	\$				
Préstamo	30.000,00				
INGRESOS					
Utilidad Neta	\$ 5.411,65	\$ 15.219,45	\$ 26.057,42	\$ 39.443,50	\$ 55.479,89
Depreciación de Activos Fijos	\$ 3.732,81	\$ 3.732,81	\$ 3.732,81	\$ 3.781,70	\$ 3.781,70
Valor en libros					\$ 36.795,50
TOTAL INGRESOS	\$ 9.144,46	\$ 18.952,26	\$ 29.790,23	\$ 43.225,21	\$ 96.057,10
EGRESOS					
Pago Principal	\$ 3.657,42	\$ 4.570,74	\$ 5.712,13	\$ 7.138,54	\$ 8.921,16
Reinversión (Activos Fijos)				\$ 1.584,76	
TOTAL EGRESOS	\$ 3.657,42	\$ 4.570,74	\$ 5.712,13	\$ 8.723,31	\$ 8.921,16
	\$				
FLUJO NETO DE CAJA	73.265,65	\$ 5.487,04	\$ 14.381,51	\$ 24.078,10	\$ 34.501,90
					\$ 87.135,95

Elaborado por: las autoras

5.7 Evaluación de la Inversión

Con las entradas de efectivo, en el flujo de caja proyectado anteriormente presentado se procede a realizar la evaluación económica y financiera del proyecto.

Tasa de redescuento

Es necesario determinar la tasa de redescuento

Tabla N° 59 Determinación de la tasa de redescuento

RUBROS	VALOR	% ESTRUC	TASA	PRODUCTO
Crédito	30.000,00	0,41	0,2250	0,0921
Propio	43.265,65	0,59	0,0525	0,0310
	73.265,65			0,1231
			Inflación	0,0340
			tasa de redescuento	0,1571

Elaborado por: las autoras

La tasa de redescuento es del 15,71%, la cual servirá para la evaluación del proyecto y determinar su posibilidad de inversión.

5.7.1 Valor Actual Neto

El valor actual neto VAN es un indicador de la rentabilidad del proyecto, mide en el momento inicial del mismo, tomando como base de cálculo la tasa de redescuento la cual es de 0,1571 Mediante la utilización de la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$VAN = \frac{5.487,04}{(1 + 0,1571)^1} + \frac{14.381,51}{(1 + 0,1571)^2} + \frac{24.078,10}{(1 + 0,1571)^3} + \frac{34.501,90}{(1 + 0,1571)^4} + \frac{87.135,95}{(1 + 0,1571)^5} - 73.265,65$$

$$VAN = 4.741,92 + 10.740,83 + 15.540,75 + 19.244,62 + 42.003,00 - 73.265,65$$

$$VAN = 92.271,11 - 73.265,65$$

$$VAN = \$ 19.005,46$$

El Valor actual neto obtenido es positivo, indicando que el proyecto de producción de chocolate con edulcorante natural es factible.

5.7.2 Tasa Interna de Retorno. TIR

La tasa interna de retorno se la obtiene a continuación.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left(\frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts} \right)$$

DETERMINACIÓN DEL VAN SUPERIOR $t=0,20$

$$VAN = \frac{5.487,04}{(1 + 0,20)^1} + \frac{14.381,51}{(1 + 0,20)^2} + \frac{24.078,10}{(1 + 0,20)^3} + \frac{34.501,90}{(1 + 0,20)^4} + \frac{87.135,95}{(1 + 0,20)^5} - 73.265,65$$

$$VAN = 4.572,53 + 9.987,16 + 13.934,08 + 16.638,65 + 35.017,98 - 73.265,65$$

$$VAN = 80.150,41 - 73.265,65$$

$$VAN = \$ 6.884,75$$

$$TIR = 0,1571 + (0,20 - 0,1571) \left[\frac{19.005,46}{19.005,46 - 6.884,75} \right]$$

$$TIR = 0,1571 + (0,0429) \left[\frac{19.005,46}{12.120,71} \right]$$

$$TIR = 0,1571 + 0,06726$$

$$TIR = 0,2243$$

La Tasa Interna de Retorno es de 22,43%, lo que significa que la realización de la inversión en el proyecto es viable.

5.7.3 Costo/Beneficio

El costo-beneficio es un por eficiencia, motivación, es un planteamiento formal para tomar decisiones.

$$\text{COSTO} - \text{BENEFICIO} = \frac{\text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{COSTO} - \text{BENEFICIO} = \frac{92.271,11}{73.265,65}$$

$$\text{COSTO} - \text{BENEFICIO} = \$ 1,259$$

El valor de costo beneficio obtenido es de \$ 1,25, determina que la inversión del proyecto es viable, ya que por cada dólar invertido, se genera \$ 0,25 centavos de utilidad.

5.7.4 Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación de la inversión es un método que estima en que tiempo se recuperará la inversión

Tabla N° 60 Flujos de Efectivos Actualizados Acumulados

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS ACUMULADOS
2016	\$ 5.487,04	\$ 4.741,92	\$ 4.741,92
2017	\$ 14.381,51	\$ 10.740,83	\$ 15.482,75
2018	\$ 24.078,10	\$ 15.540,75	\$ 31.023,50
2019	\$ 34.501,90	\$ 19.244,62	\$ 50.268,12
2020	\$ 87.135,95	\$ 42.003,00	\$ 92.271,11

Elaborado por: **las autoras**

La inversión total es de \$73.265,65, como se revela para el cuarto año acumulado, ya se ha recuperado el 68%, de la inversión.

En el flujo actualizado del año quinto, se estima la proporción mensual, dividiendo para los doce meses del año.

$$\text{Flujo actualizado año 5} = 42.003,00$$

$$\text{Estimación mensual} = \frac{42.003,00}{12} = 3.500,25$$

$$73.265,65 - 50.268,12 = 22.997,53$$

$$\text{Meses} = \frac{22.997,53}{3.500,25} = 6,57$$

Los cálculos elaborados determinan que la recuperación de la inversión se la realizará en 4 años, 6 meses y 17 días aproximadamente.

5.7.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de ventas, en el que la microempresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero.

$$P.E. \$ = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}}$$

Tabla N° 61 Costos Fijos

DESCRIPCIÓN	2016
Mano de Obra Directa	5.860,04
Mano de Obra Indirecta	1.200,00
Depreciaciones Activos Fijos	3.732,81
Gasto Financiero	6.388,00
Sueldo Personal Administrativo	17.358,70
Sueldo Personal Ventas	6.582,94
Gasto Transporte	600,00
Gasto Publicidad	780,00
TOTAL	42.502,49

Elaborado por: las autoras

Tabla N° 62 Costos variables

DESCRIPCIÓN	2016
Materiales Directos	9,60
Materiales Indirectos	142,20
Suministros de Oficina	534,00
Servicios Básicos	871,20
Otros CIF	1.452,45
TOTAL	3.009,45

Elaborado por: las autoras

$$P.E. \$ = \frac{42.502,49}{1 - \frac{3.009,45}{55.270,14}}$$

$$P.E. \$ = \frac{42.502,49}{0,94555}$$

$$P.E. \$ = \$ 44.950,01$$

Las ventas anuales para el año 2016, deben no ser menores a \$ 44.950,01, para cubrir costos y gastos.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA MICROEMPRESA

6.1 Introducción

La estructura administrativa de la microempresa, la filosofía microempresarial, que enfoque a sus miembros a alcanzar metas específicas, con la eficiencia de los recursos para el logro de los objetivos.

6.2 Base legal

La microempresa individual que se va a constituir se denominara Choconatural

Nombre o razón social: Choconatural

Figura jurídica/natural: Se constituirá como persona natural

Representante legal: Jacqueline Campo

Para la constitución legal, el proyecto será considerado como una microempresa, debido al tamaño y número de trabajadores.

El capital inicial es de \$ 73.845,57; cuyo aporte de capital propio es de \$ 33.845,57 y un crédito de \$40.000,00

El domicilio será en la república del Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Otavalo, en las parroquias urbanas.

Se ha considerado microempresa ya que su capital no supera \$100.000, además que está conformada por cinco integrantes.

Entre los trámites que se debe realizar para legalizar la creación de la microempresa:

Patente y el permiso del municipio de Otavalo

- Copia de cédula y certificado de votación
- Copia del RUC
- Copia de la última declaración del IVA
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Formulario de declaración de la patente compra en tesorería
- Si el local es arrendado traer contrato de arriendo

Permiso de Cuerpo de Bomberos

- Solicitar la inspección del local a utilizarse.
- Copia de cédula y RUC
- Luego de la inspección emiten el número de accesorios de primeros auxilios que debe tener la microempresa
- Como el número de extintores
- Señal ética
- Detectores de humo
- Salida de emergencias, y diferentes sugerencias.

Permiso de funcionamiento de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia**Sanitaria ARCSA**

- Procedimiento de Solicitud:
- Ingrese al Sistema <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Genere un usuario y contraseña si es primera vez, caso contrario utilice el ya creado.
- Llene la solicitud

- Verifique el código y los requisitos en la Guía de Requisitos para la obtención del Permiso de Funcionamiento
- Los siguientes requisitos no son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes.
- Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren (Perfil Representantes Técnicos de Plantas Procesadoras de Alimentos).
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.
- Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo, si fuera el caso
- Imprima la orden de pago para cancelar el valor indicado, en cualquier sucursal del Banco del Pacífico.
- Después de 72 horas se validará su pago y podrá imprimir su factura y permiso de funcionamiento

6.3 Denominación de la microempresa

La microempresa es de producción y comercialización de chocolate endulzado con edulcorante natural, de acuerdo al sector que pertenece es privada.

Figura N° 6 Nombre de la microempresa

Choconatural

6.4 Logotipo

El logotipo planteado para la microempresa, se presenta a continuación.

Figura N° 7 Logotipo 1



Colores

El color violeta que es el que resalta en la imagen representa una marca creativa, imaginativa y sabia, usado para calmar y apaciguar, por tal razón es usado con frecuencia en productos de belleza o anti-edad.

Diseño

El diseño representado muestra claramente un dulce rodeado de llamativos colores, los mismos que hacen referencia al producto.

Figura N° 8 Logotipo 2



Colores

En su totalidad mencionado logotipo está representado por el color verde, el mismo que es asociado con la naturaleza, de igual manera representa un símbolo de fertilidad y riqueza, teniendo así cierta relación primordial con la salud y la tranquilidad.

Diseño

Se visualiza un diseño más naturalista, ilustrado a través de hojas, mostrando así la calidad del producto el mismo que se muestra vinculado con lo puro y sano.

Figura N° 9 Logotipo 3**Colores**

Está representado por el color verde, el mismo que es asociado con la naturaleza, de igual manera representa un símbolo de fertilidad y riqueza, teniendo así cierta relación primordial con la salud y la tranquilidad. Además, el color naranja representa una marca amigable, alegre y confiable, creando un llamado a la acción: compre, venda, suscríbese, y se lo ve muy presente en compradores impulsivos.

Diseño

El corazón representa vida, y lo importante de mantener un organismo saludable al igual que un estilo de vida equilibrado.

Figura N° 10 Logotipo 4

Colores

Está representado por el color verde, el mismo que es asociado con la naturaleza, de igual manera representa un símbolo de fertilidad y riqueza, teniendo así cierta relación primordial con la salud y la tranquilidad

Diseño

Como se mencionó anteriormente, el corazón representa vida, y lo importante de mantener un organismo saludable al igual que un estilo de vida equilibrado.

Tabla N° 63 Calificación logotipo

Aspectos	1	2	3	4
Imagen			x	
Diseño			x	
Colores			x	

Elaborado por: las autoras

Se ha determinado utilizar el logotipo 3, por sus colores, imagen y diseño.

6.4 Aspectos filosóficos

Misión

“Somos una microempresa dedicada a la producción y comercialización de chocolate, elaborado con edulcorante natural, con el fin de satisfacer a personas que degustan de esta golosina, pero cuidando su salud, brindando un producto de calidad.”

Visión

“Choconatural, en su meta hacia la excelencia, busca ser una microempresa líder en el mercado norte del país productor de chocolate con edulcorante natural, con alta calidad, en los próximos cinco años.”

Objetivos institucionales

Brindar a los clientes productos de calidad, satisfacción plena de los clientes.

Valores institucionales

Calidad

Brindar un chocolate de óptima calidad, a excelente precio, beneficiando la salud de los clientes.

Lealtad

Velar por el buen nombre de Choconatural, dentro y fuera de ella.

Respeto

El respeto involucra la comprensión y la aceptación de la posición de las demás personas.

Solidaridad

La disposición a ayudar a los compañeros de trabajo cuando necesiten de apoyo, cooperar para lograr los objetivos propuestos por Choconatural.

6.5 Estructura Organizacional de la microempresa

Niveles jerárquicos.

Directivo

“Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la microempresa”

GAVILANES, J. (2014). Niveles jerárquicos de la empresa u organización. Obtenido de <http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/>

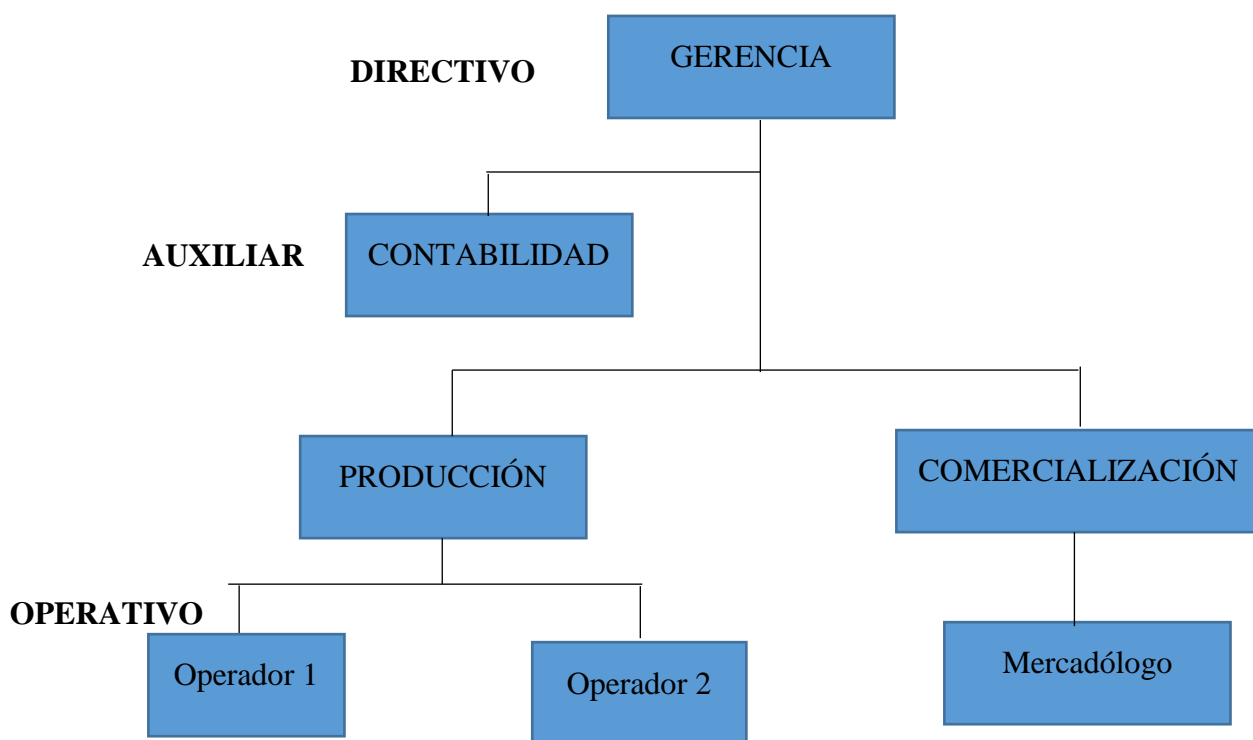
Auxiliar

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

Operativo

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización GAVILANES, J. (2014). Niveles jerárquicos de la empresa u organización. Obtenido de <http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/>.


Figura N° 11 Organigrama



Elaborado por: las autoras

6.6 Manual de descripción de puestos y funciones.


Tabla N° 64 Manual de funciones Gerente General

CHOCONATURAL	
Gerente General	
Nivel Directivo	
Encargado de la dirección, organización, y control de los bienes y recursos que posee la microempresa.	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar periódicamente el desempeño y cumplimiento de metas. • Administrar, representar y organizar la microempresa de forma óptima, para que se cumplan todas las metas que se han establecido. • Diseñar estrategias de mercado, para enfrentar la competencia. • Proponer controles necesarios para los recursos de la microempresa. • Velar porque se cumplan los objetivos y metas, mediante estrategias establecidas por la microempresa. • Buscar mecanismos de publicidad radial y escrita para dar a conocer el nuevo producto. 	
<p>Requisitos para desempeñar el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser profesional en Administración de Empresas, Contabilidad o carreras afines. • Tener conocimientos en administración, contabilidad, mercadeo, finanzas, auditoría, presupuestos, flujos de caja, proyección, medidas de control, manejo de personal. 	

Fuente: **Investigación directa**

Elaborado por: **las autoras**


Tabla N° 65 manual de funciones del Auxiliar contable

CHOCONATURAL	
Auxiliar Contable	
Nivel Auxiliar	
Responder por el manejo adecuado de toda la contabilidad, tributación de la microempresa.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar y dirigir los servicios de contabilidad de la microempresa. • Elaboración de nóminas, liquidación de beneficios sociales y aportes fiscales. • Controlar todos los documentos contables que se originan de las transacciones diarias de la microempresa. • Elaborar las declaraciones impuesto a la Renta e Impuesto al valor agregado y complementario para los pertinentes informes tributarios. • Especificar las normas contables a seguir en la microempresa • Apoyar y asesorar en la solución de problemas. 	
Requisitos para el cargo:	
<ul style="list-style-type: none"> • Ser bachiller contador o egresado de contabilidad. • Experiencia. 	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: las autoras


Tabla N° 66 Manual de funciones Mercadólogo

<p>CHOCONATURAL</p>	
<p>Mercadólogo</p>	
<p>Nivel Ejecutivo</p>	
<p>Principalmente la captación de clientes, expansión de mercado.</p>	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programar planes de venta, enfocado en dar conocer a los clientes de los beneficios del producto, para su salud. • Planificar campañas de publicidad, eventos promocionales, planeación estratégica, asistencia al cliente. • Elaborar y supervisar los presupuestos. • Elaborar alianzas estratégicas en beneficio de le microempresa, para su expansión. • Todas las demás inherentes al cargo que le sean asignadas. 	
<p>Requisitos para desempeñar el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profesional en Administración de Empresas, Mercadotecnia o áreas afines. • Tener experiencia en Mercadeo. 	

Fuente: **Investigación directa**

Elaborado por: las autoras

Tabla N° 67 Manual de funciones Operador

CHOCONATURAL	
Operador	
Nivel Operativo	
Organiza y realiza actividades relacionadas con la producción del producto.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Conoce el proceso de fabricación del producto, teniendo en cuenta la optimización de los recursos. • Habilidad para manipular herramientas o equipos que faciliten el desempeño productivo, para el ahorro de tiempo de los procesos. • Verifica que los procesos de producción del producto se realicen de acuerdo a lo planificado por gerencia. • Capacidad de hacer frente a una situación y manejarla con capacidad física y mental para ejecutar procedimientos en situaciones producidas en el ámbito laboral. • Aprueba las condiciones de los productos listos para salir al mercado, verificando su calidad y presentación. • Realiza el proceso de aseo y desinfección de acuerdo a la programación de tareas en producción. 	
Requisitos para desempeñar el cargo:	
<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller técnico, con conocimientos de procesos de fabricación. • Proactivo con iniciativa a colaborar en todo el proceso productivo. 	

Fuente: **Investigación directa**

Elaborado por: las autoras

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 Introducción

En el análisis de impactos se utiliza una matriz, para cada uno de los aspectos y sus elementos de observación.

Esta técnica consiste en dar valores, al criterio del autor a los elementos de cada aspecto y analizar sus razones. Con la siguiente escala de medición:

Tabla N° 68 Escala de medición de impactos

VALOR	INTERPRETACIÓN
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Se analiza los impactos económico, social, microempresarial y ambiental, se detalla a continuación aplicando la fórmula.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Valor de indicadores}}{\text{Número de indicadores}}$$

7.2 Impacto Económico

Tabla N° 69 Impacto económico

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Empleo						X		2
Ingresos						X		2
Actividad económica							X	3
TOTAL						4	3	7

Elaborado por: las autoras

$$\text{Impacto económico} = \frac{7}{3} = 2,33$$

El resultado de la matriz de impacto económico se encuentra en el nivel medio positivo con 2,33.

Empleo

Al indicador empleo se califica con puntaje dos, ya que si hay generación de empleo a pocos trabajadores.

Ingresos

De igual manera que el anterior se califica dos ya que con la incrementación de fuentes de empleo se generará ingresos económicos en la zona de estudio.

Actividad económica

Se califica este indicador con tres porque la creación de una nueva unidad productiva genera actividad económica, mayor comercio, ingresos y productividad en el cantón Otavalo.

7.3 Impacto Social

Tabla N° 70 Impacto social

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Seguridad familiar							X	3
Salud							X	3
Bienestar							X	3
TOTAL							9	9

Elaborado por: las autoras

$$\text{Impacto social} = \frac{9}{3} = 3$$

El puntaje de la matriz de impacto social se encuentra en el nivel alto positivo con 3.

Seguridad familiar

El obtener un empleo cada miembro del hogar, crea un beneficio a toda la familia, llevando a considerarse seguros y amparados, por ello se considera la máxima calificación.

Salud

El beneficio que conlleva el consumo del chocolate elaborado con edulcorante natural, a la salud se hace acreedor a ser considera con un impacto alto positivo.

Bienestar

El nuevo proyecto siempre se enfocó en buscar el bienestar de todas las personas que degustan el placer a los chocolates, pero por restricción médica no lo pueden hacer, en busca de su bienestar por ello se califica con tres.

7.4 Impacto Microempresarial

Tabla N° 71 Impacto microempresarial

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Crecimiento microempresarial							X	3
Calidad							X	3
Nuevos productos							X	3
TOTAL							9	9

Elaborado por: las autoras

$$\text{Impacto empresarial} = \frac{9}{3} = 3$$

El puntaje de la matriz de impacto empresarial se encuentra en el nivel alto positivo.

Crecimiento microempresarial

La creación de la microempresa genera crecimiento económico dentro del sector industrial, además de ayudar a mejorar la economía del país, por ello se califica con tres.

Calidad

La calidad del producto es primordial, y muy importante para la microempresa, para llegar ser reconocida por la población del norte del país, se califica en el nivel alto positivo.

Nuevos productos

La presentación de nuevos productos en el mercado, genera incertidumbre sin embargo por los beneficios a la salud y la satisfacción plena de las personas que lo consuma se considera un impacto alto positivo.

7.5 Impacto Ambiental

Tabla N° 72 Impacto ambiental

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Medio ambiente						X		2
Reciclaje							X	3
TOTAL						2	3	5

Elaborado por: las autoras

$$\text{Impacto ambiental} = \frac{5}{2} = 2,5$$

El puntaje de la matriz de impacto ambiental se encuentra en el nivel medio positivo con 2,5.

Medio ambiente

La producción del chocolate con edulcorante natural, genera desperdicios pero los mismos serán mitigados de la mejor manera para evitar afectar al medio ambiente.

Reciclaje

Se ayudará al entorno del ambiente, mediante la captación de la atención al reciclaje mediante mensajes referidos a ellos en la envoltura de los chocolates.

7.6 Impacto General del proyecto

Tabla N° 73 Impacto general del proyecto.

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Económico						X		2
Social							X	3
Empresarial							X	3
Ambiental						X		2
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: las autoras

$$\text{Impacto general del proyecto} = \frac{10}{4} = 2,50$$

Luego de realizar un análisis de los impactos económico, social microempresarial y ambiental, de manera particular cada uno de sus indicadores se puede concluir que el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHOCOLATE PARA PERSONAS DIABÉTICAS DE LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”, generará un nivel de impacto medio positivo, determinando que la investigación es factible.

CONCLUSIONES

- Como conclusión en el diagnóstico situacional realizado se enfatiza población diabética en el cantón, partiendo del club de diabéticos, además de producción de cacao en la provincia de Imbabura, como materia prima, en la presente investigación.
- En el estudio de mercado del proyecto se identificó la demanda del producto, debido a que no existe en la provincia empresas o microempresa que elaboren chocolate con edulcorante natural, generando una demanda insatisfecha existente la misma que será captada por la nueva unidad productiva.
- Mediante el estudio técnico realizado se determinó la ubicación del proyecto considerando el lugar más adecuado al contar los principales requerimientos como servicios básicos, seguridad, fácil acceso, de transporte de la materia prima y el producto terminado.
- Los índices financieros del proyecto muestran valores positivos, lo que permite la recuperación de la inversión en un periodo de 4 años y 11 meses, generando una tasa de rendimiento alta, lo que generará fuentes de ingresos a empleados e inversionistas.
- Al constituirnos como microempresa determinamos un modelo de organización vertical, ya que el control y dirección de la misma estará a cargo del dueño propietario.
- El proyecto brindará beneficios positivos antes que negativos permitiendo mejorar la calidad de vida de los involucrados, brindando un producto saludable, con precios bajos y fácil acceso, conservando la calidad natural del producto sin perjudicar al medio ambiente.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda aprovechar el estudio situacional realizado para crear la microempresa encargada de elaborar chocolates endulzados con edulcorante natural stevia.
- Se debe cubrir la demanda insatisfecha obtenida en el estudio de mercado realizado, con la satisfacción plena de los consumidores que buscan una golosina endulzada naturalmente como Choconatural, tanto para personas que tengan diabetes, así como también a quienes gustan de cuidar su salud.
- Se invita a utilizar el estudio técnico realizado, por la ubicación, procedimientos de producción presentados, y presupuestos realizados.
- Aprovechar la factibilidad económica y financiera presentada en el estudio realizado e incentivar a invertir en este proyecto que ayuda a satisfacer las necesidades de personas con diabetes y para aquellas que gustan de cuidar su salud.
- Mantener el manejo de la microempresa a cargo del propietario, el mismo que requerirá actualizar sus conocimientos en cuanto al manejo de personal y cambios en procesos de producción, control y ventas, los que estarán en pro del crecimiento sostenible de la empresa.
- Cada cierto tiempo, realizar encuestas de mercado, capacitaciones, charlas sobre el beneficio del producto, las mismas que permitan pronosticar la demanda futura a fin de obtener una base y considerar una expansión.

BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.
- CASIQUE, J., & Lara, B. A. (2013). *Diabetes Mellitus Tipo 2*. México: Trillas.
- CHIASON, J., DEMERS, J., DESROCHERS, F., FECTEAU, M., FOURNIER, S., GAUTHIER, L., . . . TREMBLAY, D. (2010). *convivir con la diabetes*. Mexico: Pax Mexico.
- CHIAVENATO, I. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración*. Colombia: Nomos. S.A.
- CÓRDOBA, M. (2011). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- GALINDO, C. (2011). *Formulación y Evaluación de planes de negocio*. Ediciones de la U.
- GUAJARDO, G., & ANDRADE, N. (2014). *Contabilidad Financiera*. México: McGraw Hill.
- HIDALGO, P. (2012). *Chocolate*. Madrid: Libsa.
- LARREA, M. V. (2011). *Imbabura un eden*. Quito: Studio 21.
- MADRID, A. (2012). *Curso de manipulador de alimentos*. España: AMV Ediciones.
- OTAVALO, G. (2011). *PLan de Vida*. Otavalo.
- PALACIOS, L. (2012). *Estrategias de creación empresarial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- RIVERA, F., & HERNÁNDEZ, G. (2010). *Administración de proyectos*. México: Prentice Hall.
- SAPAG CHAIN, N. (2011). *Proyectos de inversión Formulación y evaluación*. Chile: Prentice Hall.
- URIBE, & Consultores, A. (2014). *Plan Único de cuentas 2014*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- VARGAS, A. (2013). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. España: IC Editorial.
- ZAPATA, P. (2011). *Contabilidad General: con base en las Normas Internacionales de Información Financiera*. España: McGraw-Hill.

LINKOGRAFÍA

- CARRERA, N. (2012). *Yo nací en este país*. Obtenido de <http://vivenciasecuador.blogspot.com/2012/03/el-micro-financiamiento-en-ecuador.html>
- COMERCIO. (Agosto de 2011). El comercio. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/imbabura-activa-produccion-cacao.html>
- GAVILANES, J. (2014). *Niveles jerárquicos de la empresa u organización*. Obtenido de <http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/>
- INEC. (2014). *Fascículo Imbabura*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1004_OTAVALO_IMBABURA.pdf
- LIDERES. (2011). *Revista Líderes*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/chocolate-diabeticos-primer-paso.html>
- LÍDERES, R. (2013). *Revista Líderes*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/sabor-dulce-preferido-ecuador.html>
- NESTLE. (2016). *Nestle*. Obtenido de <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/fabricacion-chocolate>
- PONCE, T. (2013). *Revista Líderes*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/diabeticos-complacer-paladar.html>
- PROECUADOR. (2011). *Ministerio de comercio exterior*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cacao-y-elaborados/>
- REVISTA LÍDERES. (2015). *Revista Líderes*. Obtenido de *Revista Líderes*: <http://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-produccion-exportaciones-magap.html>
- ROSADO, J. (18 de febrero de 2015). *Webconsultas*. Obtenido de <http://www.webconsultas.com/diabetes/sintomas-de-la-diabetes-379>

ANEXOS

Anexo N° 1 Encuesta dirigida a posibles clientes



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

Señor/a (ita), para su conocimiento, se está realizando un estudio para identificar la necesidad de crear una microempresa productora y comercializadora de chocolate para personas diabéticas, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura; por lo que deseamos conocer su valioso criterio entorno a la particularidad de este producto.

Objetivo. Determinar el grado de aceptación y preferencia de consumo de chocolates con edulcorante natural, para personas diabéticas.

Instructivo. Lea detenidamente cada una de las preguntas y proceda a contestar en la opción que Ud. considera correcta. Por favor conteste con toda sinceridad ya que ésta información será utilizada solo con fines académicos.

1. ¿Le gustan los chocolates?

SI ()

NO ()

2. ¿Cree usted que los chocolates son perjudiciales para su salud?

SI ()

NO ()

3. ¿Por qué motivo restringiría usted el consumo de este dulce?

SALUD ()

PRECIO ()

SABOR ()

CALIDAD ()

4. ¿Considera necesario la creación de una microempresa productora de chocolate para personas diabéticas?

SI ()

NO ()

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una barra de chocolate para diabéticos de 100 gramos?

De \$1 a \$5 ()

De \$6 a \$10 ()

De \$11 a más ()

6. ¿Qué factores usted vería para consumir un chocolate dietético?

Calidad ()

Sabor ()

Variedad ()

Precio ()

7. ¿Considera que existen chocolates aptos para todas las personas, tomando en cuenta su estado de salud?

SI ()

NO ()

8. ¿Cuál debe ser la presentación de los chocolates para diabéticos?

En barra ()

Relleno ()

Bombones ()

Relleno en barra ()

Figuras ()

Como bebida ()

9. ¿Qué cantidad de chocolates para diabéticos, estaría dispuesto adquirir mensualmente?

1 a 5 ()

6 a 10 ()

11 a más ()

10. ¿En el momento de comprar un producto, es cuidadoso(a) con la calidad?

SI ()

NO ()

11. ¿Por qué medio de comunicación, le gustaría conocer sobre este tipo de chocolates para diabéticos?

Televisión ()

Radio ()

Prensa escrita ()

Revistas ()

Páginas Web ()

Catálogos ()

12. ¿El expendio o distribución del producto prefiere?

Tiendas ()

Supermercados ()

Farmacias ()

Por catálogo ()

13. ¿Conoce que exista en el mercado, chocolates para diabéticos?

SI ()

NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 2 Maquinaria



INDUMETAL YACA

Av. Luis E. Cisneros y Panamericana, Sector San Juan

Telf.: Cell: 0986960755

Otavalo-Ecuador

PROFORMA

Cliente: <u>Cristina Ramírez</u> Fecha: <u>26 de marzo de 2016</u> Dirección: <u>Otavalo</u>	Telf: <u>0985719727</u>
---	--------------------------------

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Balanza Electrónica 100 Kg con sensibilidad de 10 gramos	200,00	200,00
1	Molino pasta de cacao, Marca: FISCHER, Modelo MOLROD 500	400,00	400,00
1	Tostador TD 50 / TD 25, construcción acero inoxidable, capacidad 60 kg	3600,00	3600,00
1	Molino refinador de cacao, Marca: FISCHER, Modelo MOLROD 500, potencia 5HP	2800,00	2800,00
1	Amasadora LXS NHZ-3000L	3900,00	3900,00
1	Molde para chocolate, material policarbonato, tiraje 50 unidades	20,00	20,00
		Subtotal	\$ 10.920,00
		Descuento	
		IVA 0%	
		IVA 12%	\$ 1.310,40
		TOTAL	\$ 12.230,40



