



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
(FACAE)

CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA Y LICOR DE JÍCAMA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”

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

AUTORAS: ALMEIDA, C. Verónica C.

LESCANO, O. Daniela A.

TUTOR: Dr. Cesar Cervantes

IBARRA, ABRIL DEL 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene por objeto determinar la factibilidad de crear un centro de procesamiento y comercialización de mermelada y licor de jícama en la ciudad de Ibarra. En primer lugar se efectuó un diagnóstico situacional con la finalidad de recolectar información de la situación actual del sector, y así determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades. El marco teórico – científico contiene toda la información bibliográfica relacionada directamente con el proyecto, la misma que servirá como sustento para el desarrollo de la investigación. En el estudio de mercado se recopiló información a través de encuestas realizadas a los posibles consumidores y proveedores de materia prima, la misma que permitió efectuar un análisis de las variables de mercado, llegando a detectar la existencia de una demanda insatisfecha considerable. El estudio técnico se refiere a la ubicación e ingeniería del proyecto, se considera que la mejor opción para ubicar la planta es el sector industrial de la ciudad de Ibarra. El quinto capítulo se denomina estructura organizacional y es donde se establecen los aspectos filosóficos, legales y el orgánico funcional necesarios para el buen funcionamiento de la organización. En el estudio económico financiero se realizó un análisis de los índices financieros los cuales son positivos, determinando así la viabilidad del proyecto. En el séptimo capítulo se analizó los diferentes impactos que genera el proyecto, a través de matrices con su respectiva valoración cualitativa y cuantitativa.

SUMMARY

This project aims to determine the feasibility of establishing a center for processing and marketing of marmalade and liquor of jícama in the city of Ibarra. In the first place was a diagnosis of the situation, in order to collect information on the current situation of the sector, and thus determine the allies, opponents, risks and opportunities. The theoretical framework scientific contains all the bibliographic information directly related to the project, the same that will serve as sustenance for the development of the research. In the market survey information was gathered through surveys of potential consumers and suppliers of raw material, the same that enabled analysis of the market variables, arriving to detect the existence of a considerable unmet demand. The technical study refers to the location and engineering of the project, believes that the best option to locate the plant is the industrial sector of the city of Ibarra. The fifth chapter is called organizational structure and is where laying down the philosophical aspects, legal and professional functional required for the proper functioning of the organization. In the financial and economic study was carried out an analysis of the financial ratios which are positive by determining the viability of the project. In the seventh chapter is analyzed the different impacts generated by the project, through arrays with their valuations qualitative and quantitative.

AUTORÍA

Nosotros, Almeida Campués Verónica Cristina y Lescano Ortega Daniela Alicia declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA Y LICOR DE JÍCAMA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** y los resultados de la investigación son de nuestra total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional; y que hemos respetado las diferentes fuentes de información.

Almeida Verónica

172194166-2

Lescano Daniela

100296417-7

En la ciudad de Ibarra a los 23 días del mes de Abril del 2014

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las Srtas. Almeida Campués Verónica Cristina y Lescano Ortega Daniela Alicia, para optar por el Título de **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA** cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA Y LICOR DE JÍCAMA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne 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 8 días del mes de Agosto del 2013



DR. CESAR CERVANTES

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



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

Nosotros, Almeida Campués Verónica Cristina y Lescano Ortega Daniela Alicia, con cédula de ciudadanía N° 172194166-2 y 100296417-7 respectivamente; 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 autoras del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA Y LICOR DE JÍCAMA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Almeida Verónica

172194166-2

Lescano Daniela

100296417-7

En la ciudad de Ibarra a los 23 días del mes de Abril del 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

- **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 dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	172194166-2; 100296417-7	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	ALMEIDA CAMPUÉS VERÓNICA CRISTINA; LESCANO ORTEGA DANIELA ALICIA	
DIRECCIÓN:		AV. 17 DE JULIO Y PROF. REMIGIO BÁEZ SANCHEZ 26-69 Y HERNÁN GONZÁLEZ DE SAA	
EMAIL:		verisalm_7@hotmail.com ; dani.vero78@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:	06258-042	TELÉFONO MÓVIL:	0988795152 0997010434
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:		“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA Y LICOR DE JÍCAMA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”	
AUTORAS:		ALMEIDA CAMPUÉS VERÓNICA CRISTINA; LESCANO ORTEGA DANIELA ALICIA	
FECHA:		23/04/2014	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:		X	PREGRADO POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:		INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.	
ASESOR/DIRECTOR:		DR. CESAR CERVANTES	

- **AUTORIZACIÓN DE USO Y A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**


Nosotros, **Almeida Campués Verónica Cristina y Lescano Ortega Daniela Alicia**, con cédulas de ciudadanía Nro. 172194166-2 y 100296417-7 respectivamente, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos 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.

- **CONSTANCIAS**

Las autoras manifiestan 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 son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.


Ibarra, a los 23 días del mes de Abril de 2014.

LAS AUTORAS:

(Firma).....
Nombre: Almeida Campués Verónica
C.C.: 172194166-2

(Firma).....
Nombre: Lescano Ortega Daniela Alicia
C.C.: 100296417-7
Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Nombre: Ing. Chávez Bethy
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

Dedico todo mi esfuerzo y perseverancia plasmada en este trabajo a Dios por haberme brindado la sabiduría suficiente para llegar a cumplir mis metas de estudio.

A mi madre que me dio la vida y a mi familia, quienes a más de ser el pilar fundamental en mi vida me han acompañado en todo momento y son la fuente de mi inspiración para la consecución de mis metas personales y profesionales.

Y finalmente dedico a todas las personas que con un granito de arena han colaborado para hacer de esta experiencia una de las más gratificantes en mi vida.

VERÓNICA

A mi Dios, quien me dio fe, fortaleza, salud, esperanza y todos los recursos necesarios para terminar este trabajo.

Dedico a mis padres, porque creyeron en mí, y con amor, paciencia y cariño me dieron la oportunidad de conocer y disfrutar ésta vida, que con su apoyo, su carácter de lucha y fortaleza me motivaron a culminar con éxito mis estudios, superarme, ser una profesional y cada día un excelente ser humano.

DANIELA

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la fortaleza espiritual y física para terminar mis estudios.

Agradezco la confianza y el apoyo de mi madre y mi familia, porque han contribuido positivamente para llevar a cabo esta difícil jornada.

A todos mis maestros, quienes con dedicación y sabiduría inculcaron en mí, conocimientos y valores que me han hecho crecer como persona y profesional.

A mi amiga y compañera de tesis Daniela, con quien hemos pasado importantes momentos soñando y esperando este maravilloso momento de nuestra carrera profesional.

Y agradezco con toda mi alma a las personas que estuvieron a mí lado brindándome su apoyo y cariño sincero, compartiendo momentos agradables y momentos tristes, pero esos momentos son los que nos hacen crecer y valorar a las personas que nos rodean.

VERÓNICA

Agradezco de todo corazón primeramente, a Dios: por haber sido mi guía incondicional por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante toda mi carrera profesional.

Agradezco profundamente a mis padres forjadores no sólo de éste proyecto sino de toda mi vida, quien con su sabiduría, ejemplo y sacrificio han hecho posible la culminación de esta importante etapa de mi vida.

Mi gratitud y agradecimiento a los docentes de la Universidad Técnica del Norte, quienes día a día en el transcurso de mi carrera profesional me inculcaron ética, excelencia y el deseo de superación constante.

Y a mi compañera de tesis Verónica por haberme brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo su amistad.

DANIELA

PRESENTACIÓN

El presente proyecto consistió en la realización de un estudio de factibilidad para la creación de un centro de procesamiento de mermelada y licor de jícama en la ciudad de Ibarra.

Para el desarrollo del presente proyecto se inició con un diagnóstico situacional externo el cual permitió determinar y analizar las posibles amenazas, oportunidades, oponentes y riesgos que se presentaron en la creación del centro de procesamiento.

También se estableció el marco teórico mediante el análisis de las bases teóricas-científicas obtenidas de fuentes tales como libros, leyes y linkografía, además se buscó información en organismos como el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), Servicio de Rentas Internas (SRI) y la Superintendencia de Compañías para conocer los lineamientos que fueron necesarios para la creación de esta microempresa.

Además se efectuó un estudio de mercado donde se realizó un análisis cualitativo del proyecto para conocer la oferta, demanda, precios y la competencia que tendrán los productos en el mercado, a través de la aplicación de encuestas a la población de la ciudad de Ibarra se identificó los factores mencionados así como también se pudo identificar que en la ciudad de Ibarra existe una potencial demanda insatisfecha.

Posteriormente se desarrolló el estudio técnico del proyecto en donde se determinó tanto su macro como micro localización, la ubicación, diseño y distribución de las instalaciones; así como también la estructura de la empresa para poner en marcha el proyecto.

Además se efectuó un estudio económico – financiero donde se realizaron proyecciones y evaluación de la inversión a través de indicadores económicos

como son el Valor Actual Neto (VAN), el mismo que ayudó a determinar la aceptación del proyecto, la Tasa Interna de Retorno (TIR) sirvió para conocer la tasa real de inversión , la Relación Costo - Beneficio reflejó el valor que tendrá el proyecto, es decir el porcentaje de ganancia sobre el capital invertido y por último se identificó el tiempo en que se va a recuperar el capital.

Finalmente se efectuó un análisis de los principales impactos que tendrá la ejecución del estudio de factibilidad para la producción y comercialización de mermelada y licor de jícama en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, tanto a nivel social, económico, de la salud y ambiental.

ÍNDICE

PORTADA	
RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiv
CAPÍTULO I.....	25
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	25
Antecedentes	25
Objetivos	26
Objetivo general.....	26
Objetivos específicos	26
Variables diagnósticas.....	26
Indicadores	27
Aspectos geográficos	27
Socio-demográficos.....	27
Socio-económicos	27
Sector empresarial.....	27
Matriz de relación diagnóstica	28
Fuentes de información	29
Análisis de las variables diagnósticas	29
Aspectos geográficos	29
Socio-demográficos.....	31

Socio-económicos	32
Sector empresarial	35
Análisis de los resultados de las encuestas dirigidas a los productores.	38
Construcción de la matriz AOOD	39
Matriz general	40
Identificación de la oportunidad de la inversión	40
CAPÍTULO II	42
MARCO TEÓRICO	42
Empresa	42
Definición	42
Importancia	42
Tipos de Empresas	42
Recursos de una empresa	43
Administración	44
Definición	44
Importancia	45
Contabilidad	45
Definición	45
Objetivos de la contabilidad	46
Estados Financieros	46
Control Interno	47
Definición	47
Tributación	47
Definición	47
Impuestos	48
Impuesto al Valor Agregado (IVA)	48
Impuesto a la Renta	48
Impuesto a los Consumos Especiales (ICE)	48
Retenciones	49
Economía	49
Definición	49
Importancia	49

Indicadores Económicos	50
Definición Valor Actual Neto (VAN).....	50
Definición Tasa Interna de Retorno (TIR).....	50
Definición Relación Costo – Beneficio	51
Procesamiento	51
Definición	51
Comercialización.....	52
Definición	52
Diagnóstico situacional	52
Definición	52
Marco teórico	53
Definición	53
Estudio de mercado	53
Estudio técnico.....	54
Estructura organizacional.....	54
Estudio financiero	55
Jícama	56
Definición	56
Ventajas	57
Proceso de cultivo	57
Propiedades nutritivas	58
Época de cosecha	59
Proceso de producción	59
Selección	59
Pesado	59
Lavado	60
Pelado	60
Pulpeado	60
Cocción	60
Envasado	60
Enfriado	61
Etiquetado	61

Almacenamiento	61
Endulzantes y preservantes	61
Proceso de elaboración del licor	61
Destilación	62
Digestión	62
Maceración	62
Precolación	62
Preparación de la pulpa	62
Fermentación, destilación y grado alcohólico.....	63
Separación y clarificación del mosto	63
Pasteurización y embotellamiento.....	63
Normas de calidad de los productos.....	63
Normas INEN conservas vegetales mermelada de frutas requisitos.....	63
Normas INEN para bebidas alcohólicas	64
Envasado	65
Rotulado	65
CAPÍTULO III	66
ESTUDIO DE MERCADO	66
Introducción	66
Objetivos	66
General	66
Específicos	66
Variables	67
Indicadores	67
Producto	67
Oferta	67
Demanda	67
Precio	68
Producción agrícola.....	68
Distribución y comercialización	68
Matriz diagnóstica.....	69
Desarrollo operativo.....	70

Identificación de la población	70
Cálculo de la muestra	70
Fórmula de cálculo	71
Población	71
Instrumentos de recopilación de información	71
Información primaria	71
Observación directa.....	71
Encuestas	72
Información Secundaria	72
Tabulación y presentación de resultados.....	72
Resultados de las encuestas dirigidas a los productores	72
Resultados de las encuestas dirigidas a los consumidores	77
Identificación del producto	86
Sustitutos	86
Subproductos	86
Estructura y segmentación de mercado.....	87
Mercado meta	87
Segmento de mercado	87
Análisis de la demanda.....	88
Consumidores	88
Lugar de compra	88
Cantidad comprada.....	88
Proyección de la demanda.....	89
Análisis de la oferta.....	91
Balance de la oferta – demanda	92
Análisis de precios	93
Precio de venta actual.....	93
Análisis de proveedores	95
Materia prima e insumos.....	95
Participación del proyecto.....	96
Conclusiones	96
CAPÍTULO IV.....	97

ESTUDIO TÉCNICO-INGENIERÍA DEL PROYECTO	97
Objetivo	97
Localización del proyecto	97
Macrolocalización	97
Microlocalización.....	98
Tamaño del proyecto.....	99
Diseño de las instalaciones.....	99
Distribución de las instalaciones	100
Mercado	102
Financiamiento	102
Equipamiento por áreas.....	102
Presupuesto técnico.....	105
Gastos de constitución.....	105
Servicios básicos	106
Análisis de comercialización.....	106
Productos a ofrecer.....	106
Presentación	107
Canales de distribución	109
Estrategias de comunicación	110
Estrategias de plaza	110
Precio	111
Costos de publicidad	111
Construcción e instalación de la planta.....	112
Terreno	113
Maquinaria	114
Vehículo	114
Materiales	114
Equipamiento	115
Ventas en unidades	117
Determinación de precios.....	118
Materia prima	118
Capital de trabajo	118

CAPÍTULO V	120
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	120
Estructura organizacional.....	120
Aspecto filosófico	120
Misión	120
Visión	120
Principios y valores	121
Aspecto legal.....	121
Creación de la microempresa	121
Formación de la microempresa	121
Constitución de la microempresa	121
Registro Sanitario.....	123
Permiso de funcionamiento.....	123
Patente Municipal.....	123
Registro e inscripción en la Cámara de Comercio	124
Permiso de contribución al Cuerpo de Bomberos.....	124
Registro Único de Contribuyentes (RUC)	124
Organización de la empresa	125
Organigrama estructural.....	125
Manual de funciones	125
Gerente General	126
Contador(a) General.....	129
Personal de Producción	131
Vendedor(a)	132
Vendedor	132
CAPÍTULO VI.....	134
ESTUDIO FINANCIERO	134
Determinación de la inversión	134
Inversión fija	134
Inversión variable.....	135
Financiamiento.....	136
Capital propio	136

Estructura de la inversión.....	136
Amortización del crédito.....	136
Ingresos	139
Proyección de ingresos.....	139
Gastos	140
Costos de producción	140
Gastos administrativos y de ventas	143
Depreciaciones y amortizaciones.....	145
Gastos financieros	145
Estados financieros proyectados	146
Balance de situación inicial.....	146
Estado de resultados	147
Estado de flujo de caja proyectado.....	147
Evaluación financiera.....	148
Determinación del Costo de Capital	149
Tasa de Rendimiento Medio o Tasa de Redescuento.....	149
Valor Actual Neto (VAN).....	150
Tasa Interna de Retorno (TIR)	151
Recuperación de la inversión	152
Costo/Beneficio.....	153
Punto de Equilibrio	154
CAPÍTULO VII	159
ANÁLISIS DE IMPACTOS	159
Operatividad del análisis de impactos.....	159
Valoración de impactos.....	159
Desarrollo del análisis de impactos.....	160
Impacto social	160
Impacto económico	161
Impacto de salud	162
Impacto ambiental.....	163
Impacto general del proyecto	164
CONCLUSIONES	165

RECOMENDACIONES	167
BIBLIOGRAFÍA	169
LINKOGRAFÍA	171
ANEXOS	172

ÍNDICE DE TABLAS

1: Matriz de relación diagnóstica	28
2: Parroquias urbanas y rurales	30
3: Población de Ibarra por género y sector.....	31
4: Tasa de crecimiento Ibarra	32
5: Población económicamente activa de Ibarra.....	32
6: Actividades económicas.....	33
7: Evolución del costo de un trabajador	34
8: Meses de cosecha	38
9: Matriz de relación diagnóstica	69
10 Crecimiento de la población al 2014.....	70
11: Producción de jícama	73
12: Producción de jícama en quintales.....	74
13: Precio quintal de jícama.....	75
14: Lugar de comercialización	76
15: Consumo de mermelada.....	77
16: Consumo de licor	78
17: Consumo mensual	79
18: Presentación	80
19: Producto	81
20: Medios de publicidad	82
21: Demanda	83
22: Preferencia	84
23: Plaza	85
24: Segmento de mercado	87
25: Lugar de compra	88
26: Consumo de mermelada y licor	89
27: Población de Ibarra año 2010.....	89
28: Demanda	90
29. Proyección de la demanda.....	91
30: Oferta actual de mermelada	91
31: Oferta actual licor.....	92
32: Proyección de la oferta.....	92
33: Balance demanda – oferta mermelada	93
34: Balance demanda – oferta licor.....	93
35: Precios actuales mermelada	94
36: Precios actuales licor.....	94
37: Gastos de constitución	105
38: Servicios básicos	106
39: Costos de publicidad	112
40: Distribución de instalaciones	112

41: Costo de la infraestructura	113
42: Terreno	113
43: Maquinaria	114
44: Vehículo	114
45: Materiales	115
46: Equipo de computación	115
47: Muebles y enseres	116
48: Equipo de oficina	116
49: Talento humano	117
50: Ventas en unidades	117
51: Determinación de precios	118
52: Materia prima	118
53: Capital de trabajo	119
54: Inversión fija	134
55: Capital de trabajo	135
56: Capital propio	136
57: Estructura de la inversión	136
58: Tabla de amortización	137
59: Proyección de ingresos mermelada	139
60: Proyección de ingresos licor	140
61: Total ingresos proyectados	140
62: Materia prima directa	141
63: Mano de obra directa sueldos mensuales	141
64: Costo total mano de obra directa anual	141
65: Costos indirectos de fabricación mensuales	142
66: Costos indirectos de fabricación anuales	142
67: Resumen costos de producción	142
68: Sueldos administrativos y de ventas mensual	143
69: Proyección de sueldos y beneficios administrativos y de ventas	143
70: Servicios básicos	144
71: Publicidad	144
72: Resumen de gastos administrativos y de ventas	144
73: Depreciaciones	145
74: Amortizaciones	145
75: Gastos financieros	146
76: Balance de situación inicial	146
77: Estado de resultados	147
78: Flujo de caja	148
79: Determinación del costo de capital	149
80: Valor Actual Neto	150
81: Cálculo de la Tasa Interna de Retorno	151
82: Recuperación de la Inversión	152

83 Costo – Beneficio.....	153
84: Costos fijos.....	155
85: Costos variables	155
86: Punto de Equilibrio	156
87: Punto de Equilibrio por producto.....	157
88: Valoración de impactos.....	159
89: Impacto social	160
90: Impacto económico	161
91: Impacto de salud	162
92: Impacto ambiental.....	163
93: Impacto general del proyecto	164

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1: Actividades comerciales en la ciudad de Ibarra.....	37
2: Meses de cosecha	38
3: Jícama planta.....	58
4: Jícama tubérculo	58
5: Producción de jícama	73
6: Producción al año en quintales.....	74
7: Precio quintal de jícama.....	75
8: Lugar de comercialización	76
9: Consumo de mermelada.....	77
10: Consumo de licor	78
11: Consumo mensual.....	79
12: Presentación	80
13: Producto	81
14: Medios de publicidad	82
15: Demanda	83
16: Preferencia	84
17: Plaza	85
18: Mapa provincia de Imbabura	98
19: Mapa del sector	99
20: Distribución interna de la planta	101
21: Proceso de producción de licor	104
22: Proceso de producción de la mermelada.....	104
23: Envase licor de jícama	108
24: Envase mermelada de jícama	109
25: Organigrama estructural.....	125
26: Punto de Equilibrio mermelada.....	158
27: Punto de Equilibrio licor	158

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Ecuador es un país con gran riqueza en cuanto a recursos naturales, un fiel ejemplo de lo mencionado son sus tierras fértiles, las mismas que son excelentes para el cultivo de frutas, legumbres, tubérculos, etc.; entre estos se encuentra la jícama, la misma que ha sido comercializada para consumo en su estado natural sin aprovecharla de mejor manera como en la elaboración de productos terminados.

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura y la Región Norte Ecuador; se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia. Fue fundada por el español Cristóbal de Troya el 28 de septiembre de 1606 por orden de Miguel de Ibarra y Mallea.

Esta ciudad cuenta con un número de 181.175 habitantes entre hombres y mujeres, con una población económicamente activa de 80.482 habitantes según información obtenida del último censo realizado por el INEC en el año 2010; y una proyección de 87.184 habitantes para el año 2014 de acuerdo a una tasa de crecimiento del 2.02% anual. Ibarra posee un clima templado-seco apto para el turismo y para el cultivo de una gran variedad de plantas.

La jícama es una planta leguminosa originaria de México, Centroamérica, Perú y Ecuador, cultivada especialmente por sus raíces tuberosas las cuales son comestibles y tienen un alto contenido de azúcares simples, razón por la cual nos permite la elaboración de una mermelada sin la presencia excesiva de azúcar sintética, en cuanto a la producción de licor podremos ofrecer al mercado una bebida con baja graduación alcohólica.

A pesar del poco conocimiento de las bondades de la jícama, las personas que adquieran estos productos encontrarán en ellos buena calidad, variedad, un excelente aroma y sabor agradable al paladar además de un costo accesible.

Por estas razones la presente investigación va encaminada a alcanzar un desarrollo tanto económico como social, evaluando la factibilidad que tendrá la creación de un centro de procesamiento y comercialización de mermelada y licor de jícama.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

1.2.1.1. Hacer un diagnóstico situacional para conocer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación del centro de procesamiento de mermelada y licor de jícama en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

1.2.2. Objetivos específicos

1.2.2.1. Identificar los aspectos geográficos de la zona objeto de estudio.

1.2.2.2. Determinar los aspectos socio-demográficos generales de los habitantes del cantón Ibarra.

1.2.2.3. Conocer los aspectos socio-económicos de la población.

1.2.2.4. Analizar el sector empresarial que produce y comercializa mermelada y licor en la ciudad de Ibarra.

1.3. Variables diagnósticas

1.3.1. Aspectos geográficos

1.3.2. Socio-demográficos

1.3.3. Socio-económicos

1.3.4. Sector empresarial

1.4. Indicadores

1.4.1. Aspectos geográficos

- Ubicación geográfica
- División política
- Límites
- Clima

1.4.2. Socio-demográficos

- Población
- Tasas de crecimiento
- Población económicamente activa

1.4.3. Socio-económicos

- Actividad económica
- Salario básico unificado
- Canasta básica
- Cambio de leyes

1.4.4. Sector empresarial

- Sector productivo
- Sector comercial

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA
Identificar los aspectos geográficos de la zona objeto de estudio.	Aspectos geográficos	Ubicación geográfica División política Límites Clima	Secundaria	Documental
Determinar los aspectos socio-demográficos generales de los habitantes del cantón Ibarra.	Socio-demográficos	Población Tasas de crecimiento Población económicamente activa	Secundaria	Documental
Conocer los aspectos socio-económicos de la población.	Socio-económicos	Actividad económica Salario Básico Unificado Canasta Básica Cambio de leyes	Secundaria	Documental
Analizar el sector empresarial que produce y comercializa mermelada y licor en la ciudad de Ibarra	Sector empresarial	Sector productivo Sector comercial	Secundaria	Documental

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: Las autoras

1.6. Fuentes de información

Para el desarrollo del diagnóstico situacional se buscó información en las páginas web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) www.inec.gob.ec, Ilustre Municipio de Ibarra www.ibarra.gob.ec y mediante la realización de encuestas a los productores de este tubérculo que son alrededor de 10 personas.

1.7. Análisis de las variables diagnósticas

1.7.1. Aspectos geográficos

- **UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

Ibarra está ubicada en la zona norte de Ecuador a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. La ubicación de la ciudad de Ibarra está casi a mitad distancia entre Tulcán y Quito. Es también parte del corredor Tulcán-Riobamba, una megalópolis del Ecuador concentrando las ciudades de la serranía norteña la cual obtiene una población de más de 4.5 millones de habitantes incluyendo los cantones de las capitales provinciales al igual que cantones adyacentes de los cantones capitalinos provinciales. Ibarra geográficamente es una ciudad dividida en 5 partes principales el volcán Imbabura, la laguna de Yahuarcocha, el Macizo Floral, la Campiña Ibarreña y la llanura de Caranqui.(**Anexo 1**)

- **DIVISIÓN POLÍTICA**

Ibarra para su manejo más equilibrado se halla dividida en más de 400 barrios que agrupan 5 parroquias urbanas, estas se encargan de mantener el orden, hacer cumplir las leyes del alcalde y de administrar bien los recursos de la ciudad, actualmente Ibarra está conformada por 5 parroquias urbanas y 7 parroquias rurales.

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

Tabla 2: PARROQUIAS URBANAS Y RURALES

PARROQUIAS	SUPERFICIE KM2
San Francisco	10,29
La Dolorosa del Priorato	9,47
Caranquí	6,53
Sagrario	10,68
Alpachaca	4,71
TOTAL KM2 PARROQUIAS URBANAS	41,68
Angochagua	123,93
La Esperanza	32,68
San Antonio	29,07
Ambuquí	139,94
Salinas	39,67
La Carolina	308,49
Lita	209,46
TOTAL KM2 PARROQUIAS RURALES	1120,51

FUENTE: www.ibarra.gob.ec

ELABORADO POR: Las autoras

- **LÍMITES**

El cantón Ibarra está ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas.

Los límites del cantón son:

Norte: Carchi,
Noroeste: Esmeraldas,
Oeste: Urucuquí, Antonio Ante y Otavalo,
Este: Pimampiro,
Sur: Pichincha.

- **CLIMA**

La ciudad de Ibarra posee un clima templado seco-mediterráneo, ya que esta ciudad se encuentra ubicada en un valle donde el clima es modificado por los vientos cálidos y secos que llegan desde los valles así como también por los vientos que llegan desde los Andes y las partes altas que son vientos frescos y fríos, esto hace que Ibarra cuente con este clima templado y agradablemente campañesco, ideal para

el cultivo de frutas, verduras y tubérculos. Dentro del grupo de los tubérculos se encuentra la jícama la misma que puede cultivarse cualquier mes del año.

1.7.2. Socio-demográficos

- **POBLACIÓN**

De acuerdo a la información obtenida de la página web del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) del censo poblacional efectuado en el año 2010 se identifica que la población con la que cuenta la ciudad de Ibarra es de 181.175 habitantes distribuida en el sector urbano 131.856 habitantes, donde el 34.97% son hombres y el 37.81% de la población son mujeres, el sector rural cuenta con un número de 49.319 habitantes, de los cuales el 13.49% son hombres y el 13,73% son mujeres.

Tabla 3: POBLACIÓN DE IBARRA POR GÉNERO Y SECTOR

SECTOR	HOMBRES	PORCENTAJE	MUJERES	PORCENTAJE
URBANO	63.349	34,97%	68.507	37,81%
RURAL	24.437	13,49%	24.882	13,73%
TOTAL	87.786	48,46%	93.389	51,54%

FUENTE: www.ecuadorencifras.com

ELABORADO POR: Las autoras

- **TASA DE CRECIMIENTO**

Los resultados del último censo (2010) indican que en el cantón Ibarra existe un decrecimiento de la población del 0.55% comparado con el censo del año 2001.

Tabla 4: TASA DE CRECIMIENTO IBARRA

Genero	Tasa de crecimiento 2001	Tasa de crecimiento 2010
Hombre	2.53%	2.01%
Mujer	2.60%	2.03%
Total	2.57%	2.02%

FUENTE: www.ecuadorencifras.com

ELABORADO POR: Las autoras

- **POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

Los datos obtenidos del último censo realizado por el instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos en el año 2010 muestran que la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra es de 80.482 habitantes de la cual 46.695 son hombres y 33.787 mujeres.

Lo que se concluye que la población económicamente activa predominante son los hombres.

Tabla 5: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE IBARRA

Sexo	Condición de Actividad (10 y más años)		
	PEA	PEI	Total
Hombre	46,695	23,415	70,110
Mujer	33,787	42,468	76,255
Total	80,482	65,883	146,365

FUENTE: www.ecuadorencifras.com

ELABORADO POR: Las autoras

1.7.3. Socio-económicos

- **ACTIVIDAD ECONÓMICA**

De acuerdo a datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos se encontró que la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra de acuerdo a las actividades económicas es de 80.669 de la cual 61.049 corresponde al sector

urbano y 19.620 pertenece al sector rural, siendo las actividades económicas que predominan en el sector urbano el comercio al por mayor y menor y las industrias manufactureras, lo cual se puede observar en el cuadro que se muestra a continuación:

Tabla 6: ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Rama de actividad (primer nivel)	Área Urbana	Área Rural	Total
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3253	6114	9367
Explotación de minas y canteras	140	52	192
Industrias manufactureras	6993	2936	9929
Suministro de electricidad, gas y vapor	291	28	319
Distribución de suministro de agua y alcantarillado y gestión de desechos	229	41	270
Construcción	3219	1701	4920
Comercio al por mayor y menor	14707	1864	16571
Transporte y almacenamiento	4142	582	4724
Actividad de alojamiento y servicio de comidas	2793	420	3213
Información y comunicación	1238	88	1326
Actividades financieras y de seguros	830	68	898
Actividades inmobiliarias	91	4	95
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1224	112	1336
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1455	289	1744
Administración pública y defensa	3794	659	4453
Enseñanza	4661	546	5207
Actividades de la atención de la salud humana	2055	222	2277
Artes, entretenimiento y recreación	412	94	506
Otras actividades de servicios	1404	160	1564
Actividades de los hogares como empleadores	2146	743	2889
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	39	13	52
No declarado	3739	2347	6086
Trabajador nuevo	2194	537	2731
Total	61049	19620	80669

FUENTE: www.ecuadorencifras.com

ELABORADO POR: Las autoras

- **SALARIO BÁSICO UNIFICADO**

El Ministerio de Relaciones Laborales informó que el nuevo salario básico unificado en 2014 será de 340 dólares, es decir tendrá un incremento total de alrededor de 22 dólares, con los que se cubrirá el 100% de la canasta básica, como lo dijo el presidente Correa durante el Enlace Ciudadano 354.

El primer mandatario explicó que desde 2002 al 2012 América Latina aumentó los salarios básicos en 30%, mientras que Ecuador, en los últimos seis años aumentó el ingreso familiar en alrededor del 40%, lo que representa que es el país que más ha disminuido la inequidad y la pobreza en los últimos años.

Sumando los sobresueldos y remuneraciones extras en Ecuador el salario mínimo alcanza los 425 dólares superando los 397 dólares que se establecieron como salario digno. Las empresas que no cumplan con este salario digno no podrán reportar utilidades (las ganancias se repartirán en 100% para los trabajadores).

Tabla 7: EVOLUCIÓN DEL COSTO DE UN TRABAJADOR

DETALLE	2010	2011	2012	2013	2014
Salario básico unificado	240	264	292	318	340
Décimo tercero	20	22	24.3	26.5	28.3
Décimo cuarto	20	22	24.3	26.5	28.3
Fondo de reserva	20	22	24.3	26.5	28.3
Total ingreso trabajador	300	330	364.9	397.5	425

FUENTE: www.ecuadorencifras.com

ELABORADO POR: Las autoras

- **CANASTA BÁSICA**

La canasta básica familiar se ubica hasta el momento en 617 dólares, mientras que el incremento del salario mínimo del 2014 será de 22 dólares. El presidente Rafael Correa dijo que el nuevo salario básico unificado de 340 dólares ayudará a que una familia cubra esa cantidad, pero si varios de sus integrantes perciben un sueldo.

El presidente Rafael Correa advirtió que ubicar el salario básico al mismo costo de la canasta básica familiar podría generar desempleo. Los trabajadores serían despedidos porque el sector empresarial no podría pagar por el momento un sueldo básico mayor a los 600 dólares.

- **CAMBIO DE LEYES**

Según la Cámara de Industrias al sector productivo le ha afectado principalmente el cambio de leyes y reglamento del área laboral, como las alzas salariales y reubicaciones sectoriales, lo cual ha incidido en costos muy altos y cambios en los contratos de trabajo.

Con los cambios en el Código de la Producción se han reformado mucho las áreas y las empresas están en proceso de adaptación e incluso de clasificación porque algunas de ellas no saben si son grandes, medianas, pequeñas o artesanales.

1.7.4. Sector empresarial

- **SECTOR PRODUCTIVO**

La ciudad de Ibarra posee la siguiente clasificación por sectores productivos:

- **Agricultura**

Es considerada como una de las actividades económicas más relevantes del sector rural de la ciudad, comprende todos los pobladores que siembran y cosechan productos para ofrecer en los diferentes mercados de la ciudad.

- **Pecuario**

La actividad ganadera es rentable gracias a los buenos pastizales existentes que han ayudado a la crianza de ganado vacuno ovino y porcino.

➤ **Artesanal**

Comprende las actividades permanentes de diversos grupos de artesanos que individualmente orientan su trabajo hacia la producción de artesanías manuales, tradicionales y folclóricas de cada sector.

➤ **Metalmecánica**

Está constituido por los talleres donde se transforma el hierro en productos terminados como puertas, ventanas, pasamanos, escritorios, papeleras, sillas, etc.

➤ **Textiles y confecciones**

Este sector se caracteriza por la elaboración de ropa, productos de tela y lana para toda clase de personas tanto en el mercado nacional como internacional.

➤ **Construcción**

Elaboración y comercialización de materiales necesarios para la construcción como por ejemplo la fabricación de ladrillos, bloques, adoquines, tubos que son necesarios en la construcción.

➤ **Industria**











La Industria ha crecido con la creación de fábricas dedicadas a la elaboración de productos para la colectividad y que han servido de sustento económico para las familias.

• **SECTOR COMERCIAL**

Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos se deduce que la importancia de la ciudad radica en la actividad comercial; esta actividad genera el 72% del total de ingresos anuales que bordean los 178 millones de dólares. Ibarra es el punto de acopio, comercialización y distribución de productos al resto de la provincia y al Carchi.

Los pequeños negocios como tiendas de abastos que tiene Ibarra, bordean el 23%, de un total de 5.682 establecimientos afincados en la ciudad.

Gráfico 1: ACTIVIDADES COMERCIALES EN LA CIUDAD DE IBARRA

Las actividades comerciales en la ciudad de Ibarra			
Principales actividades (según número de establecimientos)	Total de establecimientos	Ingresos por ventas	Personal ocupado
Venta al por menor no especializada en alimentos, bebidas o tabaco.	1 308 	73 408 982	1 964 
Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos y mercados.	723 	16 073 546	866 
Venta al por menor de alimentos en comercios especializados.	461 	11 506 745	589 
Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero.	454 	17 701 859	700 
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.	359 	10 370 317	829 

FUENTE: www.ecuadorencifras.com

ELABORADO POR: Las autoras

1.8. Análisis de los resultados de las encuestas dirigidas a los productores.

¿En qué meses del año cosecha la jícama?

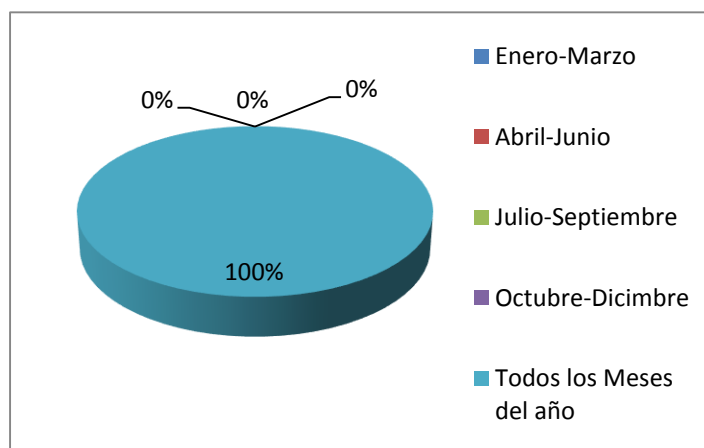
Tabla 8: MESES DE COSECHA

MESES	CANTIDAD PRODUCTORES	PORCENTAJE
Enero-Marzo	0	0
Abril-Junio	0	0
Julio-Septiembre	0	0
Octubre-Diciembre	0	0
Todos los Meses del año	10	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 2: MESES DE COSECHA



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

a) Análisis e interpretación

La totalidad de los productores indican que el proceso de cultivo y cosecha de la jícama puede realizarse cualquier mes del año sin excepción alguna, lo que permite estar dotado de materia prima constantemente.

1.9. Construcción de la matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Beneficios nutricionales jícama. • Dotación constante de materia prima. • Amplio espacio físico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte inversión inicial • Desconocimiento de la jícama.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Amplio sector comercial. • Falta de empresas productoras de derivados de jícama. • Clima apto para el cultivo de jícama. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la competencia. • Incremento de costos de producción. • Incremento de sueldos.

FUENTE: Investigación propia
ELABORADO POR: Las autoras

1.10. Matriz general

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Los beneficios medicinales que posee la jícama para ayudar a enfermedades como la diabetes, gastritis, cáncer de colon entre otros. • La no utilización de herbicidas, fungicidas e insecticidas en el cultivo de este tubérculo. • La dotación constante de materia prima puesto que este producto se cultiva todos los meses del año. • Verdadero interés y motivación para implementar el negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de la jícama y sus beneficios medicinales. • Centralización de la producción de jícama en un solo lugar de la ciudad de Ibarra. • Existencia de productos similares en el mercado. • Alto costo de maquinaria y equipos para la elaboración de los productos.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de empresas que elaboren productos derivados de la jícama. • Costos accesibles de la materia prima • Alto consumo de mermelada y licor • Nuevas tendencias de consumo 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capital propio • Inexperiencia en la práctica de producción a gran escala. • Organización administrativa y financiera inicial.

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las autoras

1.11. Identificación de la oportunidad de la inversión

Como producto del análisis de la información obtenida mediante el presente diagnóstico, se concluye que en el sector objetivo de estudio se encuentra una

población apta para establecerse como mercado meta, debido a que no existen empresas dedicadas a la producción y comercialización de derivados de la jícama.

Para el cultivo de este tubérculo no se incurre en gastos de fungicidas, herbicidas, abonos ni ningún costo adicional ya que la jícama no necesita mayor cuidado, permitiendo encontrar este producto en el mercado a costos accesibles. El alto consumo de mermelada y licor en la ciudad de Ibarra y la constante búsqueda de nuevas alternativas de consumo facilitan la introducción tanto del licor como de la mermelada de jícama.

Por lo anterior mencionado se considera factible la puesta en marcha del proyecto denominado “Creación de un centro de procesamiento y comercialización de mermelada y licor de jícama en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.”

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Empresa

2.1.1. Definición

URBANO, David (2008) pág. 20 afirma: “Una empresa es una realidad que, independientemente de su forma jurídica se encuentra integrada por recursos humanos, técnicos y materiales, coordinados por una o varias personas que asumen la responsabilidad de adoptar las decisiones oportunas, con el objetivo de obtener utilidades o prestar servicios a la comunidad.”

La empresa es un escenario que se constituye por recursos humanos, técnicos y materiales, coordinados por una o varias personas con la finalidad proporcionar bienes y servicios que demanda la sociedad y a través de ellos obtener una utilidad.

2.1.2. Importancia

ANZOLA, Sérvulo (2007) pág. 305: “La importancia de la contabilidad no está en dar a la empresa la respuesta para tomar una decisión, sino que proporciona las herramientas necesarias para determinar su curso, su posición económica y datos suficientes para tomar decisiones.”

2.1.3. Tipos de Empresas

NICOLÁS, Pere (2009) pág. 75, 76: “La finalidad principal de una empresa es proporcionar a sus clientes los productos o servicios que estos necesitan. Puede ser un bien intangible, como por ejemplo la limpieza de un edificio o una auditoría contable, o un bien tangible, como por ejemplo un automóvil, un televisor o un armario. Hay empresas que producen ellas mismas los bienes que comercializan y otras que los adquieren a terceros. Desde esta perspectiva en nuestro sistema económico se acostumbran a diferenciar tres tipos de empresas: empresa de servicios, empresas comerciales y empresas industriales. Todas ellas, para llevar a

cabo el proceso operativo que les permite servir a sus clientes y obtener los ingresos que dan sentido a su actividad, consumen unos recursos determinados.

Aunque de forma genérica los tres tipos de empresas comparten ciertas similitudes, en muchos otros aspectos difieren notablemente. Estas diferencias se ven reflejadas en sus sistemas contables. La característica principal de una empresa de **servicios** es que “produce” un bien intangible: la realización del propio servicio, por el que obtiene los ingresos correspondientes. Por ejemplo, una empresa de consultoría que realiza para su cliente un estudio de viabilidad. Desde el punto de vista contable, en este tipo de empresas encontramos una característica significativa: no tienen stocks relacionados con el proceso productivo.

Una empresa **comercial** tiene como actividad fundamental la venta de productos, que ha comprado previamente a sus proveedores, sin modificar sus características físicas. En este tipo de empresas encontramos una clase de stock, el de mercaderías.

Las empresas **industriales** comercializan productos que ellas mismas han fabricado. La característica fundamental de este tipo de empresas es la transformación de materias primas en productos acabados. Desde el punto de vista de los stocks, en una empresa industrial encontramos tres tipos: el de materias primas (MP), el de semielaborados (SE) o productos en curso y el de productos acabados (PA).”

2.1.4. Recursos de una empresa

<http://www.slideshare.net> (2012) dice: “Los recursos de la empresa son los siguientes:

Recurso Humano

Es una de las piezas más importantes dentro de los componentes que integran a la empresa, el recurso humano en una empresa es considerado como la columna vertebral de la misma.

Recursos Materiales

Son los elementos que se utilizan para procesar o transformar un bien o servicio que se desea brindar a la población, y están conformados por: edificio e instalaciones, maquinaria, equipos, vehículos y materias primas.

Recursos Técnicos

Dentro de este grupo se encuentran todos los procedimientos, métodos, organigramas, fórmulas, patentes; es decir, todo lo que el recurso humano necesita para el correcto desarrollo de sus funciones.

Recursos Financieros

Comprende el capital que poseen las empresas para la producción de bienes y servicios tales como bienes materiales, dinero, valores, acciones y derechos.”

2.2. Administración

2.2.1. Definición

HURTADO, Darío (2008) pág. 41 menciona: “Proceso integral para planear, organizar e integrar una actividad o relación de trabajo, la que se fundamenta en la utilización de recursos para alcanzar un fin determinado.

La administración también se puede definir como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas que laboran o trabajan en grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Es necesario ampliar esta definición básica. Como administración, las personas realizan funciones administrativas de planeación, organización, integración de personal, dirección y control.”

Administración es un proceso dentro del cual las personas que laboran en una empresa mantienen un correcto ambiente de trabajo de manera que alcancen los objetivos propuestos por la empresa de manera eficiente mediante las funciones de planeación, organización, integración, dirección y control.

2.2.2. Importancia

HURTADO, Darío (2008) pág. 34, 35: “Podemos concluir la importancia de la administración, con los hechos que se demuestran objetivamente:

- La administración aplica a todo tipo de empresa u organización.
- El éxito de un organismo depende directa e indirectamente de su buena administración.
- Una adecuada administración eleva la productividad.
- La eficiente técnica administrativa promueve y orienta el desarrollo.
- En los organismos grandes la administración es indiscutible y esencial.
- En la pequeña y mediana empresa la única posibilidad de competir es aplicando la administración.

Toda persona, profesión u organización que aplique las ciencias administrativas a través de una buena gestión y de una efectiva toma de decisiones, tienen mayor posibilidad de ser exitosas.”

2.3. Contabilidad

2.3.1. Definición

MARTÍNEZ, Rafael (2009) pág. 9 indica: “La contabilidad identifica, evalúa, registra y produce cuadros-síntesis de información. La contabilidad tiene como principal misión el proporcionar una información adecuada y sistemática del acontecer económico y financiero de las empresas.

La contabilidad es la ciencia que estudia el patrimonio, sus aspectos estático y dinámico, cualitativo y cuantitativo, empleando diversas técnicas para registrar los hechos económico – financiero.”

Contabilidad es una ciencia cuyo objetivo principal es proporcionar información adecuada y sistemática del ámbito económico y financiero de las empresas, información que posteriormente será transformada en estados financieros los mismos que permitirán tomar decisiones eficientes y eficaces.

2.3.2. Objetivos de la contabilidad

OMEÑACA, Jesús (2009) pág. 22: “El objetivo fundamental es servir de instrumento de información y, aunque son múltiples las informaciones y datos que puede suministrar la contabilidad, podemos concretarlos en tres:

- a) Informar de la situación de la empresa, tanto en su aspecto económico-cuantitativo como en su aspecto económico-financiero. Los inventarios y los balances serán fundamentalmente los instrumentos a través de los cuales se presentará esa información.
- b) Informar de los resultados obtenidos en cada ejercicio económico, es decir, cuanto se ha ganado o perdido en un periodo de tiempo determinado.
- c) Informar de las causas de dichos resultados. Mucho más importante que saber, cuanto se gana o se pierde es el porqué de esas pérdidas y de esas ganancias, para tratar de corregir gastos e incrementar ingresos en lo sucesivo.”

2.3.3. Estados Financieros

BRAVO, Mercedes (2011) pág. 56: “Para poder conocer la situación económica y financiera de la empresa al término de un periodo económico, esto se logra a través de la preparación de los estados financieros los cuales son:

Estado de Situación Financiera: también conocido como Balance General, es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital.

Estado de Resultados: Las gestiones y operaciones que realizan las empresas tienen por finalidad encontrar beneficio o utilidad, esto depende de las decisiones y acciones que se realicen en un periodo. De tal manera que los ingresos por ventas o servicios y otros ingresos deberán relacionarse con los costos y gastos para lograr la utilidad o pérdida.

Estado de Flujo de Efectivo: Hace referencia a los recursos de la empresa generados por su actividad, se obtiene sumando el beneficio neto ordinario y las amortizaciones del ejercicio. El flujo de efectivo es una herramienta que permite establecer de donde se obtienen los recursos monetarios y en donde se van a invertir dichos recursos monetarios.

2.4. Control Interno

2.4.1. Definición

MORA, Araceli (2008) pág. 61 dice: “Control Interno comprende el conjunto de políticas de la organización y el conjunto de métodos y procedimientos que aseguren que los activos estén debidamente protegidos, que los registros contables son fidedignos, la detección y prevención de fraudes contables y que la actividad de la entidad se desarrolle eficazmente y se cumplen según las directrices por la dirección del cliente de auditoría, con el fin de cumplir los objetivos señalados por la entidad”.

El Control Interno busca alcanzar los objetivos planteados por las empresas mediante la correcta aplicación de políticas, métodos y procedimientos que aseguren el buen manejo de activos y la fiabilidad de la información contable para evitar posibles fraudes contables.

2.5. Tributación

2.5.1. Definición

<http://www.gestiopolis.com> manifiesta: “Es el conjunto de obligaciones que deben realizar los ciudadanos sobre sus rentas, propiedades, mercancías y servicios que prestan en beneficio del Estado, para su sostenimiento y el suministro de servicios, tales como defensa, transportes, comunicaciones, educación, vivienda, etc”.

La tributación constituye un conjunto de obligaciones que se aplican sobre los ingresos, propiedades, bienes y servicios que poseen los ciudadanos.

2.5.2. Impuestos

2.5.2.1. Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Ley de Régimen Tributario Interno (2013) Art. 52: “Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley.”

2.5.2.2. Impuesto a la Renta

Ley de Régimen Tributario Interno (2013) Art. 1, 7: “Establécese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley.

El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1o. de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1o. de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año”.

2.5.2.3. Impuesto a los Consumos Especiales (ICE)

Ley de Régimen Tributario Interno (2013) Art. 72: “Establécese el impuesto a los consumos especiales ICE, el mismo que se aplicará de los bienes y servicios de procedencia nacional o importados, detallados en el artículo 82 de esta Ley”.

2.5.2.4. Retenciones

Ley de Régimen Tributario Interno (2013) Art. 50: “La retención en la fuente deberá realizarse al momento del pago o crédito en cuenta, lo que suceda primero. Los agentes de retención están obligados a entregar el respectivo comprobante de retención, dentro del término no mayor de cinco días de recibido el comprobante de venta, a las personas a quienes deben efectuar la retención.

El incumplimiento de las obligaciones de efectuar la retención, presentar la declaración de retenciones y entregar los comprobantes en favor del retenido, será sancionado”.

2.6. Economía

2.6.1. Definición

KRUGMAN, Paul (2007) pág. 2 afirma: “Una economía es un sistema que coordina las actividades productivas de una sociedad.

La economía es el estudio de las economías tanto de los individuos como de la del conjunto de la sociedad.

La economía de mercado es aquella en la que las decisiones de producción y consumo son tomadas por productores y consumidores”.

Economía es un sistema que se encarga de regular las actividades productivas tanto de los individuos como de la sociedad, donde las decisiones de producción y consumo son tomadas por productores y consumidores.

2.6.2. Importancia

<http://www.slideshare.net> (2012) dice: “La economía como ciencia que estudia el intercambio de bienes y servicios es de fundamental importancia en la sociedad, ya que nuestro vivir actual se basa en ese constante intercambio, sin la economía no existirían las bases para este mercado global en el que vivimos”.

2.6.3. Indicadores Económicos

2.6.3.1. Definición Valor Actual Neto (VAN)

RICO, María de Guadalupe (2012) pág. 211 manifiesta: “El valor actual neto (VAN) de un proyecto de inversión se define como la suma de valores actualizados de todos los flujos de caja asociados a la realización de la inversión, menos el desembolso inicial. Si nos fijamos, consiste en traer al momento presente los flujos que se recibirán entre 1 y n, y una vez que están en el momento actual se suman junto con el desembolso inicial.”

El Valor Actual Neto (VAN) es el valor actualizado de todos los rendimientos esperados de un proyecto, es decir es la suma de valores actualizados de todos los flujos de caja relacionados con la realización del mismo menos el desembolso inicial, el Valor Actual Neto permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión .

2.6.3.2. Definición Tasa Interna de Retorno (TIR)

SORIANO, Jesús (2010) pág. 178 menciona: “La Tasa Interna de Rentabilidad es la tasa de actualización que hace que el valor actual de todos los cobros sea igual al valor actual de todos los pagos (incluyendo el desembolso inicial necesario). Dicho de otra manera, la Tasa Interna de Rentabilidad es la que hace que el Valor Actual Neto de una inversión sea igual a cero.

Una inversión será favorable para una empresa siempre que su TIR sea superior o igual a la rentabilidad mínima que desea obtener.”

La Tasa Interna de Retorno (TIR) consiste en hacer que el valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto sean igual que el monto inicial invertido, el proyecto es aceptable siempre y cuando el resultado de la TIR sea igual o superior a la rentabilidad mínima que la empresa espera alcanzar.

2.6.3.3. Definición Relación Costo – Beneficio

CASTILLO, María Fernanda (2007) pág. 2 dice: “La Relación Costo – Beneficio compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación será mayor que uno. Si el VAN es mayor que cero, la relación será mayor que uno, y si el VAN es negativo, esta será menor que uno.”

Análisis Costo-Beneficio es el proceso mediante el cual se compara los costos frente a los beneficios de un proyecto, para de esta manera estimar el impacto financiero acumulado de lo que se quiere lograr con el fin de seleccionar la mejor opción o la más rentable.

2.7. Procesamiento

2.7.1. Definición

LOPEZ, María Dolores, (2010) pág. 241 menciona: “Una definición estricta de la función de producción es cuando se considera esta función como la transformación de inputs o factores productivos externos en outputs o productos terminados, aunque este concepto corresponde más bien con el denominado proceso de transformación. La función de producción incluye además el proceso de transformación propiamente dicho, junto con los factores productivos y los productos resultantes, la retroalimentación de la información generada en el proceso y las características del entorno”.

Es la transformación de recursos ya sean estos naturales o con algún grado de elaboración en bienes o servicios para el consumo o para iniciar otro proceso productivo mediante la actividad humana o la aplicación de tecnología.

2.8. Comercialización

2.8.1. Definición

<http://www.tumercadeo.com/2010/02/comercializacion.html> dice: “La comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor”.

Comercialización es el conjunto de actividades que se llevan a cabo dentro de una organización con la finalidad de hacer llegar al consumidor un producto y/o servicio y de esta manera cumplir con los objetivos planteados por la empresa.

2.9. Diagnóstico situacional

2.9.1. Definición

Genial consulting group, (2007) dice: “El Diagnóstico Empresarial constituye una herramienta sencilla y de gran utilidad a los fines de conocer la situación actual de una organización y los problemas que impiden su crecimiento, sobrevivencia o desarrollo.

Gracias a este tipo de diagnóstico se pueden detectar las causas principales de los problemas "raíces", de manera de poder enfocar los esfuerzos futuros en busca de las medidas más efectivas y evitar el desperdicio de energías.

Si bien en muchas ocasiones este trabajo es realizado por consultores o personas ajenas a la organización, existen numerosos casos en que son efectuados por los mismos responsables de la empresa.”

Diagnóstico situacional es una herramienta que ayuda a identificar la situación actual de la empresa, en caso de que existan obstáculos buscar las soluciones más

oportunas y en caso de oportunidades aprovecharlas de la mejor manera para el crecimiento de la organización.

2.10. Marco teórico

2.10.1. Definición

http://www.marcoteórico.com (2007) dice: “Es una de las fases más importantes de un trabajo de investigación, consiste en desarrollar la teoría que va a fundamentar el proyecto con base al planteamiento del problema que se ha realizado. Existen numerosas posibilidades para elaborarlo, la cual depende de la creatividad del investigador. Una vez que se ha seleccionado el tema objeto de estudio y se han formulado las preguntas que guíen la investigación, el siguiente paso consiste en realizar una revisión de la literatura sobre el tema. Esto consiste en buscar las fuentes documentales que permitan detectar, extraer y recopilar la información de interés para construir el marco teórico pertinente al problema de investigación planteado.”

En el marco teórico se recopila toda la información documental relevante que servirá de sustento para el desarrollo del tema escogido.

2.11. Estudio de mercado

FERNÁNDEZ, Saúl (2007) pág. 32,33 indica: “En este apartado se describen los productos o servicios que generará el proyecto, a qué mercado va dirigido, dónde se ubica geográficamente este mercado, cuál es la oferta y la demanda existente de productos y de materias primas. Los aspectos más relevantes que en términos generales deben ser analizados en el estudio de mercado son los siguientes:

- *Producto*
- *Mercado*

- *Oferta y demanda del mercado*
- *Materia prima*
- *Precio del producto”*

El estudio de mercado constituye una parte fundamental de un proyecto ya que mediante el análisis del producto, mercado, oferta, demanda, materia prima y precio se llega a determinar los posibles ingresos que generará el proyecto y servirá de base para estimar los flujos para pagar la inversión.

2.12. Estudio técnico

FERNÁNDEZ, Saúl (2007) pág. 42,43 menciona: “En este apartado se define y se justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto ; además, se define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación. El estudio debe contemplar los siguientes aspectos:

- *Localización*
- *Tamaño del proyecto*
- *Inversiones*
- *Materia prima*
- *Costos de operación y producción*
- *Plan de ejecución”*

En el estudio técnico es donde se plantea el tamaño del proyecto, la tecnología a utilizarse, así como también se define la inversión y los costos de operación y producción.

2.13. Estructura organizacional

FERNÁNDEZ, Saúl (2007) pág. 46,47 indica: “Este apartado tiene que ver con la definición de la estructura organizativa que se hará responsable del proyecto tanto en la fase de ejecución como en la de operación.

Para la fase de ejecución se hace necesario diseñar una estructura administrativa dentro de la empresa que le permita administrar el proceso de contratación, compras, adquisiciones, construcciones, montaje de equipos, etc.

Para la fase de operación se hace necesario definir una estructura organizativa completamente diferente de la fase de ejecución y cuyo objetivo principal es alcanzar los objetivos trazados. Como parte de este estudio se definen relaciones de dependencia entre las diferentes instancias o niveles de la organización (organigramas). ”

En la estructura organizacional es donde se definen todos los elementos necesarios para que empiece a funcionar la empresa tales como aspectos legales, permisos de funcionamiento, de salud y se establece el organigrama estructural de la empresa.

2.14. Estudio financiero

FERNÁNDEZ, Saúl (2007) pág. 45,46 dice: “El objetivo de este apartado es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle de los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.

La información utilizada en este apartado proviene de dos grandes fuentes: el estudio de mercado por medio del que se determinan los posibles ingresos del proyecto en función de las ventas proyectadas por el precio. Por su parte, el estudio técnico nos suministra información relativa a las inversiones, costos de operación, costos de producción, depreciaciones, etc.

Esta información se resume en una serie de cuadros y apartados de la siguiente manera:

- *Inversión inicial*

- *Costos de producción y operación*
- *Capital de trabajo*
- *Costo de capital*
- *Flujos de efectivo del proyecto*
- *Rentabilidad del proyecto*
- *Escenarios”*

El estudio financiero es donde se estiman los costos e ingresos que intervienen en la implementación del proyecto, además se determina por medio de indicadores financieros la factibilidad del mismo.

2.15. Jícama

2.15.1. Definición

<http://wikipedia.com.org> afirma: *“La jícama, pipilanga, yacón o nabo mexicano es una planta leguminosa originaria de México, Centroamérica y Ecuador, cultivada especialmente por sus raíces tuberosas, las cuales son comestibles. El origen de la palabra jícama es del náhuatl xicama o xicamatl”.*

<http://www.gastronomiaycia.com/2009/01/28/jicama> menciona: *“La jícama, también denominada nabo mexicano, xicama o yacón, es una planta enredadera (Pachyrhizuserosus) originaria de México y Centroamérica de la que se consume su tubérculo. Los tallos, las hojas, las vainas y sus semillas contienen una sustancia llamada rotenona que puede ser tóxica para las personas, se utiliza como insecticida.”*

Jícama es una planta leguminosa procedente de México, Centroamérica y Ecuador de la que se consume únicamente el tubérculo; pues las hojas, tallos y las semillas que aparecen en vainas no son comestibles ya que contienen una sustancia tóxica que es utilizada como insecticida.

2.15.2. Ventajas

lpcdedios.wordpress.com indica: “La jícama está llena de vitaminas y minerales. Es una buena fuente de fibra y contiene vitamina C, calcio, potasio, fósforo, hierro, carbohidratos pocas proteínas y lípidos. Además, es baja en sodio. Por otra parte, no tiene calorías de grasa, ni colesterol. Por lo tanto, sirve como un importante ingrediente en muchas recetas saludables.

- Aporta bajo contenido calórico.
- Ayuda a combatir el estreñimiento.
- Efectivo antidiabético ayuda a reducir el nivel de azúcar en la sangre.
- Es antioxidante.
- Es refrescante, mitiga la sed y la sequedad de boca.
- Estimula la síntesis de vitaminas del complejo B.
- Fortalece la respuesta del sistema inmunológico.
- Previene infecciones gastrointestinales.
- Puede corregir desordenes estomacales
- Reduce la cantidad de colesterol y triglicéridos
- Tiene propiedades diuréticas.”

2.15.3. Proceso de cultivo

www.mountainpartnership.org dice: “La jícama se cultiva en tres sistemas: el monocultivo, el cultivo asociado y el cultivo en huertos. En el Ecuador el cultivo no ha sido extendido y generalmente se siembra alrededor de los cultivos de papa. La jícama es un cultivo que requiere poca atención debido a que solamente se realiza una limpia 30 días después de la siembra; a los 2 1/2 meses la jícama cubre el terreno completamente sin necesidad de realizar otra limpia.

El momento de la cosecha es cuando la planta tiene color amarillento. La cosecha se realiza normalmente en forma manual de manera escalonada.

El producto comercializable de la jícama es el tubérculo, el follaje producido por la planta puede incorporarse al terreno como abono orgánico.”

Gráfico 3: JÍCAMA PLANTA



FUENTE: www.mountainpartnership.org

Gráfico 4: JÍCAMA TUBÉRCULO



FUENTE: www.mountainpartnership.org

2.15.4. Propiedades nutritivas

www.eluniverso.com indica: “Esta raíz andina posee gran potencial medicinal y alimenticio al contener bajas calorías y tratarse de un edulcorante que a diferencia de otras raíces y tubérculos que almacenan carbohidratos, en forma de almidón, lo hace en oligofructosa, un elemento que no es metabolizado por el organismo humano y que resulta ideal para el consumo de los diabéticos.

La planta tiene un tipo de azúcar especial que endulza y reacciona en nuestro organismo de manera saludable contra el colesterol. Además nutre selectivamente a los gérmenes benéficos que forman parte de la flora intestinal. Esta es una propiedad de gran importancia para las personas que sufren de diabetes, porque al

consumir estos azúcares no eleva el índice glicémico. Los fructanos, al igual que la fibra, estimulan la acción de microorganismos benéficos a nivel de la microflora del colon, por lo que el consumo continuado de jícama ayudaría a evitar el cáncer de colon, gastritis y úlceras duodenales.”

2.15.5. Época de cosecha

www.mountainpartnership.org dice: “La jícama está apta para la cosecha entre el octavo y el undécimo mes después de la siembra. Después de la madurez óptima, algunos compuestos nutritivos como la proteína de las hojas, los fructanos de la raíz y ciertos componentes fotoquímicos empiezan a degradarse, registrándose una disminución en su contenido; sin embargo, en los sistemas de producción comercial ésta se hace temprano, entre los tres y cinco meses, para obtener tubérculos pequeños favorables para el mercado minoritario.”

2.16. Proceso de producción

wordpress.com/proceso-de-elaboración-mermelada menciona: “Comprende las diferentes fases para la elaboración de la mermelada, las actividades previstas, el tiempo y tipo de operaciones a realizar.

2.16.1. Selección

Primero se eliminan las frutas en estado de podredumbre. El fruto recolectado debe ser sometido a un proceso de selección, ya que la calidad de la mermelada dependerá de la fruta.

2.16.2. Pesado

En este proceso se determinan rendimientos y se calcula la cantidad de los demás ingredientes.

2.16.3. Lavado

Al lavar la fruta se elimina cualquier tipo de partículas extrañas, suciedad y restos de tierra. Una vez lavada la fruta se recomienda zambullirla en una solución desinfectante por un tiempo no menor a 15 minutos y finalmente debe enjuagarse con abundante agua potable.

2.16.4. Pelado

Este proceso se puede hacer manualmente utilizando cuchillos o en forma mecánica con máquinas. En el pelado se elimina la cáscara, el corazón de la fruta y si se desea se corta en tajadas, siempre dependiendo del tipo de fruta.

2.16.5. Pulpeado

Consiste en obtener la pulpa, libre de cáscaras. Se pueden utilizar licuadoras o pulpeadoras. En este paso es importante pesar la pulpa porque de esto dependerá el cálculo del resto de ingredientes.

2.16.6. Cocción

Una vez lista la fruta se realiza la cocción, este proceso deberá realizarse con mucha destreza para obtener una mermelada de calidad. El tiempo de cocción depende de la variedad y textura de la materia prima buscando siempre conservar el color y sabor natural de la fruta. La cocción puede ser realizada a presión atmosférica en recipientes abiertos o al vacío en recipientes cerrados.

2.16.7. Envasado

Luego de la cocción se realiza el envasado mientras la preparación este más o menos a 85°C.

2.16.8. Enfriado

El producto envasado debe ser enfriado rápidamente para conservar su calidad y asegurar la formación del vacío dentro del envase. El enfriado se realiza con chorros de agua fría potable, que a la vez va a permitir realizar la limpieza exterior de los envases de algunos residuos de mermelada que se hubieran impregnado.

2.16.9. Etiquetado

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

2.16.10. Almacenamiento

El producto deber ser almacenado en un lugar fresco, limpio y seco; con suficiente ventilación a fin de garantizar la conservación del producto hasta el momento de su comercialización y consumo final.

2.16.11. Endulzantes y preservantes

Los endulzantes y preservantes que se utilizan en la elaboración de la mermelada son azúcar, ácido cítrico, pecticina y conservantes.”

2.17. Proceso de elaboración del licor

www.licoresbardsanjose.com.ar dice: “El licor debe estar edulcorado con azúcar, glucosa, miel, mosto de uva, coloreados o no y tener un contenido alcohólico superior a 30° centesimales, se puede decir que los licores que se encuentran en una variedad casi infinita en el mercado están compuestos por alcohol puro o aguardientes destilados, jarabes y sustancias aromáticas y colorantes. La elaboración de los licores clásicos consta de las siguientes fases:

2.17.1. Destilación

Es el proceso seguido para obtener los licores mediante la separación, vaporización y condensación en los diferentes componentes líquidos, sólidos disueltos en líquidos o gases licuados de una mezcla.

2.17.2. Digestión

Se utiliza para extraer las sustancias aromáticas y gustativas de los ingredientes empleados, por medio del calor. Las materias se colocan en una caldera con alcohol diluido y a una temperatura de entre cincuenta y sesenta grados, lo que permite obtener una mayor cantidad de componentes en un tiempo menor.

2.17.3. Maceración

Consiste en la introducción de la materia prima en un baño de alcohol o de líquidos alcohólicos. Es la forma de conseguir la cesión de los componentes aromáticos solubles que contiene la fruta. Esta fase puede tener una duración variable que va de unas horas hasta un mes.

2.17.4. Precolación

Es una inmersión muy intensa. La acción del alcohol penetra lentamente y disuelve las sustancias solubles, incluso las más pesadas. Cuando se han separado, se depositan en el fondo.

2.17.5. Preparación de la pulpa

Para la elaboración de bebidas alcohólicas, inicialmente, es necesario seleccionar la fruta a utilizarse, posteriormente se extrae el jugo mediante el triturado y prensado.

2.17.6. Fermentación, destilación y grado alcohólico

Para la elaboración de bebidas alcohólicas fermentadas se utiliza la levadura *Saccharomyces cerevisiae*; las levaduras son cuerpos que están presentes de forma natural en algunos productos como las frutas, cereales y verduras.

La fermentación industrial típica es esencialmente un proceso que se produce en un recipiente llamado fermentador de material hermético. El método de destilación puede ser industrial o artesanal, dependiendo del volumen de producción y de la calidad deseada para el producto final. En cualquier caso, el objetivo de la destilación es obtener una bebida de alcohol puro con un nivel superior a los 40°.

2.17.7. Separación y clarificación del mosto

Una vez finalizado el proceso de fermentación se procede a separar los residuos sólidos precipitados en el fondo del tanque de fermentación para posteriormente iniciar con el reposo que consiste en dejar reposar el mosto por un periodo de 15 días, aproximadamente, y se realiza el primer traslado; posteriormente se deja reposar 15 días más y se realiza el segundo trasiego, para asegurar la eliminación completa de cualquier residuo sólido presente.

2.17.8. Pasteurización y embotellamiento

Para disminuir el número de microorganismos presentes y garantizar la inocuidad del producto final obtenido, se realiza la pasteurización del licor previo al envasado.

Esta operación se realiza a una temperatura de 65 °C, por 5 o 6 minutos.

El envasado es la última etapa del proceso, generalmente se realiza en botellas de 750 ml, transparentes y de vidrio.

2.18. Normas de calidad de los productos

2.18.1. Normas INEN conservas vegetales mermelada de frutas requisitos

www.normalizacion.gob.ec419:1988 dice: “Mermelada de frutas es el producto obtenido por la cocción del ingrediente de fruta fresca, sana,

comestible, de madurez adecuada y limpia; la misma que puede ser entera, en trozos, pulpa o puré con la mezcla de otros ingredientes permitidos y concentrados hasta obtener la consistencia adecuada.

Rotulado.- El rótulo del envase debe llevar impreso con caracteres legibles e indelebles la siguiente información:

- Designación del producto
- Marca comercial
- Número de lote o código
- Razón social de la empresa
- Contenido neto de las unidades S.I.
- Fecha de tiempo máximo de consumo
- Número de registro sanitario
- Lista de ingredientes
- Precio de venta al público
- País de origen
- Norma técnica INEN de referencia
- Forma de conservación
- Las demás especificaciones exigidas por la ley.

No debe tener leyendas de significado ambiguo ni descripción de las características del producto que no puedan comprobarse debidamente.”

2.18.2. Normas INEN para bebidas alcohólicas

www.normalizacion.gob.ec1837:1991 dice: “Licor es la bebida alcohólica obtenida mezclando o destilando alcohol etílico rectificado, extra neutro o aguardiente de caña rectificado, con aditivos alimentarios de uso permitido, producidos por destilación, infusión, percolación o maceración, pudiendo edulcorarse con azúcares o miel, coloreados con sustancias de uso permitido.

2.18.2.1. Envasado

Los licores deben envasarse en botellas de vidrio o de cerámica, de forma, color, dimensiones y capacidad, que se establecerán en las normas correspondientes.

Los envases deben estar perfectamente limpios antes del llenado.

Los envases deben disponer de un adecuado cierre o tapa y sellado, de manera que se garantice la inviolabilidad del recipiente y las características del producto.

El espacio libre debe estar comprendido entre el 2 y 5% del volumen del envase comercial.

2.18.2.2. Rotulado

En todos los envases debe constar con caracteres legibles e indelebles, las indicaciones siguientes:

- Razón social de la empresa
- Denominación del producto: licor...
- Contenido neto, en centímetros cúbicos o litros
- Grado alcohólico del producto
- Norma INEN de referencia
- Lista de ingredientes
- Número de registro sanitario
- Número del lote y fecha de fabricación
- Leyenda industria ecuatoriana
- País, ciudad y dirección del fabricante, ciudad y país
- Las demás especificaciones exigidas por ley.”

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El presente estudio de mercado determinará el nivel de aceptación por parte de la población de la ciudad de Ibarra para la creación de un centro de procesamiento y comercialización de mermelada y licor de jícama.

Para llevar a cabo dicho estudio e identificar cada uno de los aspectos influyentes, como la existencia de un número considerable de consumidores en la ciudad de Ibarra dispuestos a adquirir el producto resultante del nuevo centro de procesamiento de mermelada y licor e identificar la plaza y promoción de este producto que se va a comercializar se tomó como referencia los datos obtenidos en la investigación mediante la aplicación de encuestas; a través de la observación directa, investigación bibliográfica y de campo y con la realización de un sondeo de mercado se investigó el precio y la competencia existente.

3.2. Objetivos

3.2.1. General

Determinar la existencia de mercado para la creación de un centro de procesamiento y comercialización de mermelada y licor de jícama.

3.2.2. Específicos

- Analizar las características del producto
- Identificar la oferta de mermelada y licor existente en el mercado.
- Conocer la demanda de mermelada y licor en la ciudad de Ibarra.
- Determinar el precio aceptado en el mercado.
- Analizar las posibilidades de producción agrícola de la jícama.

- Establecer los canales de distribución y comercialización del nuevo producto.

3.2.3. Variables

- Producto
- Oferta
- Demanda
- Precio
- Producción agrícola
- Distribución y comercialización

3.2.4. Indicadores

3.2.4.1. Producto

- Interés nuevo producto
- Presentación del producto
- Cualidades del producto
- Conocimiento del nuevo producto

3.2.4.2. Oferta

- Consumo de bebidas alcohólicas
- Consumo de mermelada
- Competencia

3.2.4.3. Demanda

- Lugar de compra
- Creación de la planta
- Valores nutricionales

- Cantidad de compra

3.2.4.4. Precio

- Precio de mercado

3.2.5. Producción agrícola

- Formas de producción
- Volumen de producción
- Materia prima e insumos
- Ciclos de producción
- Cosecha
- Agricultores

3.2.6. Distribución y comercialización

- Mercado meta
- Canales de distribución
- Políticas de comercialización
- Atención al cliente

3.2.7. Matriz diagnóstica

Tabla 9: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Fuente: Estudio de mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Analizar las características del producto	Producto	<ul style="list-style-type: none"> - Interés nuevo producto - Presentación del producto - Cualidades del producto - Conocimiento del nuevo producto 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario
Identificar la oferta de mermelada y licor existente en el mercado.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> - Consumo de bebidas alcohólicas - Consumo de mermelada - Competencia 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Investigación de campo 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario - Fichas
Analizar la demanda de mermelada y licor en la ciudad de Ibarra.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> - Lugar de compra - Creación de la planta - Valores nutricionales - Cantidad de compra 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario
Determinar el precio aceptado en el mercado.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> - Precio de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación de campo 	<ul style="list-style-type: none"> - Fichas
Analizar las posibilidades de producción agrícola de la jícama.	Producción agrícola	<ul style="list-style-type: none"> - Formas de producción - Volumen de producción - Materia prima e insumos - Ciclos de producción - Cosecha - Agricultores 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario
Conocer los canales de distribución y comercialización del nuevo producto para la creación del centro de procesamiento de mermelada y licor de jícama	Distribución y comercialización	<ul style="list-style-type: none"> -Canales de Distribución -Mercado Meta -Políticas de comercialización -Atención al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Investigación de campo 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario - Fichas

Elaborado por: Las autoras

3.3. Desarrollo operativo

3.3.1. Identificación de la población

Para el desarrollo del presente estudio de mercado se ha considerado en primer lugar a los productores de jícama que son alrededor de 10 personas, cuya ubicación se encuentra en San Clemente parroquia la Esperanza y por ser muy pequeña la población no se hará muestreo. Por otro lado se tomará en consideración la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra proyectada al año 2014 con una tasa de crecimiento del 2.02% anual (tasa según INEC), en este caso será de 87.184 de la cual se realizará un muestreo donde:

P.E.A. (INEC 2010) = 80.482 (Anexo 1)

TASA DE CRECIMIENTO (INEC 2010) = 2.02%

P.E.A *T.C

Tabla 10 CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN AL 2014

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
AÑO	PEA
2010	80482
2011	82108
2012	83766
2013	85458
2014	87184

Fuente: www.ecuadorencifras.com

Elaborado por: Las autoras

La muestra se calcula con la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

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

3.4. Cálculo de la muestra

Z = 1.96 para un nivel de confianza del 95 %;

N= Es el tamaño de la población de 87.184 habitantes (PEA 2014)

S^2 = Una Varianza constante de 0.25; y
 e^2 = Error muestral del 5 %.

3.5. Fórmula de cálculo

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

3.5.1. Población

$$n = \frac{(87.184) \cdot (1.96)^2 \cdot (0,25)}{(0,05)^2 \cdot (87.184 - 1) + (1,96)^2 \cdot (0,25)}$$

$$n = 382$$

Esto indica que se va aplicar la encuesta (**Ver anexo 7**) a 382 habitantes de la ciudad de Ibarra.

3.6. Instrumentos de recopilación de información

El presente estudio se lo efectuó en base a las diferentes técnicas de investigación de campo, siendo las utilizadas las siguientes:

3.6.1. Información primaria

Con el fin de recopilar la mayor información se creyó conveniente la aplicación de técnicas como: observación directa y encuestas.

3.6.1.1. Observación directa

Esta técnica permite recopilar información de primera mano de aspectos puntuales para la investigación.

La observación se realizó en los principales lugares de comercialización de mermelada y licor de la ciudad. (**Anexo 2, 3**)

3.6.1.2. Encuestas

Esta técnica permite compilar información de la población sujeta al estudio. Las encuestas se aplicaron a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra las mismas que fueron formuladas en base a las variables expuestas que son resultado de una investigación de campo.

3.6.1.3. Información Secundaria

Para ampliar la información obtenida de fuentes primarias se recurrió a obtener información de fuentes bibliográficas existentes como:

- Libros de administración, contabilidad, economía, tributación marketing, servicio al cliente y calidad.
- Internet
- Estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Memorias del Banco Central del Ecuador.

3.7. Tabulación y presentación de resultados

3.7.1. Resultados de las encuestas dirigidas a los productores

A continuación se va a mostrar los resultados obtenidos de las encuestas que se realizaron a los productores de jícama de San Clemente, parroquia la Esperanza, cantón Ibarra. (**Anexo 6**)

3.7.1.1. ¿Cultiva usted. jícama?

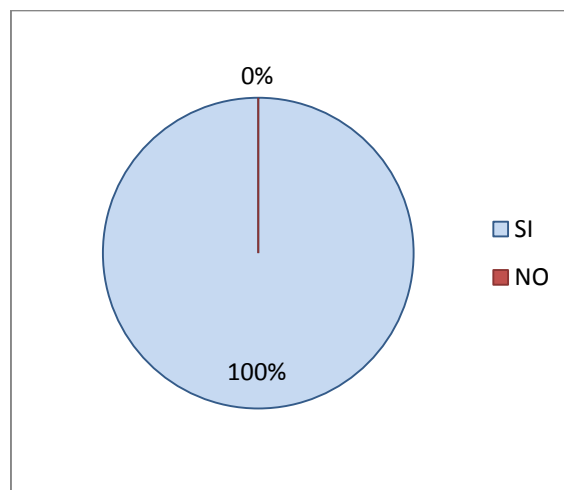
Tabla 11: PRODUCCIÓN DE JÍCAMA

FRECUENCIA	Nº PRODUCTORES	PORCENTAJE
SI	10	100
NO	0	0
TOTAL	10	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 5: PRODUCCIÓN DE JÍCAMA



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

a) Análisis e interpretación

Se determinó que la totalidad de los productores encuestados se dedican al cultivo de jícama en el sector de San Clemente de la Parroquia la Esperanza.

3.7.1.2. ¿Cuántos quintales de jícama produce al año?

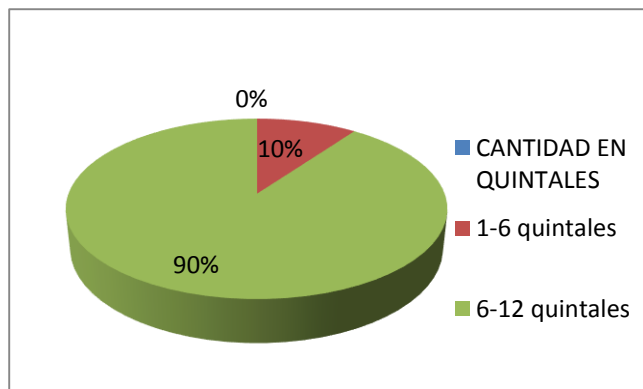
Tabla 12: PRODUCCIÓN DE JÍCAMA EN QUINTALES

CANTIDAD EN QUINTALES	CANTIDAD	PORCENTAJE
1-6 quintales	1	10
6-12 quintales	9	90
TOTAL	10	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 6: PRODUCCIÓN AL AÑO EN QUINTALES



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

b) Análisis e interpretación

Los resultados muestran que casi la totalidad de los productores producen cada uno 12 quintales de jícama al año y solo una persona dice producir únicamente 6 quintales anuales.

3.7.1.3. ¿Cuál es el precio de venta del quintal de jícama?

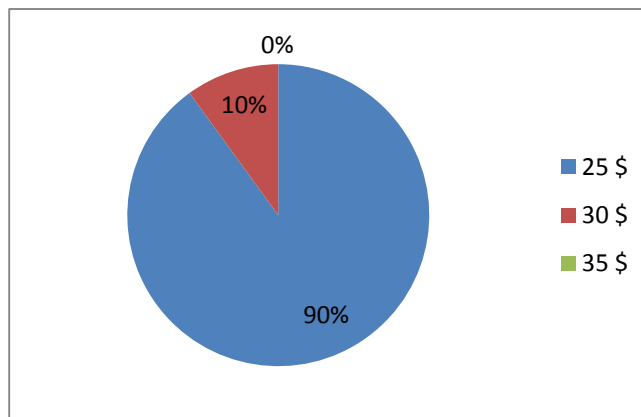
Tabla 13: PRECIO QUINTAL DE JÍCAMA

PRECIO	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$25	9	90
\$30	1	10
\$35	0	0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 7: PRECIO QUINTAL DE JÍCAMA



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

c) Análisis e interpretación

El precio de venta que la mayoría de los productores aplican es de \$25, siendo únicamente una persona la que comercializa este producto en 30 dolares. De lo antes expuesto se puede deducir que el precio aplicado por los productores es accesible y rentable, lo que permitirá obtener utilidad en la elaboración de los productos.

3.7.1.4. ¿Su producto es comercializado a?

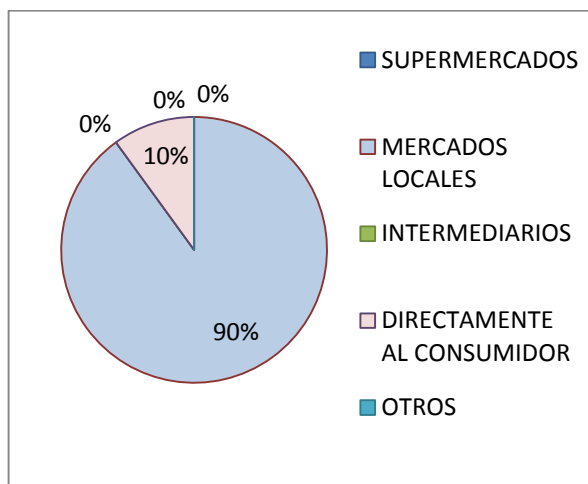
Tabla 14: LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN

LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN	CANTIDAD PRODUCTORES	PORCENTAJE
SUPERMERCADOS	0	0
MERCADOS LOCALES	9	90
INTERMEDIARIOS	0	0
DIRECTAMENTE AL CONSUMIDOR	1	10
OTROS	0	0
TOTAL	10	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 8: LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

d) Análisis e interpretación

La mayoría de los productores de jícama destinan su producción a mercados locales y solo un número reducido la comercializa directamente al consumidor. Lo cual es beneficioso para el desarrollo del proyecto ya que la producción se queda dentro de la ciudad permitiendo obtener este producto con mayor rapidez.

3.7.2. Resultados de las encuestas dirigidas a los consumidores

A continuación se mostraran los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a la población económicamente activa del sector urbano de la ciudad de Ibarra.

(Anexo 7)

3.7.2.1. ¿Consume usted mermelada?

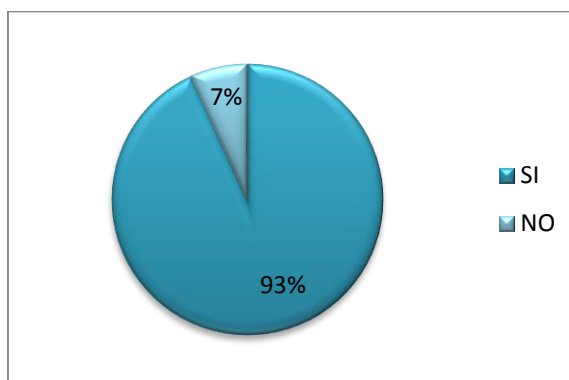
Tabla 15: CONSUMO DE MERMELADA

FRECUENCIA	CONSUMO	PORCENTAJE
SI	324	85
NO	58	15
TOTAL	382	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 9: CONSUMO DE MERMELADA



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

e) Análisis e interpretación

Con la aplicación de las encuestas se pudo conocer que la mayoría de la población de la ciudad de Ibarra consume mermelada y únicamente un número reducido de estas personas no adquieren este producto. Lo cual significa que existe un gran mercado que puede ser aprovechado para comercializar mermelada de jícama.

3.7.2.2. ¿Consume usted licor?

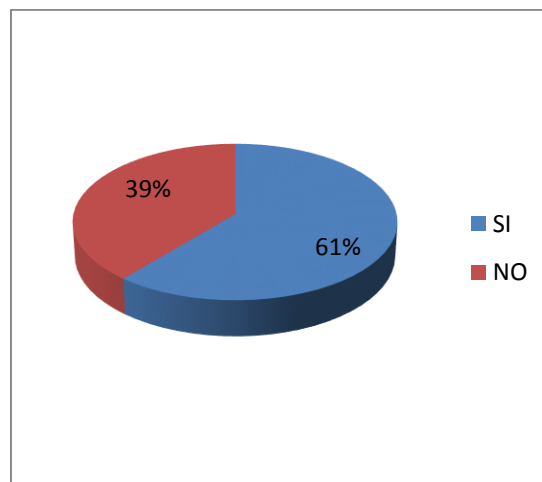
Tabla 16: CONSUMO DE LICOR

FRECUENCIA	CONSUMO
SI	220
NO	162
TOTAL	382

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 10: CONSUMO DE LICOR



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

f) **Análisis e interpretación**

Se ha determinado que más de la mitad de la población adquiere este producto, por otro lado existe un número significativo que no lo hace; teniendo así una demanda insatisfecha para la comercialización de este producto.

3.7.2.3. ¿Qué cantidad de estos productos adquiere usted mensualmente?

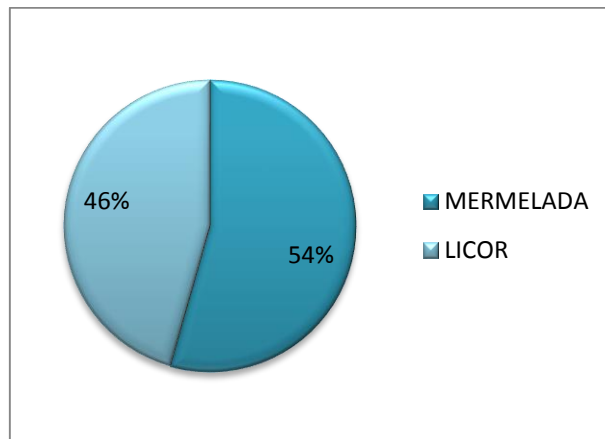
Tabla 17: CONSUMO MENSUAL

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MERMELADA	525	54
LICOR	459	46
TOTAL	984	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 11: CONSUMO MENSUAL



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

g) Análisis e interpretación

Se concluyó que la población de la ciudad de Ibarra adquiere cantidades similares tanto de licor como de mermelada; lo cual puede ser aprovechado por el presente proyecto para la introducción de los nuevos productos al mercado.

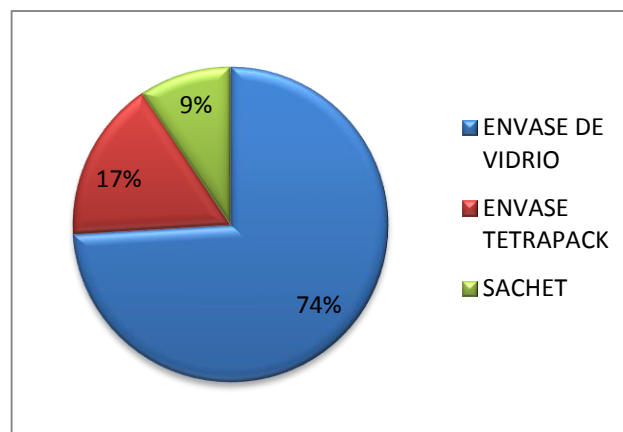
3.7.2.4. ¿De acuerdo a su criterio que presentación tiene más acogida entre los consumidores?

Tabla 18: PRESENTACIÓN

ENVASE	CANTIDAD
Envase de vidrio	282
Envase tetra pack	65
Sachet	35
TOTAL	382

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 12: PRESENTACIÓN



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

h) Análisis e interpretación

Se ha determinado que la mayoría de la población tiene preferencia por los productos cuya presentación es a través de un envase de vidrio, y solo un número reducido prefiere adquirirlos en tetra pack y sachet. Lo cual permite tener una idea clara del tipo de envase que prefiere el consumidor y la presentación de los productos al mercado.

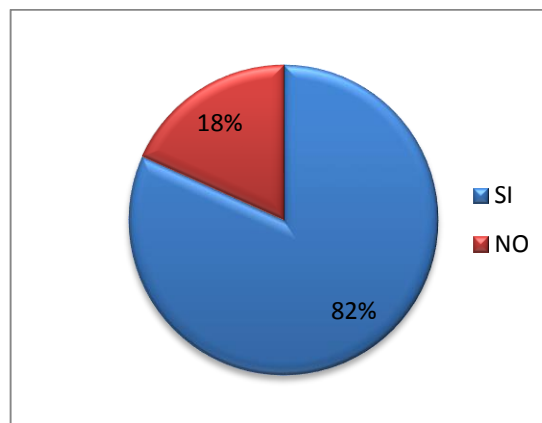
3.7.2.5. ¿Conoce usted la jícama y sus propiedades medicinales para la diabetes, gastritis y cáncer de colon?

Tabla 19: PRODUCTO

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	69	18
NO	313	82
TOTAL	382	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 13: PRODUCTO



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

i) Análisis e interpretación

El gráfico antes expuesto muestra que gran parte de la población no tiene conocimiento de la jícama y sus propiedades medicinales para diversas enfermedades, sin embargo hay un número reducido que indica conocer los beneficios de este tubérculo. Por lo que es necesario realizar campañas para dar a conocer a la población acerca de los múltiples beneficios que posee la jícama.

3.7.2.6. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este producto?

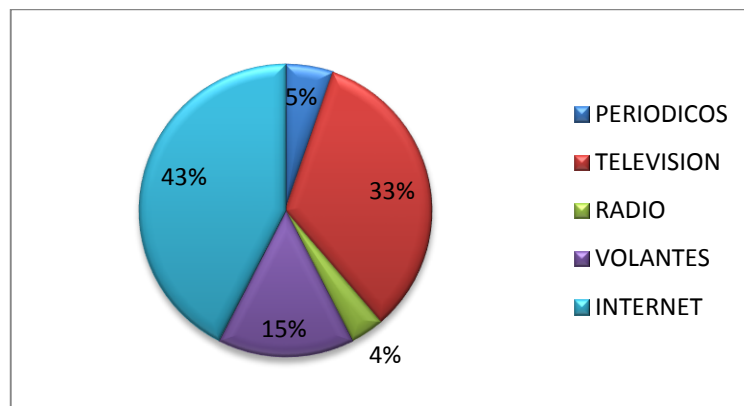
Tabla 20: MEDIOS DE PUBLICIDAD

MEDIOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Periódicos	20	5
Televisión	126	33
Radio	16	4
Volantes	58	15
Internet	162	43
TOTAL	382	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 14: MEDIOS DE PUBLICIDAD



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

j) Análisis e interpretación

A un número significativo de personas les gustaría obtener información sobre estos productos por medio del internet y la televisión, una pequeña parte tiene preferencia por la publicidad a través de volantes y un número muy reducido prefiere informarse por medio del periódico y radio.

3.7.2.7. ¿Le gustaría adquirir productos elaborados a base de jícama?

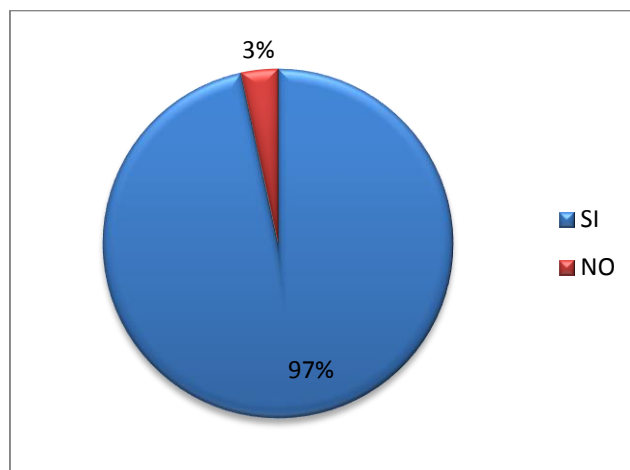
Tabla 21: DEMANDA

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	371	97
NO	11	3
TOTAL	382	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 15: DEMANDA



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

k) Análisis e interpretación

Casi la totalidad de la población está dispuesta adquirir productos elaborados a base de jícama, sin embargo un número nada representativo dice no estar de acuerdo con la adquisición de estos productos. Siendo esto beneficioso para la implementación del presente proyecto ya que a pesar del poco conocimiento que la población tiene acerca de la jícama muestra un gran interés.

3.7.2.8. Si dice si, indique la preferencia

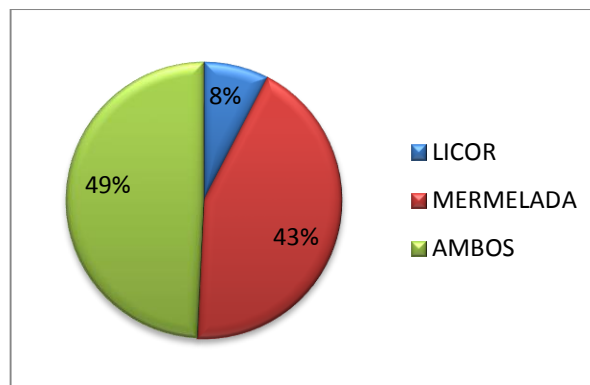
Tabla 22: PREFERENCIA

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Licor	29	8
Mermelada	160	43
Ambos	182	49
TOTAL	371	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 16: PREFERENCIA



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

l) Análisis e interpretación

Se concluyó que casi la mitad de la población está dispuesta adquirir los dos productos, aunque una cantidad similar dice tener preferencia únicamente por la mermelada, quedando una pequeña parte de la población a la que le gustaría solamente adquirir licor. Lo cual permite determinar la cantidad de fabricación de los nuevos productos.

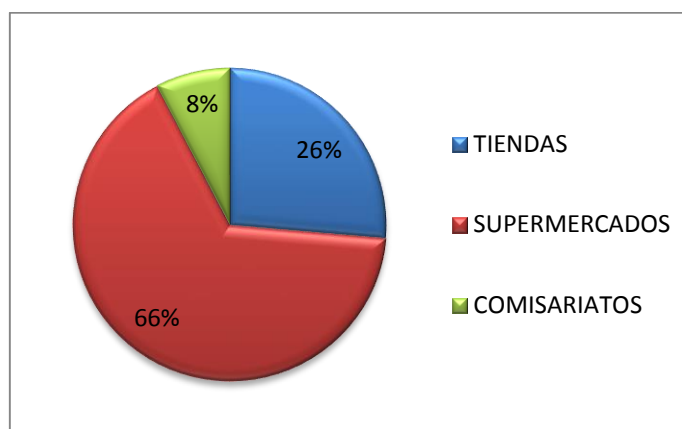
3.7.2.9. ¿En dónde le gustaría adquirir estos productos?

Tabla 23: PLAZA

LUGRAR DE COMPRA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Tiendas	96	26
Supermercado	245	66
Comisariatos	30	8
TOTAL	371	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 17: PLAZA



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

m) Análisis e interpretación

A más de la mitad de la población le gustaría adquirir tanto el licor como la mermelada en supermercados, una cantidad menor prefiere obtener estos productos en tiendas, y solo un número reducido desea comprar en comisariatos. Lo que podría aprovecharse para introducir el nuevo producto al mercado realizando convenios con los supermercados de la ciudad ofreciéndoles precios más bajos que los existentes.

3.8. Identificación del producto

El presente estudio está encaminado a analizar los productos elaborados a base de jícama, tales como: mermelada y licor.

La mermelada de jícama es similar a las mermeladas existentes en el mercado, con la diferencia que la mermelada de jícama contiene grandes cualidades nutritivas en atención a la salud y a enfermedades tales como: colesterol, diabetes, gastritis, cáncer de colon, úlceras duodenales, etc.

El licor de jícama se diferencia de los productos existentes en el mercado ya que contiene baja graduación alcohólica y además posee un exquisito sabor.

3.8.1. Sustitutos

Los productos sustitutos de la mermelada de jícama son las diferentes mermeladas existentes en el mercado tales como piña, mora, fresa, guayaba etc., así como también el arope y manjar.

Se ha determinado que los productos sustitutos del licor de jícama son el whisky, aguardientes, ron, tequila, vodka, coñac, etc.

3.8.2. Subproductos

Después de la elaboración de la mermelada y licor de jícama quedan los residuos como la cáscara y el afrecho los mismos que son utilizados para hacer abonos orgánicos.

3.9. Estructura y segmentación de mercado

3.9.1. Mercado meta

El mercado meta del proyecto se encuentra definido, ya que va dirigido a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra. El producto que se pretende ofertar es uno de calidad y a precios accesibles al mercado.

3.9.2. Segmento de mercado

Los productos a elaborar por la nueva unidad económica están destinados a personas que buscan una nueva alternativa tanto de mermelada como licor, tomando en cuenta este referente se presenta criterios que ayudan a determinar el segmento del mercado.

Tabla 24: SEGMENTO DE MERCADO

Criterios de Segmentación	Segmentos del Mercado
Geografía	
REGIÓN	Sierra
PROVINCIA	Imbabura
CIUDAD	Ibarra
SECTOR	Urbano y Rural
Demográficas	
POBLACIÓN	Población económicamente activa
GÉNERO	Masculino y Femenino
Contractuales	
PREFERENCIA	Gusten de mermelada en su dieta diaria
	Busquen nuevas alternativas en licor
Variable Socio-Económica	
NIVEL ECONÓMICO	Se consideran un nivel socioeconómico medio – alto

Fuente: www.ecuadorencifras.com

Elaborado por: Las autoras

3.10. Análisis de la demanda

3.10.1. Consumidores

Los principales consumidores de los productos derivados de la jícama son niños, jóvenes y adultos en el caso de la mermelada; ya que es un producto que se adquiere para el consumo de todos los integrantes de familias de clase media y alta, en cambio el licor tiene como principales consumidores a las personas de 18 años en adelante ubicadas en la Ciudad de Ibarra, lugar donde se efectuará el presente estudio.

3.10.2. Lugar de compra

Se ha determinado que el lugar donde se adquiere mermelada y licor en la ciudad de Ibarra son los diferentes supermercados ubicados en el centro, como son el Supermaxi, Gran Akí, Superdespensa Akí y supermercados Tía, los mismos que se encuentran ubicados en la Av. Mariano Acosta, calles Bolívar y Velasco, Av. Pérez Guerrero y Sánchez Cifuentes respectivamente, estos datos fueron tomados de los resultados de las encuestas realizadas (**Anexo7 pregunta #9**).

Tabla 25: LUGAR DE COMPRA

LUGRAR DE COMPRA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Tiendas	96	26
Supermercado	245	66
Comisariatos	30	8
TOTAL	371	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

3.10.3. Cantidad comprada

Tomando como referencia los resultados que se obtuvo de la encuesta realizada a los posibles consumidores de la ciudad de Ibarra se deduce que los habitantes del sector estudiado consumen un porcentaje representativo tanto de mermelada como

de licor. Lo cual puede ser aprovechado por el proyecto ya que existe un amplio mercado para comercializar los productos.

Tabla 26: CONSUMO DE MERMELADA Y LICOR

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MERMELADA	525	53
LICOR	459	47
TOTAL	984	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

3.10.4. Proyección de la demanda

Con la finalidad de determinar la demanda existente de mermelada y licor de jícama y al no disponer de datos históricos de la demanda de estos productos, se consideró los resultados obtenidos de las encuestas y el último censo de la población de la ciudad de Ibarra realizado en el año 2010.

La población económicamente activa de la ciudad de Ibarra de acuerdo a datos obtenidos del INEC del último censo realizado en el año 2010 es de 80.482 personas, la misma que será tomada como punto de partida de nuestra investigación. Para el año 2014 tenemos una población de 87.184 la cual fue calculada en base a la tasa de crecimiento del 2.02% que fue tomada de los datos estadísticos del INEC, y en vista que no se ha realizado otro censo se tomará esta tasa para realizar la proyección de los siguientes 5 años.

Tabla 27: POBLACIÓN DE IBARRA AÑO 2010

Sexo	Condición de Actividad (10 y más años)		
	PEA	PEI	Total
Hombre	46,695	23,415	70,110
Mujer	33,787	42,468	76,255
Total	80,482	65,883	146,365

Fuente: www.ecuadorencifras.com

Elaborado por: Las autoras

Para determinar la demanda tanto de mermelada como de licor se tomaron los resultados de las encuestas realizadas a los posibles consumidores, los mismos que de acuerdo a los porcentajes obtenidos fueron generalizados a la población base total de nuestro estudio.

La respuesta de los consumidores que estarían dispuestos a adquirir ambos productos es del 49% el mismo que fue distribuido en forma equitativa tanto para la mermelada como para el licor, obteniendo un porcentaje de consumo de mermelada del 67% y el 33% para el licor que fue calculado de la siguiente manera:

(Anexo 7 pregunta #8)

$$0.49/2= 0.245$$

$$0.245+0.08= 0.33$$

$$0.245+0.43= 0.67$$

Tabla 28: DEMANDA

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Licor	29	8
Mermelada	160	43
Ambos	182	49
TOTAL	371	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las autoras

La proyección de la demanda fue calculada tomando como punto de partida la población económicamente activa proyectada al 2014 que es de 87.184 más el 2.02% que es la tasa de crecimiento anual donde:

$$\text{PEA 2014} = \quad \quad \quad \mathbf{87.184}$$

$$\text{TC} = \quad \quad \quad \mathbf{2.02\%}$$

(PEA*TASA CRECIMIENTO)

$$\mathbf{(87.184*1.0202)}$$

$$\mathbf{88.945}$$

Tabla 29. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	PEA	MERMELADA	LICOR
2014	87184	58413	28771
2015	88945	59593	29352
2016	90742	60797	29945
2017	92575	62025	30550
2018	94445	63278	31167

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

3.11. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores (oferentes) están decididos a poner a disposición del mercado.

El propósito del análisis de la oferta es definir y medir la cantidad y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio.

Para determinar la oferta existente en el mercado tanto del licor como de mermelada se realizó una investigación de campo que consistió en visitar los diferentes supermercados de la ciudad y solicitar información acerca de las ventas mensuales de estos productos, los datos obtenidos se multiplicaron por 12 para determinar la oferta anual (**Anexo 4, 5**)

Tabla 30: OFERTA ACTUAL DE MERMELADA

MARCA	SUPERMAXI	TÍA	AKI	GRAN AKI	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Snob	298	152	135	263	848	10,176
Gustadina	256	135	121	245	757	9,084
AKI	-	-	98	204	302	3,624
Facundo	207	-	125	196	528	6,336
San Jorge	198	138	-	-	336	4,032
Conservas Guayas	-	123	-	-	123	1,476
María Morena	-	-	93	262	355	4,260
TOTAL	959	548	572	1,170	3,249	38,988

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

Tabla 31: OFERTA ACTUAL LICOR

MARCA	SUPERMAXI	TÍA	AKI	GRAN AKI	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Boones	68	46	52	25	191	2,292
Zhumir	56	59	67	79	261	3,132
Gato Negro	12			17	29	348
Whisky Bellows	89	93		57	239	2,868
Vodka Ruskaya	57	34	35	38	164	1,968
Grand Vandush	17	-	12	13	42	504
Ron Cien Fuegos	79	76	54	57	266	3,192
Ron Bellows	55	21		23	99	1,188
Ron Estelar	26	17		20	63	756
Ron San Miguel	74	34		56	164	1,968
Ron Castillo Blanco	34	25		23	82	984
Néctar	15	-		13	28	336
TOTAL	582	405	220	421	1,628	19,536

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

La proyección de la oferta se obtuvo multiplicando la cantidad anual ofertada por el 2.02% que es la tasa de crecimiento de la población.

Tabla 32: PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	MERMELADA	LICOR
2014	38988	19536
2015	39776	19931
2016	40579	20333
2017	41399	20744
2018	42235	21163

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

3.12. Balance de la oferta – demanda

De acuerdo a la proyección realizada para los cinco años de vida útil del proyecto se ha determinado que existe una demanda insatisfecha, la misma que será aprovechada para comercializar nuestros productos.

Tabla 33: BALANCE DEMANDA – OFERTA MERMELADA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	58413	38988	19425
2015	59593	39776	19818
2016	60797	40579	20218
2017	62025	41399	20626
2018	63278	42235	21043

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Tabla 34: BALANCE DEMANDA – OFERTA LICOR

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	28771	19536	9235
2015	29352	19931	9421
2016	29945	20333	9612
2017	30550	20744	9806
2018	31167	21163	10004

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Se puede observar una demanda insatisfecha para el año 2014 de 19.425 en cuanto a la mermelada y de 9.235 en el caso del licor. Esta información permite indicar que es factible la creación de un centro de procesamiento y comercialización de mermelada y licor de jícama.

3.13. Análisis de precios

3.13.1. Precio de venta actual

A través de la técnica de observación realizada en los supermercados de la ciudad con respecto a los licores se tomó el rango de precio que va desde \$5.00 hasta \$15.00, en cuanto al precio de mermelada se hizo referencia a los envases de vidrio de 250 a 300 gramos existentes en el mercado cuyo precio es de \$1.25 a \$2.00 dependiendo de la marca (**Anexo 2,3**). Estos rangos fueron tomados ya que los

productos a comercializarse están dirigidos a un mercado de consumidores de clase media alta; de esta manera se determinó que los productos que se encuentran a la venta tienen un precio medio, es decir un valor adecuado para el alcance de los consumidores.

Tabla 35: PRECIOS ACTUALES MERMELADA

MARCA	SUPERMAXI	TIA	AKI	GRAN AKI	PROMEDIO
Snob	1.75	1.69	1.86	1.46	1.69
Gustadina	1.56	1.59	1.49	1.49	1.53
AKI	-	-	1.24	1.24	1.24
Facundo	1.36	-	1.28	1.30	1.97
San Jorge	1.60	1.59	-	-	1.60
Conservas Guayas	-	1.39	-	-	1.39
María Morena	-	-	1.33	1.33	1.33
	PRECIO PROMEDIO				1.54

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

Tabla 36: PRECIOS ACTUALES LICOR

MARCA	SUPERMAXI	TIA	AKI	GRAN AKI	PROMEDIO
Boones	9.50	8.99	5.95	5.95	7.60
Zhumir	6.20	5.99	5.39	5.39	5.74
Gato Negro	9.10			8.59	8.85
Whisky Bellows	11.25	10.99		9.56	10.60
Vodka Ruskaya	10.36	15.00	9.55	9.78	11.17
Grand Vandush	5.25	-	5.04	5.04	5.11
Ron Cien Fuegos	11.15	10.99	10.78	10.38	10.83
Ron Bellows Dorado	7.20	6.99		5.86	6.68
Ron Estelar	8.50	8.99		7.05	8.18
Ron San Miguel	9.30	7.99		8.78	8.69
Ron Castillo Blanco	6.96	7.49		6.82	7.09
Néctar	11.00	-		10.82	10.91
	PRECIO PROMEDIO				14.49

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

3.14. Análisis de proveedores

Mediante la realización de las encuestas se ha tomado como principales proveedores de jícama a las personas que se dedican al cultivo de este tubérculo en San Clemente parroquia de la Esperanza por su cercanía a nuestro proyecto y también porque cuentan con la producción necesaria para la elaboración de nuestros productos.

A través de este proyecto se buscará incentivar el cultivo de jícama ya que posee varios beneficios nutricionales lo cual nos permitirá estar dotados constantemente de la jícama que es el principal ingrediente de nuestros productos.

Los demás insumos y materiales a utilizarse en la elaboración de estos productos los encontramos en los diferentes supermercados de la ciudad, Leva pan, ICC International S.A de la ciudad de Quito e imprentas de la ciudad de Ibarra.

3.15. Materia prima e insumos

La materia prima e insumos para la elaboración de la mermelada es la jícama, la misma que se cultiva en San Clemente parroquia la Esperanza, agua, pectina que sirve para dar consistencia a la mermelada, preservantes naturales los que sirven para detener el deterioro microbiano del producto, antioxidantes que es capaz de retrasar el proceso de oxidación, jarabe de glucosa y envases de vidrio de 250 gr. para el envase del producto.

Para la elaboración del licor se utilizará jícama cultivada en el sector de San Clemente, levadura en presentación prensada y fresca que se emplea en la panificación que se utilizará como inóculo para la fermentación, clarificantes como bentonita y gelatina sin sabor, alcohol (etanol) y botellas de vidrio de 750 cm³ utilizadas en el envasado del producto final.

3.16. Participación del proyecto

El presente proyecto va a participar con un 65% de la demanda insatisfecha lo que significa 500 botellas de licor de 750 cm³ y 1052 envases de mermelada de 250 gr mensuales.

Para el cálculo de la producción del proyecto se tomó en cuenta la cantidad de materia prima con la que se cuenta y la capacidad productiva de la planta.

3.17. Conclusiones

- De acuerdo a la investigación realizada se determinó que para la comercialización de mermelada y licor de jícama se cuenta con un mercado objetivo de 87.184 habitantes que son parte de la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra.
- Se determinó que la oferta de licor es de 19.536 botellas y de 38.988 envases de mermelada, los mismos que se encuentran en los supermercados de la ciudad tales como Gran Akí, Superdespensas Akí, supermercados Tía y Supermaxi.
- A través del estudio de mercado realizado se determinó que para el año 2014 existe una demanda insatisfecha de 19.425 en cuanto a la mermelada y de 9.235 en el caso del licor.
- En base a la observación realizada en los diferentes supermercados de la ciudad se determinó que el precio de estos productos va desde \$5.00 hasta \$15.00 en el caso del licor y de \$1.25 a \$2.00 en cuanto a la mermelada dirigidos a una población de clase media y alta.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO-INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. Objetivo

El objetivo general del estudio técnico es demostrar si el proyecto que se está investigando es técnicamente factible, justificando además desde el punto de vista económico haber seleccionado la mejor alternativa en tamaño, localización, y proceso productivo para satisfacer la demanda existente de mermelada y licor de jícama, todo aquello en función de la disponibilidad o restricción de materias primas, alternativas tecnológicas accesibles, disponibilidad financiera y disponibilidad de recursos humanos.

4.2. Localización del proyecto

Se indicará el lugar exacto donde se creará el centro de procesamiento de mermelada y licor de jícama, desde la macro localización hasta micro localización tomando en cuenta factores muy importantes como distancia, condiciones de vida, terreno, carreteras, entre otros; los mismos que ayudarán a la determinación de este lugar tan importante que será el centro de operaciones del presente proyecto.

4.3. Macrolocalización

El Ecuador es un país del noreste de América del Sur, bordeado al noreste por Colombia, por Perú al este y al sur, y por el océano Pacífico al oeste. El país comprende también el archipiélago de Galápagos situado en el océano Pacífico. Ecuador cuya capital es Quito tiene una superficie de 283.561 km².

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura y la región norte del Ecuador. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia.

Gráfico 18: MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: ibarraymi.galeon.com

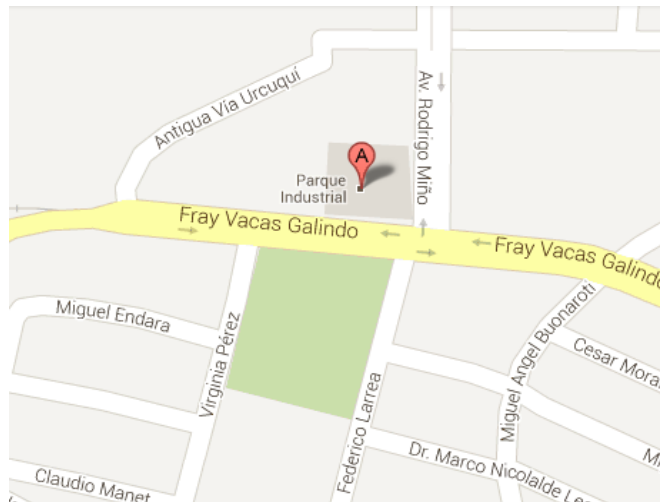
4.3.1. Microlocalización

La localización está relacionada con la distribución, comercialización y venta de los productos. Las industrias se establecen por lo general próximas a lugares dotados de infraestructura básica: agua potable, alcantarillado, teléfono, servicios de transporte con fácil acceso a los mercados internos o externos de materia prima, mano de obra, entre otras.

La empresa estará localizada en la avenida Fray Vacas Galindo y Av. Rodrigo de Miño en el parque industrial de la ciudad de Ibarra por cuanto debe cumplir:

- Las leyes de protección y fomento industrial.
- Ordenanza municipal.
- Estar ubicada en una zona de industrias.
- Contar con servicios básicos de calles, energía eléctrica, agua potable, teléfono y alcantarillado.
- Estar fuera de la zona residencial.

Gráfico 19: MAPA DEL SECTOR



Fuente: www.googlemaps.com

4.3.2. Tamaño del proyecto

Luego de haber establecido los datos de la oferta y demanda del producto a través del estudio de mercado se determina los parámetros necesarios para definir el tamaño del estudio planteado, el tipo de maquinaria y equipos, el proceso productivo a utilizar para establecer un óptimo rendimiento que permita a la empresa alcanzar los objetivos trazados.

El tamaño del proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto que se trata. El tamaño de un proyecto está en función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

Existen algunos factores que influyen en la determinación del tamaño del proyecto como son:

4.3.2.1. Diseño de las instalaciones

El diseño de este proyecto está basado en los requerimientos básicos necesarios para implementar una planta para lo cual se puede anotar lo siguiente:

- Determinación de la demanda existente y futura
- Proyecto de crecimiento de la población
- Servicios básicos (luz, agua, teléfono, etc.)
- Mano de obra necesaria
- Topografía
- Accesibilidad
- Orientación, etc.

Por estas razones la implementación de un centro de procesamiento y comercialización de mermelada y licor de jícama se puede realizar, satisfaciendo las necesidades básicas del personal.

4.3.2.2. Distribución de las instalaciones

Además de la localización, diseño y construcción de la planta es importante estudiar con detenimiento el problema de la distribución interna de la misma para lograr una disposición ordenada y bien planeada de la maquinaria y del equipo, acorde con los desplazamientos lógicos de las materias primas y de los productos acabados de modo que se aprovechen eficazmente el equipo, el tiempo y las aptitudes de los trabajadores.

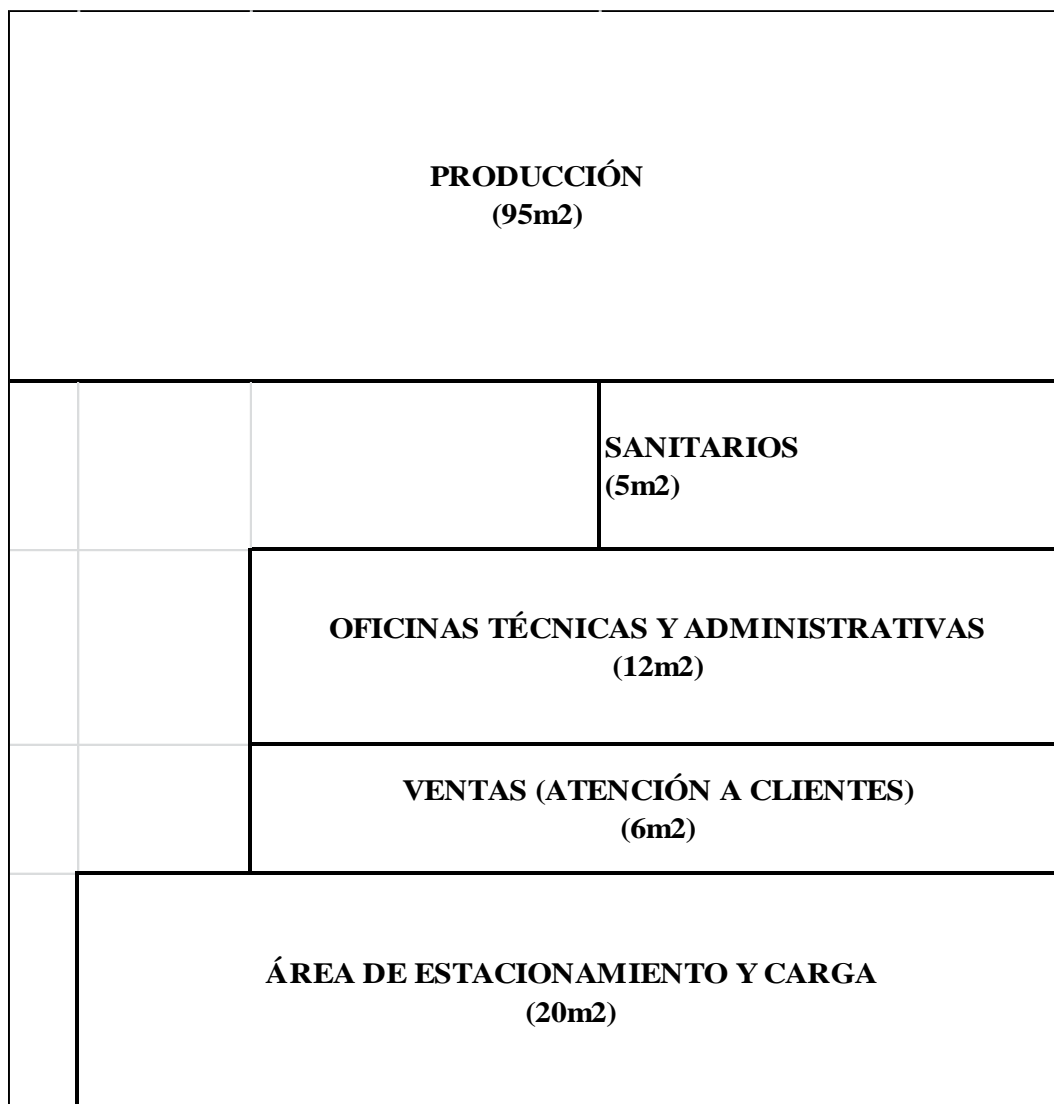
Se debe buscar la forma más económica de operar, así como la seguridad y la satisfacción de los trabajadores mediante las siguientes acciones:

- Completa integración de todos los factores que intervienen en la producción.
- El movimiento de materiales debe cubrir la mínima distancia posible.
- El trabajo ha de realizarse mediante pasos y procesos por secuencia lógica en toda la planta.
- Todo el espacio disponible debe aprovecharse al máximo.
- Lograr la satisfacción y mayor seguridad para todos los trabajadores.
- Contar con flexibilidad en la distribución de manera que permita introducir mejoras.

El proyecto consta de una edificación de una planta que se encuentra distribuido por áreas entre las que tenemos:

- Área de producción
- Área de administración
- Área de ventas
- Estacionamiento

Gráfico 20: DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LA PLANTA



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.2.3. Mercado

Para establecer el tamaño del mercado que se va a captar se tomará en cuenta la demanda insatisfecha. Este proyecto tiene como finalidad producir y comercializar productos nuevos como son mermelada y licor de jícama en la ciudad de Ibarra y posteriormente a todos los cantones de la provincia, dependiendo de la producción se podrá expandir al resto de país.

El tamaño de las instalaciones del centro de procesamiento estará bien distribuido, contará con una área administrativa, de producción y de ventas.

4.3.2.4. Financiamiento

La elaboración de los productos tendrá una inversión la cual necesita de financiamiento que será de origen propio y a través de un préstamo, en detalle se analizó en el capítulo financiero.

4.3.2.5. Equipamiento por áreas

4.3.2.5.1. Área administrativa

El área administrativa dependerá del buen desempeño del personal, empleando activos fijos de muebles y enseres, equipos de cómputo y equipos de oficina entre otros, tales como:

- Sillón ejecutivo
- Sillas
- Escritorio
- Fax
- Archivador
- Teléfono
- Material y accesorios de oficina
- Equipo de oficina (calculadora, sumadoras, grapadoras, perforadoras, papeleras)
- Equipo de cómputo

- Extintores

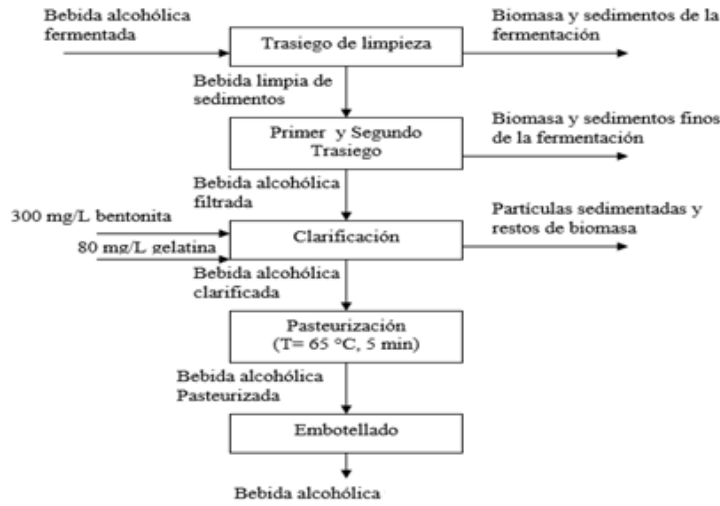
4.3.2.5.2. Área de producción

Para el área de producción es necesaria la dotación de maquinaria (**Anexo 8**) e implementos los mismos que se detallan a continuación:

- Marmita
- Tanque de fermentación
- Tanques de almacenamiento
- Envasadora automática
- Mesas de preparación
- Cocina industrial
- Congelador industrial
- Coches de transporte
- Bascula
- Coladores
- Embudos
- Cilindros de gas
- Cascos, mandiles, guantes
- Extintores

4.3.2.5.2.1. Proceso de producción del licor

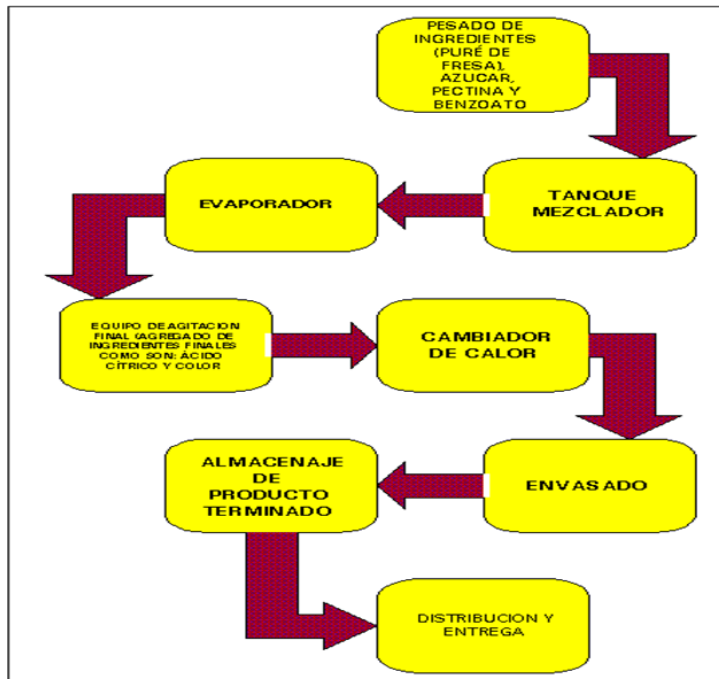
Gráfico 21: PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LICOR



Fuente: www.licoresbardsanjose.com.ar

4.3.2.5.2.2. Proceso de producción de la mermelada

Gráfico 22: PROCESO DE PRODUCCIÓN DE MERMELADA



Fuente: www.contactopyme.gob

4.3.2.5.3. Área de ventas

El área de ventas es el que se encarga de la distribución y comercialización de los productos por lo cual estará dotado de:

- Escritorio
- Sillón ejecutivo
- Equipo de cómputo
- Teléfono
- Aparadores
- Extintor

4.3.3. Presupuesto técnico

4.3.3.1. Gastos de constitución

En estos gastos van los valores que se gastarán para constituir la empresa y todos los permisos necesarios para la circulación que certifiquen el correcto funcionamiento de este proyecto.

Tabla 37: GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Descripción	Valor anual
Permiso del Cuerpo de Bomberos	10.00
Patente municipal y formularios de declaraciones	260.00
Registro Sanitario	20.00
Registro Cámara de Comercio	150.00
Registro de la Propiedad	400.00
Pago para la constitución de la compañía	380.00
Servicio de Rentas Internas (RUC)	0.00
TOTAL	1220.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.2. Servicios básicos

Para el funcionamiento del centro de procesamiento y comercialización se utilizará los servicios básicos tales como luz eléctrica, agua, teléfono, internet y gas. Los mismos que fueron calculados de la siguiente manera:

La luz eléctrica en base a 1000 KW mensuales a un costo de 0.14 centavos el KW más impuestos por alumbrado público y servicio de bomberos (según datos de EMELNORTE). El agua potable con un consumo aproximado de 100 m³ a un costo de 0.71 más impuestos por alcantarillado y comercialización; y el teléfono a un costo de 0.04 centavos el minuto.

Tabla 38: SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	# MENSUAL UTILIZADO	PRECIO UNITARIO USD	VALOR MENSUAL USD	CARGOS ADICIONALES USD	TOTAL MENSUAL USD	TOTAL ANUAL USD
Agua potable	m ³	120	0.6	72	28	100	1200
Energía eléctrica	Kw/h	900	0.13	117	33	150	1800
Teléfono	Minutos	1800	0.04	72	0	72	864
Internet	Horas ilimitadas			20	0	20	240
Gas	cilindro industrial	4	20	80	0	80	960
TOTAL						422	5064

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.3. Análisis de comercialización

4.3.3.3.1. Productos a ofrecer

Los productos que se van a comercializar por medio del proyecto son mermelada de jícama, la misma que por su alto contenido nutricional brindará a los consumidores un producto con múltiples beneficios para la salud y para enfermedades tales como diabetes, cáncer de colon, gastritis, etc; y licor con baja graduación alcohólica.

4.3.3.3.2. Presentación

Los productos elaborados a base de la jícama serán presentados al público de la siguiente manera:

Mermelada.- este producto será distribuido al mercado en frascos de vidrio de 250 gr, los mismos que tendrán una etiqueta con el nombre de la mermelada, sus componentes, beneficios nutricionales, registro sanitario, fecha de elaboración y caducidad.

Licor.- Su presentación es en una botella de cristal de 750 cm³ con la respectiva etiqueta que identifique el nombre del licor, sus componentes, registro sanitario, grado de alcohol que en este caso es de 15° cl.

El segmento de mercado al cuál básicamente se orientará el presente proyecto, son los establecimientos cuya actividad comercial es la de ofrecer productos tales como mermelada con altos beneficios nutricionales y un licor de moderación y de acompañamiento en eventos sociales.

Gráfico 23: ENVASE LICOR DE JÍCAMA



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 24: ENVASE MERMELADA DE JÍCAMA



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.3. Canales de distribución

Para iniciar las actividades comerciales del centro de procesamiento y comercialización de mermelada y licor de jícama se necesita diseñar estrategias para ingresar y asegurar su posicionamiento dentro del mercado competitivo y complejo.

Estos productos se comercializarán en los supermercados y tiendas de la ciudad de Ibarra, además se expenderá los productos directamente en la planta.

Tomando como base la información de campo se ha diseñado las siguientes estrategias.

4.3.3.3.4. Estrategias de comunicación

Tomando en cuenta que la mermelada y licor de jícama no existen actualmente en el mercado y por consiguiente no existen listas de precios y evolución del producto, se hace necesario incursionar en el mercado local a través de:

Degustaciones.- Estas se realizarán en la entrada de los principales supermercados de la ciudad mediante señoritas impulsadoras y modelos promotoras ya que estos lugares son de gran concurrencia de la población, esto permitirá que los consumidores potenciales tengan la oportunidad de probar, saborear, conocer los productos y por ende tomen la decisión de adquirirlos.

Publicidad a través del internet.- Se realizará publicidad a través de este medio de comunicación ya que se constituye en uno de los mas utilizados para dar a conocer los productos gracias a que la mayoría de la población tiene acceso al internet, para lo cual se creará una página web con información acerca de la empresa y los productos que esta ofrece.

Volantes.- Se repartirá volantes que contengan información acerca de los productos que se va a comercializar indicando las características que contiene cada uno de nuestros productos.

La publicidad jugará un papel importante para que la población tenga conocimiento de la existencia, sabor y características de nuestros productos.

4.3.3.3.5. Estrategias de plaza

Nuestros principales clientes son los supermercados y los minoristas como son tiendas y comisariatos de la ciudad.

Supermercados.- Se realizará descuentos de acuerdo al monto adquirido, además se entregará una cantidad de producto gratis para que entreguen una muestra a los clientes.

Tiendas y Comisariatos.- En base al monto de compra se otorgará descuentos y además se entregará productos gratis por la compra de los nuevos productos.

El canal de distribución que se utilizará es productor –detallista –consumidor final; en este caso se considera a los detallistas como el principal intermediario de la cadena entre los consumidores de mermelada y licor del proyecto.

4.3.3.3.6. Precio

Para analizar el precio del producto se tomó en cuenta dos métodos principales para la fijación del precio:

- Fijación de precios para ajustarse a la competencia: En esta etapa se debe diferenciar el producto por su calidad o servicio.
- Precio promedio: Se aplica cuando se introducen productos nuevos al mercado que no cuentan con datos históricos.

El precio tanto de la mermelada y licor de jícama que se elaborará y comercializará mediante nuestro proyecto será fijado en base a los productos de la competencia.

4.3.3.4. Costos de publicidad

Los costos de publicidad son de gran importancia para dar a conocer al público los productos a ofertarse los mismos que se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 39: COSTOS DE PUBLICIDAD

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Degustaciones	60.00	720.00
Volantes	50.00	600.00
Página web	100.00	100.00
Total	210.00	1,420.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.5. Construcción e instalación de la planta

El área que se destina para la construcción de la infraestructura es de 138 m² distribuida de la siguiente manera:

Tabla 40: DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

No	AREA	M²
1	Administración	12
1	Producción	95
1	Ventas	6
1	Estacionamiento y áreas verdes	20
1	Baños	5
TOTAL		138

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.5.1. Costo de la infraestructura

El costo de edificación de la planta se divide en dos partes, costo de materiales de construcción y de mano de obra.

Dentro de los materiales de construcción y para los acabados se utilizará:

- Bloque prensado

- Ripio
- Arena fina
- Cemento
- Varillas
- Cerámica
- Pintura
- Tubería
- Ventanas
- Puertas
- Sanitarios
- Grifería

Tabla 41: COSTO DE LA INFRAESTRUCTURA

Detalle	M²	Costo de Materiales de Construcción	Costo de Mano de Obra \$30 por m²	Costo Total
Infraestructura	138	5,000.00	4,140.00	9,140.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.6. Terreno

El terreno será adquirido en el parque industrial de la ciudad de Ibarra donde el costo por m² es de \$70.

Tabla 42: TERRENO

Tamaño (m²)	Costo por m² comercial	Costo total
138	70.00	9,660.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.7. Maquinaria

El costo de la maquinaria fue tomado de acuerdo a proformas.(Anexo 8).

Tabla 43: MAQUINARIA

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Marmita	2	750.00	1,500.00
Mono bloque para llenado - envasado	1	700.00	700.00
Tanque de fermentación	1	1,000.00	1,000.00
Tanques de almacenamiento	2	500.00	1,000.00
Cocina industrial	1	300.00	300.00
Congelador industrial	1	500.00	500.00
Báscula	1	130.00	130.00
Total			5,130.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.8. Vehículo

Para la transportación de materia prima, insumos y entrega del producto se utilizará una camioneta año 2005.

Tabla 44: VEHÍCULO

Descripción	Valor
Camioneta	10,000.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.9. Materiales

Son materiales necesarios dentro del área de producción que facilitarán y permitirán el funcionamiento de las actividades diarias de la empresa.

Tabla 45: MATERIALES

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mesa para preparación	1	300.00	300.00
Coladores	6	1.50	9.00
Embudos	6	5.00	30.00
Cilindros de gas	4	50.00	200.00
Coches de transporte	3	60.00	180.00
Varios	1	50.00	50.00
Total			769.00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.10. Equipamiento

4.3.3.10.1. Equipo de computación

Para el proyecto se consideran los equipos de cómputo que facilitarán el almacenamiento de información, la tramitación adecuada y envío de documentos necesarios.

Tabla 46: EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Descripción	Cantidad	Costo	Costo
Computadoras Samsung completas	3	800.00	2,400.00
Imprevistos 2%			48.00
Total			2,448.00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.10.2. Muebles y enseres

Son parte de los activos fijos para el área de administración y de ventas los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 47: MUEBLES Y ENSERES

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Archivadores	2	70.00	140.00
Escritorios de madera	7	100.00	700.00
Sillas	5	16.00	80.00
Sillón ejecutivo	7	50.00	350.00
Circuito cerrado de seguridad			916.00
Sensores de movimiento	3	15.00	45.00
Sirenas	1	60.00	60.00
Basureros	8	5.00	40.00
Extintores	4	17.00	68.00
Imprevistos 2%			48.00
Total			2,447.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.10.3. Equipo de oficina

Son equipos complementarios que facilitarán y permitirán el funcionamiento de las actividades diarias de la empresa.

Tabla 48: EQUIPO DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Fax	1	202.00	202.00
Sumadoras eléctricas	2	35.00	70.00
Teléfonos	3	75.00	225.00
Grapadoras	2	5.00	10.00
Perforadoras	2	3.50	7.00
Subtotal			514.00
Imprevisto 2%			5.14
Total			519.14

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.10.4. Talento humano

La organización, para lograr sus objetivos requiere de una serie de recursos uno de ellos es el talento humano el cual ayudará a alcanzar sus metas.

Tabla 49: TALENTO HUMANO

Sección	N° Personas	Sueldo	IESS patronal	Sueldo de IESS	Décimo tercero	Décimo cuarto	Costo Anual
Administrativa							
Gerente general	1	800.00	97.20	897.20	800.00	340.00	2,037.20
Contador	1	700.00	85.05	785.05	700.00	340.00	1,825.05
Secretaria	1	340.00	41.31	381.31	340.00	340.00	1,061.31
Ventas							
Vendedor	1	340.00	41.31	381.31	340.00	340.00	1,061.31
Producción							
Personal de producción	2	680.00	82.62	762.62	340.00	340.00	1,442.62
Total		2,860.00	347.49	3,207.49	2,520.00	1,700.00	7,427.49

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.11. Ventas en unidades

El número de unidades que se va a producir se obtuvo tomando en consideración la capacidad de la planta y aprovechando la maquinaria que se va a adquirir, de esta manera se estableció que el proyecto va a cubrir el 65% de la demanda insatisfecha, lo que significa 500 botellas de licor de 750 cm³ y 1052 envases de mermelada de 250gr mensuales, estos datos han sido tomados del estudio de mercado.

Tabla 50: VENTAS EN UNIDADES

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Mermelada 250gr	12624	12879	13139	13405	13675
Licor 750cm ³	6000	6121	6245	6371	6500

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.12. Determinación de precios

El precio tanto de la mermelada como del licor de jícama se estableció de acuerdo al promedio de los precios existentes en el mercado.

Tabla 51: DETERMINACIÓN DE PRECIOS

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Mermelada 250gr	1.50	1.54	1.59	1.63	1.68
Licor 750cm ³	14.50	14.91	15.34	15.78	16.23

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.13. Materia prima

El cálculo de la materia prima es necesario para conocer el costo en el que se va incurrir y determinar el capital de trabajo.

Tabla 52: MATERIA PRIMA

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Jícama	180	184	187	191	195
Precio por quintal	25.00	25.71	26.45	27.20	27.97
Total	4,500.00	4,721.74	4,954.41	5,198.54	5,454.70

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las autoras

4.3.3.14. Capital de trabajo

Para el capital de trabajo se tomó en cuenta los costos requeridos para la operación durante un mes, los mismos que se encuentran detallados en los cuadros anteriores.

Tabla 53: CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR
Materia prima directa	525,00
Costos indirectos de fabricación	1.654,20
Sueldos	3.207,49
Mantenimiento equipo cómputo	100,00
Publicidad	210,00
Servicios básicos	136,80
Combustible	180,00
SUBTOTAL	6.013,49
Imprevistos 2%	120,27
TOTAL	6.133,76

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

CAPÍTULO V

5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

5.1. Estructura organizacional

Para que empiece a funcionar la microempresa de producción y comercialización de mermelada y licor de jícama se requiere personal mínimo indispensable para desarrollar las actividades de forma eficiente.

El estudio de los requerimientos se lo realiza mediante un análisis de puestos, delimitando así el número de personal que la microempresa necesitará.

En el capítulo pertinente a la estructura organizacional y funcional de la empresa será donde se detallará los cargos y las funciones de cada persona, los requerimientos a cumplir y su respectivo organigrama funcional.

5.2. Aspecto filosófico

5.2.1. Misión

Proveer consistentemente a nuestros clientes y consumidores productos de calidad, unificando innovación, esfuerzo y profesionalismo todo esto dentro de un marco de rentabilidad y respeto hacia la gente y el medio ambiente.

5.2.2. Visión

Para el año 2018 se convertirá en una microempresa líder en los mercados donde participa. Nuestros productos serán reconocidos tanto por su calidad como por su bajo costo para así convertirnos en la mejor opción para nuestros clientes y consumidores, a través de la utilización de tecnología de punta y prácticas empresariales honestas.

5.2.3. Principios y valores

- Responsabilidad
- Honestidad
- Calidad
- Puntualidad
- Ética
- Compromiso con la organización
- Responsabilidad social.
- Creatividad
- Desarrollo humano.

5.3. Aspecto legal

5.3.1. Creación de la microempresa

Toda microempresa debe cumplir con aspectos legales, políticas, leyes, normas y reglamentos necesarios para la creación y para el buen funcionamiento de la misma para que en un futuro no tenga contratiempos en su funcionamiento y así satisfacer cada una de las necesidades del consumidor.

5.3.2. Formación de la microempresa

Para la formación legal de la microempresa se celebrará una escritura pública de constitución, la misma que se formará con dos socios.

5.3.3. Constitución de la microempresa

La microempresa se constituirá según lo estipula la Ley de Compañías para compañías en nombre colectivo, la cual permite realizar actividades económicas constituidas por dos o más personas e invertir con ingresos propios y financiados en caso de ser necesario para la ejecución del proyecto.

Art. 36.- La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

Art. 37.- El contrato de compañía en nombre colectivo se celebrará por escritura pública. Entre los socios no se puede admitir declaraciones de testigos para probar contra lo convenido, o más de lo convenido en la escritura de constitución de la compañía, ni para justificar lo que se hubiere dicho antes, al tiempo o después de su otorgamiento.

Art. 38.- La escritura de formación de una compañía en nombre colectivo será aprobado por el juez de lo civil, el cual ordenará la publicación de un extracto de la misma, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y su inscripción en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura de constitución de la compañía contendrá:

- El nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que lo forman;
- La razón social, objeto y domicilio de la compañía;
- El nombre de los socios autorizados para obrar, administrar y firmar por ella;
- La suma de los aportes entregados, o por entregarse, para la constitución de la compañía; y,
- El tiempo de duración de ésta.

Art. 43.- El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar. Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito. Si el capital fuere aportado en obligaciones, valores o bienes, en el contrato social se dejará constancia de ello y de sus avalúos.

5.3.4. Registro Sanitario

La Ley Orgánica de Salud en el art. 2 indica que los alimentos procesados y aditivos alimentarios, en adelante "productos alimenticios", que se expendan directamente al consumidor en envases definidos y bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario, el mismo que tendrá una vigencia de cinco años, contados a partir de la fecha de su concesión.

5.3.5. Permiso de funcionamiento

Para su funcionamiento la planta deberá obtener el permiso de instalación y funcionamiento, para lo cual se deberá presentar una solicitud a la que se adjuntará una copia del plano del proyecto y las siguientes especificaciones:

- Ubicación de la planta
- Certificado de uso de suelo (I.M.I)
- Distribución técnica
- Ventilación e iluminación
- Material y tipo de construcción
- Calidad, cantidad, origen y distribución del agua
- Desagüe y disposición de aguas servidas e industriales
- Maquinaria
- Descripción del proceso

5.3.6. Patente Municipal

Deben pagar el impuesto a la Patente Municipal todas las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal que realicen permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales, en la Municipalidad de Ibarra a través del Servicio de Rentas Municipales.

5.3.7. Registro e inscripción en la Cámara de Comercio

La Inscripción o registro de comerciantes, es obligatorio para toda persona natural o jurídica que se dedique a ejercer el comercio, que se haya declarado como comerciante individual o constituido como comerciante social, debiendo hacer los respectivos tramites de conformidad con el Artículo 384 del Código de Comercio.

5.3.8. Permiso de contribución al Cuerpo de Bomberos

Es un documento que avala el funcionamiento de los centros comerciales, locales de comida, pequeños negocios, industrias, centros de tolerancia, bares y discotecas, entre otros, luego de haber realizado la inspección debida, garantizando el funcionamiento y verificando todas las medidas de seguridad.

5.3.9. Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Toda actividad comercial y productiva debe inscribirse en el RUC otorgado por el Servicio de Rentas Internas con la presentación de los siguientes requisitos:

- Original y copia de la cédula de identidad del representante legal a color.
- Original y copia de la papeleta de votación.
- Documento de servicio básico que certifique la dirección de ubicación de la planta

A más de los requisitos de constitución la microempresa deberá regirse y cumplir con una serie de leyes y normas, las mismas que se detallan a continuación:

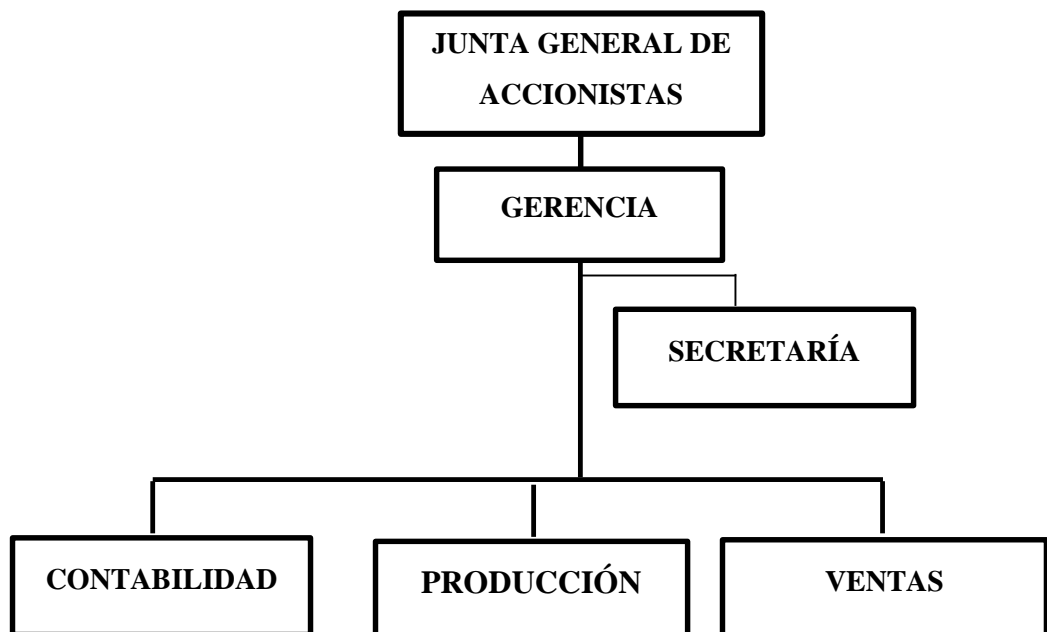
- Normas INEN N° 0419:1988 Conservas vegetales mermelada de frutas, requisitos
- Normas INEN N° 1837:1991 Bebidas alcohólicas. Licores, requisitos
- Normas INEN N° 0340:1994 Bebidas alcohólicas. Determinación del grado alcohólico
- Código de trabajo
- Ley de régimen tributario interno

- Ley orgánica de salud
- Ley de seguridad social
- Ley de compañías
- Ley de seguridad y salud en el trabajo

5.4. Organización de la empresa

5.6.1. Organigrama estructural

Gráfico 25: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



5.6.2. Manual de funciones

El centro de procesamiento para su funcionamiento necesitará comenzar sus actividades con el siguiente recurso humano:

Junta General de Accionistas.- Es el órgano supremo de esta microempresa, por lo que todas las decisiones serán obligatoriamente consultadas y aprobadas por todos los accionistas.

Funciones

- Designar al Presidente y al Gerente General.
- Aprobar su propio reglamento.
- Elegir y remover libremente al Gerente General
- En caso de disolución y liquidación de la compañía, nombrará uno o más liquidadores además del Gerente General y señalará sus atribuciones y deberes.
- Ejercer las demás funciones que estén establecidas en la ley y en los estatutos de la empresa.

5.6.2.1. Gerente General

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
TÍTULO DEL PUESTO:	GERENTE GENERAL
SUELDO O SALARIO:	800.00
ÁREA DE TRABAJO:	Área de Gerencia
LUGAR DE TRABAJO:	Ibarra
REPORTA A:	Junta General de Accionistas
SUPERVISA A	Personal de toda la empresa
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO:	
El Gerente General, es el representante legal, teniendo la representación judicial y extrajudicial, podrá suscribir en nombre del centro de procesamiento y comercialización toda clase de actos y contratos, además velará por el cumplimiento de todas aquellas funciones a desempeñarse en cada una de las áreas administrativas y técnicas de la microempresa.	
REQUISITOS PARA DESEMPEÑAR EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none">• Ingeniero en administración de empresas o en carreras afines.• Conocimientos de computación: Word, Excel e Internet• Tres años de experiencia profesional en áreas relacionadas con la naturaleza del cargo.	
CONOCIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none">• Experiencia en el manejo de actividades de cooperación.	

<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos en el área operativa. • Conocimientos de planificación estratégica.
HABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Tener buen juicio para la toma de decisiones. • Buenas relaciones humanas • Responsabilidad • Iniciativa • Dinámico • Liderazgo
FUNCIONES ESPECÍFICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar las actividades tendientes al cumplimiento de los objetivos. • Dirigir y administrar correctamente la gestión económica, financiera de la microempresa. • Vigilar el correcto desarrollo de las dependencias administrativas y técnicas de la microempresa. • Mantener relaciones públicas satisfactorias para la obtención de los objetivos del centro de procesamiento. • Velar por el cumplimiento de normas y obtención de permisos legales para el desarrollo de las actividades. • Tomar todas las medidas y acciones que fueran necesarias para dar cumplimiento a los objetivos planificados. • Aprobación del presupuesto. • El establecimiento racional de procedimientos para la administración de sueldos y salarios. • Vigilar el cumplimiento de las políticas.

5.6.2.2. Secretaria

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
TÍTULO DEL PUESTO:	SECRETARIA
SUELDO O SALARIO:	340.00

ÁREA DE TRABAJO:	Área de Gerencia
LUGAR DE TRABAJO:	Ibarra
REPORTA A:	Gerente y Contador
SUPERVISA A:	No aplica
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO:	
<p>La importancia de este cargo radica en que la secretaria constituye un apoyo básico del Gerente General, en la administración del tiempo de su superior y en la imagen de éste hacia el interior de la microempresa así como hacia terceros. Se requiere para este cargo una persona muy preparada, con cultura general y conocimientos generales de secretariado y contabilidad de acuerdo al perfil propuesto.</p>	
REQUISITOS PARA DESEMPEÑAR EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Secretariado Ejecutivo • Computación Word, Excel, Internet. 	
CONOCIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Altos conocimientos de redacción, excelente ortografía y contabilidad general. • Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excel y Power Point y manejo de programas actualizados contables. • Experiencia en el manejo de actividades de cooperación. 	
HABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Sentido común • Orientación de servicio • Organización de la información 	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar y coordinar la agenda de trabajo y citas • Manejo de correspondencia • Elaboración de comunicaciones • Elaboración de actas para juntas 	

- Coordinación eventos internos y externos
- Archivo de libros sociales de la microempresa
- Contacto con clientes
- Recepción de facturas y elaboración de cheques para proveedores directos del Gerente general

5.6.2.3. Contador(a) General

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
TÍTULO DEL PUESTO:	CONTADOR
SUELDO O SALARIO:	700.00
ÁREA DE TRABAJO:	Área de Contabilidad
LUGAR DE TRABAJO:	Ibarra
REPORTA A:	Gerente General
SUPERVISA A:	Secretaria
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO:	
El Contador General se encargará de procesar y registrar la información necesaria para la elaboración de los estados financieros y controlará la recepción de la información contable proveniente de cada una de las áreas del centro de procesamiento.	
REQUISITOS PARA DESEMPEÑAR EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Contador Público Autorizado. • Conocimiento del Régimen Tributario Interno • Manejo de programas contables • Conocimientos de computación: Word, Excel e Internet • 2 años en áreas similares 	
CONOCIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos contables • Conocimientos sobre leyes tributarias y fiscales • Impuestos 	

- Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excel y Power Point.
- Código de Trabajo
- IESS

HABILIDADES

- Tener buen juicio para la toma de decisiones.
- Buenas relaciones humanas
- Responsabilidad
- Iniciativa
- Dinámico

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Diarios contables
- Depreciaciones y amortizaciones
- Conciliación bancaria
- Ingreso de costos y gastos
- Elaboración de impuestos mensuales y anuales
- Revisiones analíticas de mayores
- Balances: General, de Resultados, Flujo de Efectivo y Evolución del Patrimonio.
- Liquidaciones de servicio
- Elaboración de presupuestos

5.6.2.4. Personal de Producción

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
TÍTULO DEL PUESTO:	Personal de Producción
SUELDO O SALARIO:	340.00
ÁREA DE TRABAJO:	Área de Producción
LUGAR DE TRABAJO:	Ibarra
REPORTA A:	Gerente General
SUPERVISA A:	No aplica
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO:	
La producción depende directamente del Gerente General y tiene como objetivo elaborar un producto de calidad oportunamente y al menor costo posible con una inversión mínima de capital y con un máximo de satisfacción de sus empleados.	
REQUISITOS PARA DESEMPEÑAR EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none">• Tecnólogo en agroindustrias• Conocimiento de maquinaria y elaboración de productos alimenticios• 1 año en funciones relacionadas	
CONOCIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento en manejo de maquinaria• Conocimiento en elaboración de productos alimenticios (mermelada y licor)	
HABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none">• Tener buen juicio para la toma de decisiones.• Buenas relaciones humanas• Responsabilidad• Iniciativa• Dinámico• Perseverante• Observador• Minucioso• Habilidad	

<ul style="list-style-type: none"> • Puntualidad
FUNCIONES ESPECÍFICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de materia prima • Selección de la materia prima • Cuidar y mantener limpia la maquinaria • Utilizar adecuadamente el equipo e implementos de seguridad • Elaboración del producto • Envase del producto • Etiquetado • Almacenamiento del producto

5.6.2.5. Vendedor(a)

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
TÍTULO DEL PUESTO:	Vendedor
SUELDO O SALARIO:	340.00
ÁREA DE TRABAJO:	Área de Ventas
LUGAR DE TRABAJO:	Ibarra
REPORTA A:	Gerente General
SUPERVISA A:	No aplica
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO:	
<p>El vendedor depende directamente del Gerente General y tiene como objetivo cumplir tanto mensual como anualmente con el presupuesto de ventas asignado, buscando brindar una excelente atención, un claro entendimiento y un eficiente manejo de las necesidades de sus clientes para así contribuir permanentemente a propiciar en ellos un alto nivel de satisfacción.</p>	
REQUISITOS PARA DESEMPEÑAR EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Técnico en marketing • Conocimiento de ventas 	

- Conocimientos de computación: Word, Excel e Internet
- 1 año en ventas

CONOCIMIENTOS

- Buenos conocimiento en venta de productos y relaciones con los clientes

HABILIDADES

- Perseverante
- Observador
- Minucioso

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Organizar el tiempo.
- Presentación del producto
- Oferta y tratamiento de objeciones
- Cierre de la venta.
- Seguimiento de clientes
- Cumplimiento de objetivos

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO

La finalidad del estudio financiero es determinar la factibilidad del proyecto en términos monetarios, para esto se necesita realizar presupuestos tanto de inversiones, ingresos, egresos, los respectivos balances proforma y la correspondiente evaluación de la inversión, este análisis servirá para la toma de decisiones de los inversionistas.

6.1. Determinación de la inversión

6.1.1. Inversión fija

La inversión fija del proyecto asciende a 41,283.14, valor que se invertirá en lo que se refiere a infraestructura civil, terreno, maquinaria, vehículo, materiales de producción, muebles y equipos para administración, ventas y gastos de constitución.

Tabla 54: INVERSIÓN FIJA

Detalle	Costo
Infraestructura	9,140.00
Terreno	9,660.00
Maquinaria	5,130.00
Vehículo	10,000.00
Materiales	719.00
Equipo de computación	2,448.00
Muebles y enseres	2,447.00
Equipo de oficina	519.14
Gastos de constitución	1,220.00
Total	41,283.14

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

6.1.2. Inversión variable

En la inversión variable se tomó en cuenta el capital de trabajo necesario para la operación de un mes, donde se encuentra detallada la materia prima directa, mano de obra directa (sueldo de dos operarios) y costos indirectos de fabricación necesarios para la producción de un mes, así como también se tomó en cuenta los gastos administrativos y de ventas.

Tabla 55: CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
MATERIA PRIMA DIRECTA	
Jícama	525.00
MANO DE OBRA DIRECTA	
Personal de producción	762.62
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
Materiales	719.00
Envases	250.00
Etiquetas	50.00
Cajas de cartón	150.00
Gas	80.00
Insumos	200.00
Servicios básicos 60%	205.20
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	
Sueldos	2,444.87
Mantenimiento equipo cómputo	100.00
Publicidad	210.00
Servicios básicos 40%	136.80
Combustible	180.00
SUBTOTAL	6,013.49
Imprevistos 2%	120.27
TOTAL	6,133.76

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

6.2. Financiamiento

Para cumplir con el plan de inversión anteriormente establecido se cuenta con los recursos distribuidos de la siguiente manera:

6.2.1. Capital propio

Es el valor con el que se cuenta en este momento como aporte en efectivo de las autoras para iniciar el negocio.

Tabla 56: CAPITAL PROPIO

DESCRIPCIÓN	VALOR
CAJA-BANCOS	14,697.90
TOTAL	14,697.90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

6.2.2. Estructura de la inversión

Según el plan de inversión se estima que se requiere como inversión inicial \$46,697.90 distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 57: ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
INVERSIÓN PROPIA	14,697.90
INVERSIÓN FINANCIADA	32,000.00
TOTAL	46,697.90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

6.2.3. Amortización del crédito

La amortización del crédito financiero requerido para la puesta en marcha de la microempresa es de 32,000.00 crédito que será financiado por el Banco Nacional de Fomento entidad que mantiene una tasa activa del 10 % por el tiempo de cinco años, el crédito se amortiza de la siguiente manera.

Tabla 58: TABLA DE AMORTIZACIÓN

Nº CUOTA	CUOTA	INTERÉS	CAPITAL	SALDO INSOLUTO
0	-	-	-	32,000.00
1	679.91	266.67	413.24	31,586.76
2	679.91	263.22	416.68	31,170.08
3	679.91	259.75	420.15	30,749.92
4	679.91	256.25	423.66	30,326.27
5	679.91	252.72	427.19	29,899.08
6	679.91	249.16	430.75	29,468.34
7	679.91	245.57	434.34	29,034.00
8	679.91	241.95	437.96	28,596.04
9	679.91	238.30	441.61	28,154.44
10	679.91	234.62	445.29	27,709.15
11	679.91	230.91	449.00	27,260.16
12	679.91	227.17	452.74	26,807.42
13	679.91	223.40	456.51	26,350.91
14	679.91	219.59	460.31	25,890.60
15	679.91	215.75	464.15	25,426.44
16	679.91	211.89	468.02	24,958.43
17	679.91	207.99	471.92	24,486.51
18	679.91	204.05	475.85	24,010.66
19	679.91	200.09	479.82	23,530.84
20	679.91	196.09	483.82	23,047.03
21	679.91	192.06	487.85	22,559.18
22	679.91	187.99	491.91	22,067.27
23	679.91	183.89	496.01	21,571.25
24	679.91	179.76	500.14	21,071.11
25	679.91	175.59	504.31	20,566.80

26	679.91	171.39	508.52	20,058.28
27	679.91	167.15	512.75	19,545.53
28	679.91	162.88	517.03	19,028.50
29	679.91	158.57	521.33	18,507.17
30	679.91	154.23	525.68	17,981.49
31	679.91	149.85	530.06	17,451.43
32	679.91	145.43	534.48	16,916.95
33	679.91	140.97	538.93	16,378.02
34	679.91	136.48	543.42	15,834.60
35	679.91	131.95	547.95	15,286.65
36	679.91	127.39	552.52	14,734.13
37	679.91	122.78	557.12	14,177.01
38	679.91	118.14	561.76	13,615.25
39	679.91	113.46	566.45	13,048.80
40	679.91	108.74	571.17	12,477.64
41	679.91	103.98	575.93	11,901.71
42	679.91	99.18	580.72	11,320.99
43	679.91	94.34	585.56	10,735.42
44	679.91	89.46	590.44	10,144.98
45	679.91	84.54	595.36	9,549.62
46	679.91	79.58	600.33	8,949.29
47	679.91	74.58	605.33	8,343.96
48	679.91	69.53	610.37	7,733.59
49	679.91	64.45	615.46	7,118.13
50	679.91	59.32	620.59	6,497.54
51	679.91	54.15	625.76	5,871.78
52	679.91	48.93	630.97	5,240.81
53	679.91	43.67	636.23	4,604.58
54	679.91	38.37	641.53	3,963.04
55	679.91	33.03	646.88	3,316.16
56	679.91	27.63	652.27	2,663.89

57	679.91	22.20	657.71	2,006.19
58	679.91	16.72	663.19	1,343.00
59	679.91	11.19	668.71	674.29
60	679.91	5.62	674.29	-

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

6.2.4. Ingresos

Son los ingresos que el centro de procesamiento obtendrá por la comercialización de mermelada y licor de jícama en su presentación de 250 gr y 750 cm³ respectivamente.

6.2.4.1. Proyección de ingresos

Para la proyección de los ingresos se consideró las ventas efectuadas por la micro empresa, además se estableció que el precio del producto incrementará el 2.85% (tasa tomada de la página del Banco Central del Ecuador) cada año de acuerdo a la tendencia de inflación de los últimos cinco años; mientras que para determinar la cantidad de producción en unidades se aplicó el incremento del 2.02% (tasa de crecimiento según el INEC), esta tasa corresponde al crecimiento de la población de la ciudad de Ibarra.

Tabla 59: PROYECCIÓN DE INGRESOS MERMELADA

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Mermelada 250gr	12624	12879	13139	13405	13675
Precio por unidad	1.50	1.54	1.59	1.63	1.68
Total	18,936.00	19,869.08	20,848.15	21,875.45	22,953.38

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las autoras

Tabla 60: PROYECCIÓN DE INGRESOS LICOR

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Licor 750cm ³	6000	6121	6245	6371	6500
Precio por unidad	14.50	14.91	15.34	15.78	16.23
Total	87,000.00	91,286.99	95,785.22	100,505.10	105,457.56

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las autoras

Tabla 61: TOTAL INGRESOS PROYECTADOS

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Mermelada 250gr	18,936.00	19,869.08	20,848.15	21,875.45	22,953.38
Licor 750cm ³	87,000.00	91,286.99	95,785.22	100,505.10	105,457.56
Total	105,936.00	111,156.07	116,633.36	122,380.55	128,410.94

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las autoras

6.2.5. Gastos

6.2.5.1. Costos de producción

El costo de producción está representado por todos los valores incurridos en la fase de producción como materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, los cuales se detalla a continuación:

6.2.5.1.1. Materia prima

La materia prima necesaria para la elaboración de la mermelada y licor será adquirida por quintales a los productores del sector de San Clemente parroquia La Esperanza.

Tabla 62: MATERIA PRIMA DIRECTA

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Jícama	180	184	187	191	195
Precio por quintal	25.00	25.71	26.45	27.20	27.97
Total	4,500.00	4,721.74	4,954.41	5,198.54	5,454.70

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las autoras

6.2.5.1.2. Mano de obra

Dentro de la mano de obra directa se tomó en cuenta los sueldos mensuales de dos personas que se encargarán directamente de la elaboración de los productos, así como también los beneficios de ley que perciben.

Tabla 63: MANO DE OBRA DIRECTA SUELDOS MENSUALES

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Personal de producción	680.00	740.55	806.49	878.30	956.50
TOTAL MENSUAL	680.00	740.55	806.49	878.30	956.50
TOTAL ANUAL	8,160.00	8,886.58	9,677.85	10,539.57	11,478.03

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

Tabla 64: COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo	8,160.00	8,886.58	9,677.85	10,539.57	11,478.03
Aporte patronal	991.44	1,079.72	1,175.86	1,280.56	1,394.58
Decimo tercero	680.00	740.55	806.49	878.30	956.50
Decimo cuarto	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00
Fondos de reserva	-	740.55	806.49	878.30	956.50
TOTAL	10,171.44	11,787.39	12,806.68	13,916.72	15,125.61

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

6.2.5.1.3. Costos indirectos de fabricación

Dentro de los costos indirectos de fabricación se encuentran los envase, etiquetas, cajas de cartón gas y servicios básicos (60% del gasto mensual) necesarios para la elaboración de los productos.

Tabla 65: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN MENSUALES

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Envases	250.00	257.13	264.45	271.99	279.74
Etiquetas	50.00	51.43	52.89	54.40	55.95
Gas	80.00	82.28	84.62	87.04	89.52
Cajas de cartón	150.00	154.28	158.67	163.19	167.85
Otros insumos	200.00	205.70	211.56	217.59	223.79
Servicios básicos	205.20	211.05	217.06	223.25	229.61
TOTAL MENSUAL	935.20	961.85	989.27	1,017.46	1,046.46

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

Tabla 66: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN ANUALES

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Envases	3,000.00	3,085.50	3,173.44	3,263.88	3,356.90
Etiquetas	600.00	617.10	634.69	652.78	671.38
Gas	960.00	987.36	1,015.50	1,044.44	1,074.21
Cajas de cartón	1,800.00	1,851.30	1,904.06	1,958.33	2,014.14
Otros insumos	2,400.00	2,468.40	2,538.75	2,611.10	2,685.52
Servicios básicos	2,462.40	2,532.58	2,604.76	2,678.99	2,755.34
TOTAL ANUAL	11,222.40	11,542.24	11,871.19	12,209.52	12,557.49

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

6.2.5.1.4. Resumen de costos de producción

Tabla 67: RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Materia prima	4,500.00	4,721.74	4,954.41	5,198.54	5,454.70
Sueldos de producción	8,160.00	8,886.58	9,677.85	10,539.57	11,478.03
Beneficios de ley	2,011.44	2,900.81	3,128.83	3,377.15	3,647.58
CIF	11,222.40	11,542.24	11,871.19	12,209.52	12,557.49
TOTAL ANUAL	25,893.84	28,051.37	29,632.28	31,324.79	33,137.81

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

6.2.5.2. Gastos administrativos y de ventas

En los gastos administrativos está considerado el sueldo del gerente, contador, secretaria y vendedor los mismos que tendrán un incremento del 8.9% tasa que se obtuvo haciendo referencia al aumento de los sueldos del último año, además se encuentran los suministros de oficina, servicios básicos y mantenimiento de equipos de computación cuyos valores tendrán un incremento del 2.85% (tasa según INEC) anual según la inflación.

6.2.5.2.1. Sueldos y beneficios de ley personal administrativo y de ventas

Tabla 68: SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS MENSUAL

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Gerente	800.00	871.23	948.81	1,033.29	1,125.30
Contador	700.00	762.33	830.21	904.13	984.63
Secretaria	340.00	370.27	403.24	439.15	478.25
Vendedor	340.00	370.27	403.24	439.15	478.25
TOTAL MENSUAL	2,180.00	2,374.11	2,585.50	2,815.72	3,066.43
TOTAL ANUAL	26,160.00	28,489.32	31,026.03	33,788.63	36,797.20

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

Tabla 69: PROYECCIÓN DE SUELDOS Y BENEFICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo	26,160.00	28,489.32	31,026.03	33,788.63	36,797.20
Aporte patronal	3,178.44	3,461.45	3,769.66	4,105.32	4,470.86
Decimo tercero	2,180.00	2,374.11	2,585.50	2,815.72	3,066.43
Decimo cuarto	1,360.00	1,481.10	1,612.97	1,756.60	1,913.00
Fondos de reserva	-	2,374.11	2,585.50	2,815.72	3,066.43
TOTAL	32,878.44	38,180.08	41,579.68	45,281.98	49,313.94

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

6.2.5.2.2. Servicios básicos

Los servicios básicos que se utilizarán en el área administrativa y de ventas son luz, agua, teléfono e internet.

Tabla 70: SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Servicios básicos	4,104.00	4,220.96	4,341.26	4,464.99	4,592.24
TOTAL ANUAL	4,104.00	4,220.96	4,341.26	4,464.99	4,592.24

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

6.2.5.2.3. Publicidad

El área de ventas efectuará publicidad por medio de volantes, degustaciones y de una página web.

Tabla 71: PUBLICIDAD

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Publicidad	1,420.00	1,460.47	1,502.09	1,544.90	1,588.93
TOTAL ANUAL	1,420.00	1,460.47	1,502.09	1,544.90	1,588.93

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

6.2.5.2.4. Resumen de gastos administrativos y de ventas

Tabla 72: RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldos de administración y ventas	26,160.00	28,489.32	31,026.03	33,788.63	36,797.20
Beneficios de ley	6,718.44	9,690.77	10,553.64	11,493.35	12,516.73
Servicios básicos	1,641.60	1,688.39	1,736.50	1,785.99	1,836.90
Publicidad	1,420.00	1,460.47	1,502.09	1,544.90	1,588.93
TOTAL ANUAL	35,940.04	41,328.94	44,818.28	48,612.88	52,739.76

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

6.2.5.3. Depreciaciones y amortizaciones

6.2.5.3.1. Depreciaciones

En cálculo de la depreciación de activos fijos como maquinaria, equipos de computación, equipos de oficina y muebles y enseres se dejó un valor residual del 10%, para la infraestructura y vehículo un valor residual del 20%.

Tabla 73: DEPRECIACIONES

DETALLE	%	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	TOTAL A DEPRECIAR	2014	2015	2016	2017	2018	VALOR ACUMULADO	VALOR LIBROS
Infraestructura	5%	9,140.00	1,828.00	7,312.00	365.60	365.60	365.60	365.60	365.60	1,828.00	7,312.00
Maquinaria	10%	5,130.00	513.00	4,617.00	461.70	461.70	461.70	461.70	461.70	2,308.50	2,821.50
Vehículo	20%	10,000.00	2,000.00	8,000.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	8,000.00	2,000.00
Equipo computación	33.33%	2,448.00	244.80	2,203.20	734.33	734.33	734.33	-	-	2,202.98	245.02
Muebles y enseres	10%	2,247.00	224.70	2,022.30	202.23	202.23	202.23	202.23	202.23	1,011.15	1,235.85
Equipo de oficina	10%	519.14	51.91	467.23	46.72	46.72	46.72	46.72	46.72	233.61	285.53
TOTAL		29,484.14	4,862.41	24,621.73	3,410.58	3,410.58	3,410.58	2,676.25	2,676.25	15,584.24	13,899.90

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

6.2.5.3.2. Amortizaciones

Se realizó el cálculo del 20% para la amortización de los activos diferidos.

Tabla 74: AMORTIZACIONES

DETALLE	%	V/ACTIVO	2014	2015	2016	2017	2018	V/ACUMULADO
Activos diferidos	20%	1,220.00	244.00	244.00	244.00	244.00	244.00	1,220.00
TOTAL		1,220.00	244.00	244.00	244.00	244.00	244.00	1,220.00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

6.2.5.4. Gastos financieros

En los gastos financieros se encuentra el rubro de los intereses generados por el préstamo de \$32,000.00 realizado para poner en marcha la micro empresa.

Tabla 75: GASTOS FINANCIEROS

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Interés	2,966.29	2,422.55	1,821.89	1,158.32	425.28
Capital	5,192.58	5,736.31	6,336.98	7,000.54	7,733.59
TOTAL	8,158.87	8,158.87	8,158.87	8,158.87	8,158.87

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

6.3. Estados financieros proyectados

6.3.1. Balance de situación inicial

Tabla 76: BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		6,133.76	PASIVO A LARGO PLAZO		32,000.00
Caja - Bancos	6,133.76		Obligaciones financieras	32,000.00	
ACTIVOS FIJOS		39,344.14	TOTAL PASIVO		32,000.00
Terreno	9,660.00				
Infraestructura	9,140.00				
Maquinaria	5,130.00				
Vehículo	10,000.00				
Equipo de computación	2,448.00		PATRIMONIO		
Muebles y enseres	2,447.00		Capital propio		14,697.90
Equipo de oficina	519.14		TOTAL PATRIMONIO		14,697.90
ACTIVOS DIFERIDOS		1,220.00			
Gastos de constitución	1,220.00				
TOTAL ACTIVOS		46,697.90	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		46,697.90

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

6.3.2. Estado de resultados

Tabla 77: ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS PROYECTADAS	105,936.00	111,156.07	116,633.36	122,380.55	128,410.94
VENTAS NETAS	105,936.00	111,156.07	116,633.36	122,380.55	128,410.94
(-) Costos de producción	25,893.84	28,051.37	29,632.28	31,324.79	33,137.81
UTILIDAD PERDIDA EN VENTAS	80,042.16	83,104.70	87,001.09	91,055.77	95,273.14
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS					
Sueldo	26,160.00	28,489.32	31,026.03	33,788.63	36,797.20
Aporte patronal	3,178.44	3,461.45	3,769.66	4,105.32	4,470.86
Décimo tercero	2,180.00	2,374.11	2,585.50	2,815.72	3,066.43
Décimo cuarto	1,360.00	1,481.10	1,612.97	1,756.60	1,913.00
Fondos de reserva	-	2,374.11	2,585.50	2,815.72	3,066.43
Servicios básicos	1,641.60	1,688.39	1,736.50	1,785.99	1,836.90
Publicidad	1,420.00	1,460.47	1,502.09	1,544.90	1,588.93
Gasto depreciación	3,410.58	3,410.58	3,410.58	2,676.25	2,676.25
Gastos de constitución	244.00	244.00	244.00	244.00	244.00
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses pagados	2,966.29	2,422.55	1,821.89	1,158.32	425.28
TOTAL GASTOS	42,560.90	47,406.07	50,294.74	52,691.45	56,085.29
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	37,481.26	35,698.63	36,706.34	38,364.32	39,187.84
Participación trabajadores 15%	5,622.19	5,354.79	5,505.95	5,754.65	5,878.18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	31,859.07	30,343.84	31,200.39	32,609.67	33,309.67
Impuesto a la Renta 22%	7,008.99	6,675.64	6,864.09	7,174.13	7,328.13
UTILIDAD O PERDIDA NETA	24,850.07	23,668.19	24,336.31	25,435.54	25,981.54

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

6.3.3. Estado de flujo de caja proyectado

El Estado de flujo de caja permitirá medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la microempresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y si va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene, a continuación establece su desglose en lo siguiente:

Tabla 78: FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA							
DESCRIPCIÓN		2014	2015	2016	2017	2018	
INVERSIÓN	46,697.90						
Utilidad del ejercicio		24,850.07	23,668.19	24,336.31	25,435.54	25,981.54	
(+) Depreciaciones		3,410.58	3,410.58	3,410.58	2,676.25	2,676.25	
TOTAL INGRESOS		28,260.65	27,078.77	27,746.88	28,111.79	28,657.79	
Egresos							
Pago de deuda		5,192.58	5,736.31	6,336.98	7,000.54	7,733.59	
Otros							
(-) Total egresos		5,192.58	5,736.31	6,336.98	7,000.54	7,733.59	
(+) Recuperación del efectivo							6,133.76
(+) Recuperación activos fijos							
(Saldo en libros)							13,899.90
FLUJO NETO	46,697.90	23,068.07	21,342.46	21,409.91	21,111.25	40,957.86	

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

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

6.4. Evaluación financiera

La evaluación financiera tiene como objetivos calcular y estimar los beneficios netos que se esperan de la inversión, para lo cual se usa y se maneja técnicas de evaluación financiera como son: Valor Actual Neto, (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio / Costo y período de recuperación.

6.4.1. Determinación del Costo de Capital

Tabla 79: DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL

COSTO DE CAPITAL					
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDERADA	VALOR PROMEDIO	COSTO CAPITAL NETO
INVERSIÓN PROPIA	14,697.90	31.474	4.53	142.579	1.426
INVERSIÓN FINANCIERA	32,000.00	68.526	10.00	685.256	6.853
TOTAL	46,697.90	100.000	14.53	827.835	8.278

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Las autoras

INFLACIÓN ANUAL	2.85%
RIESGO DEL PAÍS	4.53%
CK=	8.28%

El proyecto presenta un rendimiento del 8.28% en caso de ser financiado con una tasa de interés del 10%.

6.4.2. Tasa de Rendimiento Medio o Tasa de Redescuento

Para esta tasa se han determinado dos elementos básicos, el costo de oportunidad (ck=8.28%) y la inflación del (if=2.85%).

DATOS

CK= 9.74%

If = 2.68%

FÓRMULA

TRM= $(1 + ck)(1 + if) - 1$

TRM= $((1+0.0827)*(1+0.0285))-1$

TRM= 11%

El 11% constituirá la tasa de redescuento para ser aplicado en los indicadores económicos.

6.4.3. Valor Actual Neto (VAN)

Esta detallado en los flujos actualizados que va generando durante la vida útil del proyecto, el mismo si resulta mayor a cero se considera una inversión favorable caso contrario existe posibles pérdidas en el proyecto. Tomando los datos obtenidos del flujo de efectivo y el 11% de la tasa de redescuento se obtuvo el Valor Actual Neto (VAN), empleando la fórmula según Baca Urbina Gabriel, la misma que queda expresada así:

$$VAN = \frac{II + E.E}{(1+r)^n}$$

En donde

- VAN= Valor Actual Neto
 II= Inversión inicial (capital propio)
 E.E= Sumatoria de las entradas del efectivo
 r= Tasa mínima de rendimiento
 n= Horizonte de la inversión

Tabla 80: VALOR ACTUAL NETO

VALOR ACTUAL NETO				
AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS NETOS	FACTOR DESCUENTO 11%	FLUJOS ACTUALIZADOS
0	(46,697.90)			(46,697.90)
1		23,068.07	1.11	20,714.07
2		21,342.46	1.24	17,208.88
3		21,409.91	1.38	15,501.62
4		21,111.25	1.54	13,725.57
5		40,957.86	1.71	23,911.55
				44,363.78

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

6.4.4. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno de un proyecto de inversión se define como aquel tipo de interés que iguala el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización que igualará a cero el Valor Actual Neto. La expresión que permite el cálculo de la TIR es la siguiente:

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

Dónde:

Ti: Tasa inferior

Ts: Tasa superior

VAN Ti: Valor Actual Neto de la tasa inferior

VAN Ts: Valor Actual Neto de la tasa superior

Tabla 81: CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DESCUENTO AL 11%	FLUJOS ACTUALIZADOS AL 11%	FACTOR DESCUENTO AL 27%	FLUJOS ACTUALIZADOS AL 27%
0	(46,697.90)		(46,697.90)		(46,697.90)
1	23,068.07	1.11	20,714.07	1.27	16,310.29
2	21,342.46	1.24	17,208.88	1.61	10,669.53
3	21,409.91	1.38	15,501.62	2.05	7,567.73
4	21,111.25	1.54	13,725.57	2.60	5,276.13
5	40,957.86	1.71	23,911.55	3.30	7,237.51
			44,363.78		363.29

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

VAN 11% =	44,363.78		
VAN 27% =	363.29		
TIR =	11+(11-27)/(44363.78/(363.29+44363.78))		
TIR =	27.22		

La Tasa Interna de Retorno sobrepasa con 16.22 puntos a la Tasa de Redescuento, es decir, se encuentra dentro de los límites de tolerancia y se concluye que el proyecto teóricamente es atractivo.

6.4.5. Recuperación de la inversión

Es el tiempo que tarda en ser recuperada la inversión inicial basándose en los flujos que genera en cada periodo de la vida útil del proyecto.

Tabla 82: RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

FLUJOS					
INVERSIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
46,697.90					
	23,068.07	21,342.46	21,409.91	21,111.25	40,957.86

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

Año 1	23,069.82		
Año 2	21,344.21		
	44,414.03		
INVERSIÓN	46,697.90		
Flujo acumulado hasta el segundo año	(44,414.03)		
	2,283.87		
16,456.55 / 12	1,784.30		Por mes
11,153.27 / 1,387.21	1.28		Mes
0.28 * 30	8.40		Días

La inversión se recuperará en dos años, un mes y ocho días aproximadamente.

6.4.6. Costo/Beneficio

El Costo – Beneficio es el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y egresos actualizados.

El análisis del Costo – Beneficio se lo realiza mediante valores mayores o menores como se muestra a continuación:

Costo/Beneficio > 1; significa que los ingresos son mayores que los gastos; entonces el proyecto es aconsejable.

Costo/Beneficio = 1; significa que los ingresos son iguales a los gastos, entonces el proyecto es indiferente.

Costo/Beneficio < 1; esto quiere decir que los ingresos son menores que los gastos entonces el proyecto no es aconsejable.

El cuadro tanto de los ingresos como de los gastos actualizados se muestran a continuación: los cuales fueron calculados con la tasa de rendimiento del 11 %.

Tabla 83 COSTO – BENEFICIO

AÑOS	Nº AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
2014	1	105,936.00	68,454.74	0.90	95,437.84	61,670.94
2015	2	111,156.07	75,457.44	0.81	90,216.76	61,242.95
2016	3	116,633.36	79,927.02	0.73	85,281.31	58,441.95
2017	4	122,380.55	84,016.24	0.66	80,615.86	55,344.10
2018	5	128,410.94	89,223.10	0.59	76,205.64	52,949.57
TOTAL		584,516.93	397,078.54	3.70	427,757.41	289,649.51

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

$$\text{COSTOS - BENEFICIOS} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{GASTOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\text{COSTOS - BENEFICIOS} = \frac{427,757.41}{289,649.51}$$

$$1.48$$

$$\text{COSTOS - BENEFICIOS} = 1.48$$

Este indicador refleja que los ingresos actualizados son superiores en 1.48 veces a los costos actualizados, lo que indica que por cada dólar invertido se generará \$ 0,48 de utilidad.

6.4.7. Punto de Equilibrio

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

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

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

Dónde:

PE = Punto de Equilibrio

CF= Costos fijos

CV= Costos variables

V = Ventas

A continuación se detalla los costos variables, costos fijos, las ventas y el costo total:

Tabla 84: COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS					
Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldos de producción	10,171.44	11,787.39	12,806.68	13,916.72	15,125.61
Sueldos administrativos y de ventas	32,878.44	38,180.08	41,579.68	45,281.98	49,313.94
Publicidad	1,420.00	1,460.47	1,502.09	1,544.90	1,588.93
Gasto depreciación	3,410.58	3,410.58	3,410.58	2,676.25	2,676.25
Gastos de constitución	244.00	244.00	244.00	244.00	244.00
Gastos financieros	2,966.29	2,422.55	1,821.89	1,158.32	425.28
Servicios básicos administrativos	1,641.60	1,688.39	1,736.50	1,785.99	1,836.90
TOTAL COSTOS FIJOS	52,732.34	59,193.46	63,101.42	66,608.18	71,210.90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

Tabla 85: COSTOS VARIABLES

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Materia prima	4,500.00	4,721.74	4,954.41	5,198.54	5,454.70
Envases	3,000.00	3,085.50	3,173.44	3,263.88	3,356.90
Etiquetas	600.00	617.10	634.69	652.78	671.38
Gas	960.00	987.36	1,015.50	1,044.44	1,074.21
Cajas de cartón	1,800.00	1,851.30	1,904.06	1,958.33	2,014.14
Otros insumos	2,400.00	2,468.40	2,538.75	2,611.10	2,685.52
Servicios básicos	2,462.40	2,532.58	2,604.76	2,678.99	2,755.34
TOTAL COSTOS VARIABLES	15,722.40	16,263.98	16,825.60	17,408.06	18,012.19

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

Tabla 86: PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO					
	2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS	105,936.00	111,156.07	116,633.36	122,380.55	128,410.94
COSTOS FIJOS					
Sueldos de producción	10,171.44	11,787.39	12,806.68	13,916.72	15,125.61
Sueldos administrativos y de ventas	32,878.44	38,180.08	41,579.68	45,281.98	49,313.94
Publicidad	1,420.00	1,460.47	1,502.09	1,544.90	1,588.93
Gasto depreciación	3,410.58	3,410.58	3,410.58	2,676.25	2,676.25
Gastos de constitución	244.00	244.00	244.00	244.00	244.00
Gastos financieros	2,966.29	2,422.55	1,821.89	1,158.32	425.28
Servicios básicos administrativos	1,641.60	1,688.39	1,736.50	1,785.99	1,836.90
TOTAL COSTOS FIJOS	52,732.34	59,193.46	63,101.42	66,608.18	71,210.90
COSTOS VARIABLES					
Materia prima	4,500.00	4,721.74	4,954.41	5,198.54	5,454.70
Envases	3,000.00	3,085.50	3,173.44	3,263.88	3,356.90
Etiquetas	600.00	617.10	634.69	652.78	671.38
Gas	960.00	987.36	1,015.50	1,044.44	1,074.21
Cajas de cartón	1,800.00	1,851.30	1,904.06	1,958.33	2,014.14
Otros insumos	2,400.00	2,468.40	2,538.75	2,611.10	2,685.52
Servicios básicos	2,462.40	2,532.58	2,604.76	2,678.99	2,755.34
TOTAL COSTOS VARIABLES	15,722.40	16,263.98	16,825.60	17,408.06	18,012.19
TOTAL COSTOS	68,454.74	75,457.44	79,927.02	84,016.24	89,223.10
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	61,922.52	69,338.89	73,739.06	77,654.11	82,829.37

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

El Punto de Equilibrio fue calculado de forma general por el total de las ventas de las cuatro máquinas y posteriormente se lo calcula por separado tanto de la mermelada como del licor.

CÁLCULO

PUNTO DE EQUILIBRIO	
PE =	52,732.34
	1- (15,722.40 / 105,936.00)
PE =	61,922.52

Tabla 87: PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PRORRATEADOS POR PRODUCTO								
PRODUCTO	VENTAS	%	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	FRASCOS	PVU	PE EN DOLARES	PE EN UNIDADES
MERMELADA	18,936.00	17.87	9,425.88	2,810.37	12624	1.5	11,068.62	7379
LICOR	87,000.00	82.13	43,306.47	12,912.03	6000	14.5	50,853.91	3507
TOTAL	105,936.00	100.00	52,732.34	15,722.40	18624		61,922.52	10886

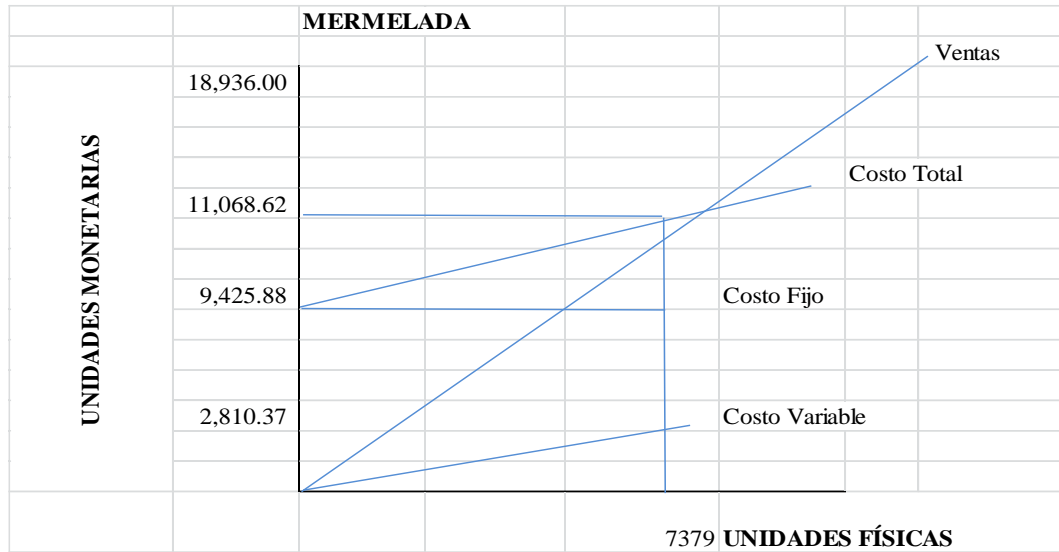
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

MERMELADA	
PE DÓLARES=	11,068.62
PE UNIDADES=	7379

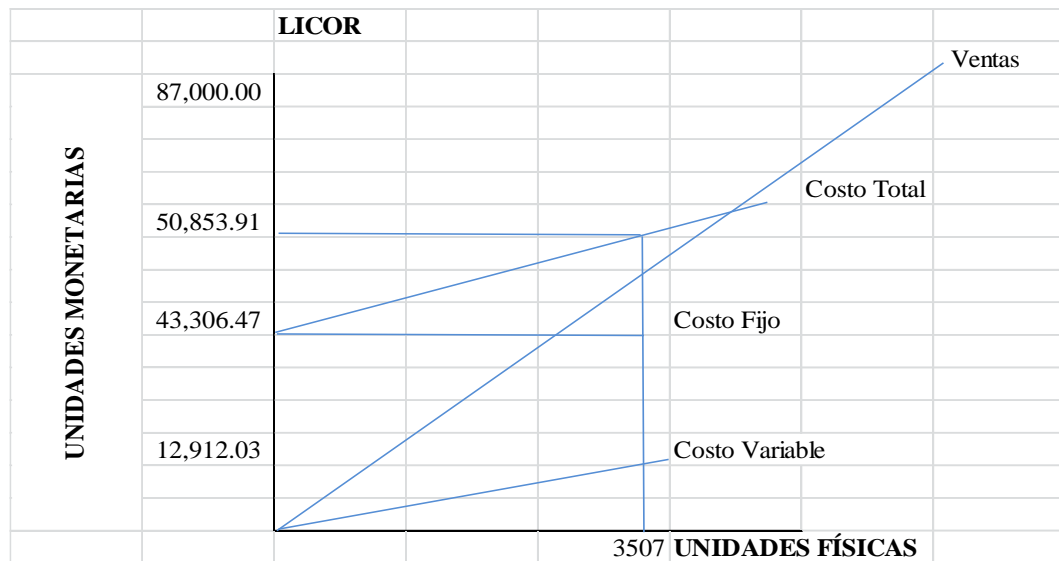
LICOR	
PE DÓLARES=	50,853.91
PE UNIDADES=	3507

Gráfico 26: PUNTO DE EQUILIBRIO MERMELADA



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 27: PUNTO DE EQUILIBRIO LICOR



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Las autoras

El punto de equilibrio que debería alcanzar la microempresa en cuanto a la elaboración de mermelada deberá ser de 7379 unidades en el año; lo cual representaría un ingreso de 11,068.62 USD y de licor 3507 unidades lo que significa un ingreso anual de 50,853.91 USD ; los mismos que permiten cubrir los costos fijos y variables.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1. Operatividad del análisis de impactos

Los impactos constituyen las posibles consecuencias que pueda ocasionar la puesta en marcha del proyecto y es necesario realizar un análisis minucioso de cada uno de ellos.

Para el análisis de los impactos del proyecto se hará uso de una matriz; con la cual, se asignará una calificación a cada impacto, en donde, el eje horizontal estará representando los niveles de impacto y en el eje vertical determinaremos una serie de indicadores trascendentales y relevantes.

7.1.1. Valoración de impactos

Tabla 88: VALORACIÓN DE IMPACTOS

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

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

7.1.2. Desarrollo del análisis de impactos

7.1.2.1. Impacto social

Tabla 89: IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fuentes de trabajo						x		2
Mejoramiento de la calidad de vida							x	3
Desarrollo comunitario						x		2
TOTAL						4	3	7

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

Nivel de impacto = Sumatoria Total = $7/3 = 2,3$

Fuentes de trabajo

El implantar nuevas empresas genera trabajo a la sociedad, ya que por medio de la puesta en marcha del centro de procesamiento y comercialización de licor y mermelada de jícama se dará empleo a operadores y personal administrativo de la región.

Mejoramiento de la calidad de vida

El mejoramiento de la calidad de vida se ve reflejado en la estabilidad tanto de los trabajadores como de sus familias, ya que al conservar una fuente de empleo segura, adecuada y rentable permite que los empleados y sus familias tengan mayor tranquilidad.

Desarrollo comunitario

El bienestar comunitario es indispensable ya que el desarrollo de la microempresa depende en gran manera de la comunidad productora de la materia prima, de esta forma las personas que se encuentren vinculadas con la microempresa gozarán de un mejoramiento social y por ende cada una de las familias que se encuentren ligadas a la organización.

7.1.2.2. Impacto económico

Tabla 90: IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Ingresos por ventas						x		2
Crecimiento productivo						x		2
Rentabilidad							x	3
TOTAL						4	3	7

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

Nivel de impacto = Sumatoria Total = $7/3 = 2,3$

Ingresos por ventas

En cuanto a la parte económica el proyecto está encaminado a mejorar los ingresos de los socios de la microempresa, por esta razón se asignó un porcentaje medio positivo.

Crecimiento productivo

Con el afán de mejorar el nivel de ingresos de los socios y en busca de recuperar la inversión se procurará ir cada vez incrementando la producción para de esta manera dar uso completamente a la capacidad de la planta.

Rentabilidad

A lo largo del período se logrará recuperar la inversión y así aportar paulatinamente en el incremento de los niveles de rentabilidad, razón por la cual se hace viable la implementación del presente proyecto.

7.1.2.3. Impacto de salud

Tabla 91: IMPACTO DE SALUD

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Materia prima cultivada sin químicos							x	3
Consumo de productos saludables						x		2
Hábitos saludables						x		2
TOTAL						4	3	7

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

Nivel de impacto = Sumatoria Total = $7/3 = 2,3$

Materia prima cultivada sin químicos

El cultivo de jícama no requiere de ningún tipo de químicos para su cultivo ya que las semillas y hojas contienen alto contenido de insecticida natural rotenona, en efecto la misma planta ayuda a combatir plagas.

Consumo de productos saludables

El tubérculo contiene vitamina C, calcio, fósforo, potasio, hierro, así como trazas de proteína y de lípidos; también posee inulina un sustituto del azúcar, por lo que se considera un alimento ideal para personas con diabetes esto en cuanto a la mermelada, en cuanto al licor se utilizará una baja graduación alcohólica.

Hábitos saludables

Con la utilización de productos orgánicos se mantendrá la fertilidad del suelo, obteniendo de esta manera productos sanos y libres de productos químicos, lo cual beneficiará al consumidor y evitará la contaminación del ambiente con una producción libre de tóxicos.

7.1.2.4. Impacto ambiental

Tabla 92: IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Conservación del medio ambiente							x	3
Manejo de desechos							x	3
Subproductos						x		2
TOTAL						2	6	8

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

Nivel de impacto = Sumatoria Total = $8/3 = 2,7$

Conservación del medio ambiente

El impacto ambiental es uno de los temas que se tendrá muy en cuenta al momento de la creación del centro de producción y comercialización de mermelada y licor de jícama, pues el cuidado adecuado que se dé al medio ambiente evitará de alguna manera contribuir al calentamiento global efecto invernadero.

Manejo de desechos

Los desechos que se puedan originar en el proceso productivo podrán ser utilizados y reciclados para no dañar el equilibrio del ecosistema local.

Subproductos

Después de la elaboración de la mermelada y licor de jícama quedan los residuos como la cascara y el afrecho los mismo que serán utilizados para hacer abonos orgánicos.

7.1.2.5. Impacto general del proyecto

Tabla 93: IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto social						x		2
Impacto económico							x	3
Impacto de salud						x		2
Impacto ambiental							x	3
TOTAL						4	6	10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

$$\begin{aligned}
 \text{Nivel de Impacto General} &= \sum \text{Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores} \\
 &= 10/4 \\
 &= 2,5 \\
 &= 3 \quad \quad \quad \text{Impacto Positivo Alto}
 \end{aligned}$$

De acuerdo a los resultados este proyecto tiene un impacto alto positivo valorado con 3 como promedio en la matriz general, razón por la cual es de gran importancia la puesta en marcha del “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA Y LICOR DE JÍCAMA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”

CONCLUSIONES

- Con la realización del diagnóstico se concluyó que el sector objetivo de estudio cuenta con las condiciones necesarias para plantear la implementación del centro de procesamiento, además se determinó que existe una población apta para establecerse como mercado meta y expender mermelada y licor de jícama ya que en la actualidad no existen empresas dedicadas a la producción y comercialización de derivados de este tubérculo.
- De acuerdo a la investigación realizada se determinó que para la comercialización de mermelada y licor de jícama se cuenta con un mercado objetivo de 87.184 habitantes que son parte de la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra.
- Se determinó que la oferta de licor es de 19.536 botellas y de 38.988 envases de mermelada, los mismos que se encuentra en los supermercados de la ciudad tales como Gran Aki, Superdespensas Aki, supermercados Tía y Supermaxi.
- En base a la observación realizada en los diferentes supermercados de la ciudad se determinó que el precio de estos productos va desde \$5.00 hasta \$15.00 en el caso del licor dirigido a una población de clase media y de \$1.25 a \$2.00 en cuanto a la mermelada.
- A través del estudio de mercado realizado se determinó que para el año 2014 existe una demanda insatisfecha de 19.425 en cuanto a la mermelada y de 9.235 en el caso del licor.
- De acuerdo al estudio técnico se determinó que el sitio para la localización del proyecto es el parque industrial de la Ciudad de Ibarra ya que es un lugar estratégico para la ubicación de este tipo de empresas.

- Se determinó que la estructura orgánica funcional es imprescindible para poner en marcha el proyecto ya que es necesaria la correcta definición de procesos, políticas, objetivos para optimizar los recursos existentes y alcanzar las metas trazadas.
- Después de haber realizado un minucioso estudio económico financiero se puede deducir que Valor Actual Neto (VAN) es de \$44,363.78 positivo por lo que se considera que la inversión es favorable.
- Se determinó que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 27.22% que se encuentra dentro de los límites de tolerancia siendo el proyecto teóricamente favorable.
- En base al análisis de Costo – Beneficio se identificó que por cada dólar invertido se generará una utilidad de \$0.48 dólares lo que significa que el proyecto es aconsejable
- Después realizar una comparación de los ingresos con los gastos se determinó que para tener un punto de equilibrio se debe vender 7379 unidades de mermelada y 3507 unidades de licor en el año.
- Esta microempresa no emanará gases tóxicos ni emitirá ruidos contaminantes por lo que no se afectará al ambiente y a la salud de sus integrantes así como tampoco generará mal estar a las personas que vivan cerca de la misma.

RECOMENDACIONES

- Se deberá aprovechar las condiciones favorables del entorno y el amplio mercado existente para la creación del centro de procesamiento de mermelada y licor de jícama el cual permitirá expender productos diferentes de los que se encuentran actualmente en el mercado.
- Al estar dirigido el proyecto a un mercado objetivo extenso se deberá buscar que el mismo abarque una proporción considerable del mercado y en un corto tiempo se logre acaparar la totalidad de la demanda existente.
- Debido a que la concentración de consumidores de mermelada y licor en su mayoría acuden a los supermercados de la ciudad se deberá establecer convenios y promociones para introducir los nuevos productos al mercado.
- Mantenerse en el rango de precios similares a los de la competencia para poder introducir los productos al mercado sin dejar de lado la aplicación de estándares de calidad.
- Se deberá aprovechar el volumen de demanda insatisfecha que existe mediante el incremento de la participación en el mercado buscando el crecimiento de la planta en cuanto a niveles de producción se refiere.
- La planta deberá ubicarse en el sector industrial de la ciudad de Ibarra ya que es un lugar donde se tiene acceso directo a cada uno de los recursos para el funcionamiento de la misma como son materias primas, infraestructura, servicios, cercanía a los mercados, mano de obra disponible y para realizar una distribución rápida y oportuna del producto final.
- Para el alcance de los objetivos se recomienda fomentar el sentido de responsabilidad, ética y compromiso de las personas con el desarrollo

empresarial, además se debe hacer cumplir el orgánico funcional para un buen desarrollo de las actividades.

- Realizar en forma regular evaluaciones económicas y financieras, con el fin de observar los niveles de rendimiento que servirán para el mejoramiento continuo del centro de procesamiento y comercialización.
- Se recomienda la ejecución del proyecto ya que la Tasa Interna de Retorno es razonable.
- Desarrollar planes operativos anuales buscando optimizar los costos, gastos y obtener un mayor nivel de utilidad.
- Se recomienda incrementar la participación en el mercado buscando superar los ingresos del punto de equilibrio.
- La preservación de la salud y el ambiente debe estar como una prioridad y política de la empresa por lo que se recomienda generar proyectos amigables con el ambiente y la salud humana.

BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA Sèrvulo (2010). Administración de pequeñas empresas (Tercera Edición). MCGRAW-Hill Interamericana Editores SA.

BRAVO Mercedes (2011). Contabilidad General (Décima Edición). Quito. Editora Escobar Impresiones.

CASTILLO María Fernanda (2007). Proyectos de inversión, formulación y evaluación (Primera Edición). México. Pearson Educación.

FERNÁNDEZ Saúl (2007). Los proyectos de inversión (Primera Edición). Costa Rica. Editorial Tecnológica.

HURTADO Darío (2008). Principios de Administración. Colombia. Editorial ITM.

KRUGMAN Paul. (2007). Introducción a la Economía. Macroeconomía. México. Reverte.

LÓPEZ María Dolores (2010). Fundamentos de la economía, empresa, Derecho, Administración y Metodología de la investigación aplicada a las RSC. España. Editorial Netbiblio S.L.

MARTÍNEZ Rafael (2009). Manual de Contabilidad para PYMES. España. Editorial Club Universitario.

MORA Araceli (2008). Diccionario de contabilidad, auditoría y control de gestión. España. Editorial del Economista.

NICOLÁS Pere (2009). Costes para la dirección de empresas. Barcelona. Editorial Servei de Publicacions.

OMEÑACA Jesús (2009). Contabilidad General (Onceava Edición). Barcelona. Deusto.

RICO María de Guadalupe (2012). Fundamentos Empresariales (Primera Edición). Madrid. Esic editorial.

SORIANO Ma Jesús (2010). Introducción a la contabilidad y las finanzas. Barcelona. Editorial Profit.

URBANO David (2008). Invitación al emprendimiento. Barcelona. Editorial UOC.

LINKOGRAFÍA

www.slideshare.net

www.emelnorte.com/eern/index.p

www.wikipedia.com.org

www.gastronomiaycia.com/2009/01/28/jicama

www.lpcdedios.wordpress.com

www.mountainpartnership.org

www.eluniverso.com

www.wordpress.com/proceso-de-elaboración-mermelada

www.licoresbardsanjose.com.ar

www.marcoteorico.com

www.tumercadeo.com/2010/02/comercializacion.html

www.gestiopolis.com

www.leguminutre.com/Jicama.pdf

www.cidicco.hn/archivospdf/Boletin11.pdf

www.alimentacion-sana.com.ar/informaciones/novedades/yacon.htm

www.ibarra.gob.ec/web/index.php/ibarra/datos-demograficos

www.sri.gob.ec

www.bce.fin.ec

www.ibarra.gob.ec

www.inec.gob.ec

www.supercias.gov.ec

ANEXOS

ANEXO 1

Provincia	Nombre del Cantón	Nombre de la Parroquia	Sexo	Condición de Actividad (10 y más años)		
				PEA	PEI	Total
IMBABURA	IBARRA	Total				
			Hombre	46,695	23,415	70,110
			Mujer	33,787	42,468	76,255
			Total	80,482	65,883	146,365

Fuente: www.ecuadorencifras.gob.ec

ANEXO 2

FICHA DE OBSERVACIÓN PRECIOS DE MERMELADA SUPERMERCADOS DE IBARRA

FICHA DE OBSERVACIÓN							
SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA							
	Lugar:	Ibarra		Fecha:	15, junio 2013		
Observadore: Almeida Verónica, Lescano Daniela							
N° de ficha:		1					
Contenido:							
<p>En los diferentes supermercados de la ciudad de Ibarra se realizó una observación directa de los precios de mermelada que se encuentran a disposición del público en envases de 250 a 300 gr., obteniendo la información que se detalla a continuación:</p>							
Gran AKI		Superdespensas AKI		Almacenes Tía		Supermaxi	
Marca	Precio	Marca	Precio	Marca	Precio	Marca	Precio
Snob	1.46	Snob	1.86	Snob	1.69	Snob	1.75
Gustadina	1.49	Gustadina	1.49	Gustadina	1.59	Gustadina	1.56
AKI	1.24	AKI	1.24	San Jorge	1.59	Facundo	1.36
Facundo	1.30	Facundo	1.28	Conservas Guayas	1.39	San Jorge	1.60
María Morena	1.33	María Morena	1.33				

ANEXO 3

FICHA DE OBSERVACIÓN PRECIOS DE LICOR SUPERMERCADOS DE IBARRA

FICHA DE OBSERVACIÓN							
SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA							
	Lugar:			Ibarra	Fecha:	15, junio 2013	
Observadores:	Almeida Verónica, Lescano Daniela						
N° de ficha:	2						
Contenido:							
<p>En los supermercados de la ciudad de Ibarra se realizó una observación directa de los precios de licor que se encuentran en un rango de \$5 a \$15 obteniendo la información que se detalla a continuación:</p>							
Gran AKI		Superdespensas AKI		Almacenes Tía		Supermaxi	
Marca	Precio	Marca	Precio	Marca	Precio	Marca	Precio
Boones	5.95	Boones	5.95	Boones	8.99	Marca	Precio
Zhumir	5.39	Zhumir	5.39	Zhumir	5.99	Boones	9.50
Gato Negro	8.59	Vodka Ruskaya	9.55	Wisky Bellows	10.99	Zhumir	6.20
Wisky Bellows	9.56	Grand Vandush	5.04	Vodka Ruskaya	15.00	Gato Negro	9.10
Vodka Ruskaya	9.78	Ron Cien Fuegos	10.78	Ron Cien Fuegos	10.99	Wisky Bellows	11.25
Grand Vandush	5.04			Ron Bellows Dorado	6.99	Vodka Ruskaya	10.36
Ron Cien Fuegos	10.38			Ron Estelar	8.99	Grand Vandush	5.25
Ron Bellows Dorado	5.86			Ron San Miguel	7.99	Ron Cien Fuegos	11.15
Ron Estelar	7.05			Ron Castillo Blanco	7.49	Ron Bellows Dorado	7.20
Ron San Miguel	8.78					Ron Estelar	8.50
Ron Castillo Blanco	6.82					Ron San Miguel	9.30
Néctar	10.82					Ron Castillo Blanco	6.96
						Néctar	11.00

ANEXO 4

FICHA DE INVESTIGACIÓN DE VENTAS MENSUALES DE MERMELADA EN LA CIUDAD DE IBARRA

FICHA DE INVESTIGACIÓN																																																															
SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA																																																															
	Lugar:				Ibarra	Fecha:	15, junio 2013																																																								
Observadores: Almeida Verónica, Lescano Daniela																																																															
N° de ficha: 3																																																															
Contenido:																																																															
Mediante investigación directa obtenida en los supermercados de la ciudad de Ibarra se identificó que el número de frascos de mermelada de 250 a 300 gr. que se venden mensualmente son:																																																															
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">Gran AKI</th> <th colspan="2" style="text-align: center;">Superdespensas AKI</th> <th colspan="2" style="text-align: center;">Almacenes Tía</th> <th colspan="2" style="text-align: center;">Supermaxi</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">Marca</th> <th style="text-align: center;">Cantidad</th> <th style="text-align: center;">Marca</th> <th style="text-align: center;">Cantidad</th> <th style="text-align: center;">Marca</th> <th style="text-align: center;">Cantidad</th> <th style="text-align: center;">Marca</th> <th style="text-align: center;">Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Snob</td> <td style="text-align: center;">263</td> <td style="text-align: center;">Snob</td> <td style="text-align: center;">135</td> <td style="text-align: center;">Snob</td> <td style="text-align: center;">152</td> <td style="text-align: center;">Snob</td> <td style="text-align: center;">298</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Gustadina</td> <td style="text-align: center;">245</td> <td style="text-align: center;">Gustadina</td> <td style="text-align: center;">121</td> <td style="text-align: center;">Gustadina</td> <td style="text-align: center;">135</td> <td style="text-align: center;">Gustadina</td> <td style="text-align: center;">256</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">AKI</td> <td style="text-align: center;">204</td> <td style="text-align: center;">AKI</td> <td style="text-align: center;">98</td> <td style="text-align: center;">San Jorge</td> <td style="text-align: center;">138</td> <td style="text-align: center;">Facundo</td> <td style="text-align: center;">207</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Facundo</td> <td style="text-align: center;">196</td> <td style="text-align: center;">Facundo</td> <td style="text-align: center;">125</td> <td style="text-align: center;">Conservas Guayas</td> <td style="text-align: center;">123</td> <td style="text-align: center;">San Jorge</td> <td style="text-align: center;">198</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">María Morena</td> <td style="text-align: center;">262</td> <td style="text-align: center;">María Morena</td> <td style="text-align: center;">93</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>								Gran AKI		Superdespensas AKI		Almacenes Tía		Supermaxi		Marca	Cantidad	Marca	Cantidad	Marca	Cantidad	Marca	Cantidad	Snob	263	Snob	135	Snob	152	Snob	298	Gustadina	245	Gustadina	121	Gustadina	135	Gustadina	256	AKI	204	AKI	98	San Jorge	138	Facundo	207	Facundo	196	Facundo	125	Conservas Guayas	123	San Jorge	198	María Morena	262	María Morena	93				
Gran AKI		Superdespensas AKI		Almacenes Tía		Supermaxi																																																									
Marca	Cantidad	Marca	Cantidad	Marca	Cantidad	Marca	Cantidad																																																								
Snob	263	Snob	135	Snob	152	Snob	298																																																								
Gustadina	245	Gustadina	121	Gustadina	135	Gustadina	256																																																								
AKI	204	AKI	98	San Jorge	138	Facundo	207																																																								
Facundo	196	Facundo	125	Conservas Guayas	123	San Jorge	198																																																								
María Morena	262	María Morena	93																																																												

ANEXO 5

FICHA DE INVESTIGACIÓN DE VENTAS MENSUALES DE LICOR EN LA CIUDAD DE IBARRA

FICHA DE INVESTIGACIÓN							
SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA							
	Lugar:					Ibarra	Fecha: 15, junio 2013
Observadores:	Almeida Verónica, Lescano Daniela						
N° de ficha:	4						
Contenido:							
Mediante una investigación directa obtenida en los supermercados de la ciudad de Ibarra se identificó que el número de botellas de licor (de \$5 a \$15) que se venden mensualmente son:							
Gran AKI		Superdespensas AKI		Almacenes Tía		Supermaxi	
Marca	Cantidad	Marca	Cantidad	Marca	Cantidad	Marca	Cantidad
Boones	25	Boones	52	Boones	46	Boones	68
Zhumir	79	Zhumir	67	Zhumir	59	Zhumir	56
Gato Negro	17	Vodka Ruskaya	35	Wisky Bellows	93	Gato Negro	12
Wisky Bellows	57	Grand Vandush	12	Vodka Ruskaya	34	Wisky Bellows	89
Vodka Ruskaya	38	Ron Cien Fuegos	54	Ron Cien Fuegos	76	Vodka Ruskaya	57
Grand Vandush	13			Ron Bellows Dorado	21	Grand Vandush	17
Ron Cien Fuegos	57			Ron Etelar	17	Ron Cien Fuegos	79
Ron Bellows Dorado	23			Ron San Miguel	34	Ron Bellows Dorado	55
Ron Estelar	20			Ron Castillo Blanco	25	Ron Etelar	26
Ron San Miguel	56					Ron San Miguel	74
Ron Castillo Blanco	23					Ron Castillo Blanco	34
Néctar	13					Néctar	15

ANEXO 6



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

La presente investigación tiene como finalidad recopilar información para determinar la factibilidad de la creación de un centro de procesamiento y comercialización de mermelada y licor de jícama en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

INSTRUMENTO N°1

GUÍA DE ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES

1. ¿Cultiva usted jícama?

- a) SI ()
- b) NO ()

2. ¿Cuántos quintales de jícama produce usted al año?

3. ¿Cuál es el precio de venta del quintal de jícama?

4. ¿En qué meses del año cosecha la jícama?

- a. Enero – Marzo ()
- b. Abril – Junio ()
- c. Julio – Septiembre ()
- d. Octubre – Diciembre ()

- 5. ¿Su producto es comercializado a?**
- a. Supermercados** ()
 - b. Mercados locales** ()
 - c. Intermediarios** ()
 - d. Directamente al consumidor** ()
 - e. Otros** ()

ANEXO 7



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

La presente investigación tiene como finalidad recopilar información para determinar la factibilidad de la creación de un centro de procesamiento y comercialización de mermelada y licor de jícama en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

INSTRUMENTO N°2

GUÍA DE ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE IBARRA

1. ¿Consume usted mermelada?

- a. Si ()
- b. No ()

2. ¿Consume usted licor?

- a. Si ()
- b. No ()

3. Qué cantidad de estos productos adquiere usted mensualmente

- a. Mermelada _____
- b. Licor _____

4. ¿De acuerdo a su criterio que presentación tiene más acogida entre los consumidores?

- a. Envase de vidrio ()
- b. Envase tetra pack ()
- c. Sachet ()

5. **¿Conoce usted la jícama y sus propiedades medicinales para la diabetes, gastritis y cáncer de colon?**

- a. Si ()
- b. No ()

6. **¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este producto?**

- a. Periódicos ()
- b. Televisión ()
- c. Radio ()
- d. Volantes ()
- e. Internet ()

7. **¿Le gustaría adquirir productos elaborados a base de jícama?**

- a. Si ()
- b. No ()

8. **Si dice si, indique la preferencia**

- a. Licor ()
- b. Mermelada ()
- c. Ambos ()

9. **¿En dónde le gustaría adquirir estos productos?**

- a. Tiendas ()
- b. Supermercados ()
- c. Comisariatos ()

ANEXO 8

MAQUINARIA

MARMITA DE COCCIÓN



MONOBLOQUE PARA LLENADO TAPONADO Y ETIQUETADO



TANQUES DE FERMENTACION



TANQUES DE ALMACENAMIENTO



COCINA INDUSTRIAL



CONGELADOR INDUSTRIAL



BÁSCULA



ANEXO 9
PROFORMA PRECIOS MAQUINARIA

Quito, 25 de julio 2013				
Señores				
COMERCIALIZADORA UNIDOS C.A.				
Presente.-				
Pongo a su consideración el precio de las mercaderías por Ud. solicitadas:				
CODIGO	CANTIDAD	DESCRIPCION	V.UNITARIO	V. TOTAL
50	1	Cocina industrial	267.86	267.86
23	2	Marmita de cocción	669.64	1,339.29
93	1	Congelador Industrial	446.43	446.43
1234	1	Maquinaria para empaque (llenado y envasado)	625.00	625.00
1267	1	Tanques de fermentación	892.86	892.86
1292	2	Tanques de almacenamiento	446.43	892.86
			SUB-TOTA	4,464.29
			12% IVA	535.71
			TOTAL	5,000.00
Nota: Pago en efectivo o con cheque a nombre de la empresa COMERCIALIZADORA UNIDOS C.A.				
Atentamente,				
COMERCIALIZADORA UNIDOS C.A.				
022406717				
Quito- Ecuador				